



A REMUNERAÇÃO DA IMAGEM DO ATLETA PROFISSIONAL DE FUTEBOL NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

THE REMUNERATION OF THE PROFESSIONAL FOOTBALL ATHLETE'S IMAGE IN THE SPECTACLE SOCIETY

LA RETRIBUCIÓN DE LA IMAGEN DEL ATLETA PROFESIONAL DE FÚTBOL EN LA SOCIEDAD ESPECTÁCULO

Leonardo Herrero Domingos¹

Resumo: O presente artigo almeja descrever o processo de exploração econômica da imagem dos atletas profissionais de futebol no âmbito da “espetacularização” do desporto na sociedade. A metodologia deste projeto se pauta na análise teórica de entendimentos relacionados a esse processo maneira transdisciplinar com o objetivo de complementar o arcabouço técnico-teórico existente. Em um primeiro momento, busca-se contribuir para a sistematização do conhecimento atual em relação à evolução histórica da legislação desportiva, do contrato especial de trabalho desportivo e, posteriormente, à análise da remuneração da imagem do atleta profissional, inclusive nos casos em que tal prática é considerada desvirtuamento do contrato de imagem dos atletas e, por fim, questões relativas ao instituto direito de arena. Em suma, investigou-se sistema jurídico-desportivo que garante a obter ganhos econômicos advindos da exploração da imagem do atleta, decorrente do evento futebolístico.

Palavra-chave: Espetacularização; Imagem; Arena; CETD

Abstract: This article aims to describe the process of economic exploitation of the image of professional soccer athletes in the context of the “spectacularization” of sport in society. The methodology of this project is based on the theoretical analysis of understandings related to this transdisciplinary process in order to complement the existing technical-theoretical framework. At first, it seeks to contribute to the systematization of current knowledge in relation to the historical evolution of sports legislation, the special sports employment contract and, subsequently, the analysis of the remuneration of the professional athlete's image, including in cases where such practice is considered a distortion of the athletes' image contract and, finally, issues related to the arena law institute. In short, the legal-sports system that guarantees economic gains arising from the exploitation of the athlete's image, resulting from the football event, was investigated.

¹Graduando do 9º semestre de Direito na Universidade São Judas e intercambista na Universidad Finis Terrae. Fundador e pesquisador do Grupo de Estudos Direito e Desporto (GEDD) - São Judas. Membro do Comitê de Jovens Arbitralistas (CJA/CBMA).

Keywords: Spectacularization; Image; Arena; CETD

Resumen: Este artículo tiene como objetivo describir el proceso de explotación económica de la imagen de los deportistas profesionales de fútbol en el contexto de la “espectacularización” del deporte en la sociedad. La metodología de este proyecto se basa en el análisis teórico de entendimientos relacionados con este proceso transdisciplinario con el fin de complementar el marco técnico-teórico existente. En un primer momento, se busca contribuir a la sistematización del conocimiento actual en relación a la evolución histórica de la legislación deportiva, el contrato especial de trabajo deportivo y, posteriormente, al análisis de la retribución de la imagen del deportista profesional, incluso en los casos en que dicha práctica se considera una distorsión del contrato de imagen de los deportistas y, finalmente, cuestiones relacionadas con el instituto de derecho de la arena. En definitiva, se investigó el sistema jurídico-deportivo que garantiza las ganancias económicas derivadas de la explotación de la imagen del deportista.

Palabras clave: Espectacularización; Imagen; Arena; CETD

1 Introdução

O futebol brasileiro, como quase todas as modalidades esportivas, teve início como um jogo lúdico. Ao ganhar popularidade, a modalidade passou a receber alguns traços de organização amadora. Posteriormente, com o crescimento do interesse social na modalidade, o futebol passou a ser um esporte que gerava renda, fato este que abriu caminho para a sua profissionalização mesmo que de maneira rudimentar.

De um esporte tipicamente praticado pelas camadas mais pobres, o futebol passou a ser um dos negócios que mais movimentam dinheiro nos mais variados países, tendo o Direito como aliado nesse processo. No Brasil, não é diferente.

No ponto, segundo Roberto de Palma Barracco:

Outro exemplo é a profissão do atleta de futebol brasileiro. (...) Com o crescimento do interesse social pelo futebol, o esporte passa a ser regulamentado como profissão. E com o profissionalismo do futebol brasileiro, o Estado passa a “dialogar” com a ordem jurídica desportiva ao criar regras que regulassem as relações jurídicas dele decorrentes. Assim, o futebol e o esporte se mostram como patrimônio cultural pátrio, sendo moldados pela sociedade como entretenimento e negócio a partir de então. (BARRACCO, 2018, p. 49)

É inegável que o futebol é responsável por movimentar vultosos valores no mercado. Quanto a isso, de acordo com o Relatório do Raio-X do Mercado 2020, elaborado pela Diretoria de Registro, Transferência e Licenciamento de Clubes da Confederação Brasileira de Futebol (CBF):

De 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2020, a CBF registrou 2.870 negociações, sendo 162 com valores. No caminho do exterior para o Brasil, 25

empréstimos e 33 compras alcançaram R\$ 531.566.271,00. Já do Brasil para o exterior, foram 33 empréstimos e 82 vendas totalizando R\$ 1.682.658.442,00. Entre clubes nacionais, houve 40 transferências movimentando R\$ 291.618.000,00. (CBF, 2020)².

O espetáculo desportivo é responsável por atrair a atenção de milhões de pessoas, bem como movimentar bilhões de dólares por ano. Porém, ele só existe graças à colaboração do artista da bola, que é o atleta profissional de futebol.

Sobre tal profissão, discorre José Eduardo Coutinho Filho:

Poucas são as atividades laborais tão específicas e personalíssimas quanto a que exerce o atleta profissional de futebol. A prática esportiva torna única a atuação do jogador durante as partidas (...) Por suas diversas peculiaridades, é evidente que a repercussão da atividade do atleta profissional do esporte, em especial do futebol, distingue-se das atividades laborais ordinárias (COUTINHO FILHO, José Eduardo, 2021, pp. 80-81)

Nesse diapasão, o presente trabalho pretende construir um estudo pormenorizado da atividade laboral desportiva. Assim sendo, dada a importância do tema perante o Direito, este trabalho visa introduzir o desenvolvimento da legislação desportiva no Brasil, tratar do contrato especial de trabalho desportivo, trazer a definição de direito de imagem e direito de arena, expondo as diferenças entre esses institutos no contexto da relação trabalhista desportiva, bem como trazer à baila as questões atinentes à comercialização do direito de imagem dos desportistas via pessoa jurídica, além das fraudes no pagamento da imagem desses atletas.

2 Evolução da legislação esportiva no Brasil.

Não seria exagero afirmar que esporte e sociedade possuem ligação umbilical. No ponto, a prática e o desenvolvimento do desporto estão entrelaçados ao próprio surgimento das primeiras civilizações. Desde as sociedades grega, romana, passando também pelos povos da Idade Média até a sociedade moderna, o desporto passou a ter um caráter multifacetado, abrangendo diversas searas, tais quais: social, política, econômica, cultural e, por conseguinte, jurídica (MELO FILHO, 2000). É neste último ponto que a primeira análise deste trabalho estará pautada.

Entre o período Brasil Colônia e o Estado Novo, havia poucas disposições acerca do esporte, as quais o consideravam como práticas informais. Como ensina a literatura (DORIGO, 2011), o esporte na época colonial era encarado como mera prática corporal ou mesmo como prática esportiva utilitária realizada por índios e colonizadores, tais como pesca, caça, canoagem, equitação e uso de arco e flecha (SILVA, 2008).

Já durante o Segundo Reinado, de acordo com o historiador Manoel José Gomes Tubino (2002), a novidade nas práticas esportivas se deu via um conjunto de decretos direcionados às escolas militares, os quais impuseram a obrigatoriedade de práticas esportivas.

² Idem.

Segundo Correa da Veiga, uma das primeiras leis que abordaram direitos dos atletas é de âmbito estadual. Foi em São Paulo, no governo de Ademar de Barros, que surgiu a primeira legislação em prol do desporto: o Decreto-Lei nº 10.409, de 14 de agosto de 1939 (VEIGA, 2020).

Já em âmbito nacional, o marco inicial da legislação desportiva se dá no meio da Segunda Guerra Mundial, com o advento do Decreto-Lei nº 3.199, de 14 de abril de 1941. Agora, com o crescimento do interesse social pelo futebol, o esporte passa a ser regulado como profissão (BARRACCO, 2018). No ponto, segundo Alves e Pierantini:

essa legislação era uma adaptação bastante próxima da legislação fascista italiana para o esporte, visto que todos os níveis do desporto brasileiro se encontravam sob a chancela de um órgão maior que era o CND, regido pelo governo da época (ALVES; PIERANTINI, 2007, p. 11).

Já em outubro de 1975, durante o Regime Militar, foi publicada uma nova legislação muito semelhante ao decreto getulista: a Lei nº 6.251. Por meio desse novo dispositivo, deu-se a primeira definição legal do que viria a ser o desporto. Com o surgimento desta nova legislação, o CND ampliava seu poder, tornando-se, a partir de então, o Legislativo, o Executivo e o Judiciário do esporte no Brasil (SILVA, 2008).

Posteriormente, através da Lei 6.354 de setembro de 1976, foi instituída a figura do passe como importância devida por um clube a outro pela cessão do atleta durante a vigência do contrato do atleta com a agremiação empregadora e, até mesmo, após este período. Pela primeira vez, falava-se em dois vínculos: o primeiro, de natureza trabalhista e o segundo, de natureza desportiva. A partir de então, o atleta era subordinado ao clube na posição de empregado.

A Lei nº 8.672/93 (Lei Zico) foi fundamental para a instauração de uma nova fase do desporto no Brasil. Esta legislação trouxe em seu art. 3º uma visão mais ampla e detalhada do que viria a ser o desporto, como este sendo uma atividade predominantemente física e intelectual, podendo ser reconhecida em três manifestações: desporto educacional, desporto de participação e desporto de rendimento. A referida lei, além de instituir normas gerais sobre o esporte brasileiro, tratou da relação laboral entre clubes e atletas no que tange ao contrato de trabalho do jogador profissional.

Além disso, a Lei Zico trazia importantes disposições, tais como: possibilidade, dos clubes se transformarem em sociedades com fins lucrativos, possibilidade de criação de ligas e, inclusive, a criação das bases jurídicas do direito de arena, instituto que terá seu estudo mais aprofundado no decorrer desta pesquisa. Igualmente, ocasionou em drástica redução da interferência estatal no futebol, transferindo para a iniciativa privada uma grande parte deste poder.

Segundo Correa da Veiga (2020) a ligação do esporte com o Direito se consolidou com a promulgação da Constituição Federal de 1988, a qual passou a tratar o desporto como direito fundamental e social. O desporto passou a ser amparado na Constituição Federal por meio do seu

art. 217, passando a alcançar o patamar da cultura e da educação, ao passo que atua como um dos pilares que garantem o desenvolvimento social. De igual maneira, é importante salientar a autonomia do direito desportivo no tocante ao julgamento das próprias lides, tendo a Justiça Desportiva papel fundamental na resolução de problemas relativos à competição e disciplina.

Atualmente, a Lei n° 9.615/98 – também conhecida como Lei Geral do Desporto, ou Lei Pelé – é o principal instrumento que regula a atividade do atleta profissional de futebol. Tal legislação trouxe o fim da figura do “passe”, sendo o vínculo desportivo, a partir de então, acessório ao vínculo trabalhista do atleta profissional de futebol.

Importante ressaltar que a Lei n° 9.615/98, em seu art. 26, prevê que os atletas e as entidades de prática desportiva são livres para organizar suas atividades profissionais, qualquer que seja sua modalidade. Logo, é por meio da Lei Pelé que não só o jogador de futebol, mas todos os praticantes das demais modalidades podem galgar o posto de profissional do esporte, desde cumpridos os requisitos legais.

3 O contrato de trabalho do atleta profissional de futebol.

É cediço que o contrato de trabalho é um gênero do qual o contrato de emprego é espécie. De igual modo, vale fazer menção à sua definição diante da doutrina, que classifica o contrato de trabalho:

[...] pode ser definido o contrato empregatício como o acordo de vontades, tácito, ou expresso, pelo qual uma pessoa física coloca seus serviços à disposição de outrem, a serem prestados com personalidade, não eventualidade, onerosidade e subordinação ao tomador. A definição, portanto, constrói-se a partir dos elementos fático-jurídicos componentes da relação empregatícia, deflagrada pelo ajuste tácito ou expresso entre as partes. (DELGADO, 2021, p. 501).

Por se tratarem de figuras diferentes, ressalta-se a necessidade de não confundir relação de trabalho com vínculo de emprego. De forma simplificada, verifica-se que a relação de emprego tem suas disposições designadas por meio de um contrato celebrado entre empregador e empregado, o qual deve ser consensual, com a possibilidade de ser ajustado pelas partes contratantes sem o cumprimento de tantas formalidades.

No entanto, embora haja espaço para a versatilidade na elaboração desse instrumento, existem casos excepcionais que trazem a necessidade de cumprimento de diversos requisitos para a formalização da relação empregatícia. Logo, nesses casos, não se fala em contrato de trabalho de natureza comum, mas sim de natureza especial. É o caso dos atletas profissionais de futebol, que possuem suas relações de emprego garantidas por meio de um contrato especial de trabalho desportivo. Isso se dá em razão das diversas especificidades da profissão, bem como da legislação própria que a regulamenta.

Quanto a isso, é oportuno citar algumas dessas particularidades, tais como quesitos

intimamente ligados ao desempenho esportivo (alimentação, condicionamento, avaliações físicas e nutricionais), à saúde (sono, comportamento sexual, suplementação e uso de substâncias ilícitas), assim como os fatores que fazem menção direta à imagem do profissional da área (vestimentas, locais frequentados, entrevistas etc.) (BARROS, 2003).

Considera-se como regra que o contrato especial de trabalho desportivo (CETD) é o instrumento que consagra o negócio jurídico firmado entre o atleta e uma agremiação, definindo as condições de trabalho em que será realizado o labor desportivo profissional. De fato, algumas dessas condições já são pré-fixadas na *lex sportiva*, enquanto que algumas outras disposições podem ser pactuadas livremente entre as partes.

O CETD tem fulcro no art. 28 da Lei Pelé. Deve ser realizado obrigatoriamente na forma escrita, sendo vedada sua forma verbal. Somadas às características básicas do contrato de trabalho convencional – tais como alteridade, habitualidade, caráter consensualista, bilateralidade – a legislação especial também define que o CETD deverá registrado junto a Confederação Brasileira de Futebol (CBF).

A relação de trabalho desportiva ocorre de forma onerosa, sob a orientação do empregador que, no caso, é figurado por uma entidade de prática desportiva. Por conseguinte, o contrato especial de trabalho desportivo deve conter a forma e modo na qual se dará a remuneração do atleta, bem como prêmios, gratificações e bonificações. Ressalta-se que remuneração é gênero do qual salário é espécie, logo, todo salário é remuneração, mas nem toda remuneração é salário (PERAGENE, 2020).

Outrossim, o vínculo empregatício nasce surge quando da assinatura do contrato e gera a obrigação da instituição a pagar salários, resultantes da relação empregatícia. Já o vínculo desportivo, caracterizado no §5 do art. 28 da Lei Pelé, é complementar ao vínculo empregatício e é responsável por garantir ao atleta as “condições de jogo”.

4 A comoditização da imagem do atleta como demanda da Sociedade do Espetáculo.

Segundo Richelieu (2021) a sociedade atual vive a transição do esporte para o *sportainment*. Resumidamente, o referido movimento consiste em um movimento que visa unir esporte e entretenimento, transformando o evento esportivo em um espetáculo voltado para as expectativas e necessidades do consumidor³. No ponto, segundo Marcos Motta, o esporte passa a não mais ser visto desassociado das demandas das novas gerações, o que pode, inclusive, gerar novas receitas para os players que oferecem o serviço esportivo⁴.

No mais, sem sobra de dúvidas, o futebol é um fenômeno único no planeta, dado seu

³ O que é o *sportainment* e como ele pode revolucionar o esporte brasileiro. Disponível em: <https://www.hubstage.com.br/post/o-que-e-o-sportainment>. Acesso em 07 jun. 2021.

⁴ O esporte deve ser considerado parte do entretenimento das pessoas. Disponível em: <https://brandpublishing.com.br/sportainment-esporte-deve-ser-parte-do-entretenimento-das-pessoas-diz-marcos-motta/>. Acesso em 07 jun. 2021.

caráter popular, midiático, econômico e cultural. No plano social, o esporte é visto como manifestação cultural, que permeia a identidade individual de cada indivíduo, dando a este a sensação de pertencimento (BARRACCO, 2018). Para comprovar isso, basta analisar a quantidade de relações sociais formadas, diariamente, com base nas diferenças e similaridades em gostos ligados a diversas modalidades esportivas.

Em outras palavras, o esporte está ligado diretamente à identidade nacional – a qual é parte, senão razão maior da visão do esporte como negócio (SOARES; VAZ, 2009) – ao mesmo tempo em que transcende as barreiras físicas e culturais para atingir o máximo de indivíduos ao redor do mundo.

No aspecto midiático, a importância do esporte e do futebol pode ser facilmente percebida. Todos os dias, chegam até nós informações sobre vendas milionárias de atletas, investimentos de magnatas em clubes de futebol, escândalos de corrupção no esporte e, até mesmo, algum ato impróprio que determinado jogador realizou em seu momento de folga. Tais acontecimentos reverberam em pautas para noticiários e programas esportivos, os quais reproduzem, durante dias, semanas ou até mesmo meses, os mesmos fatos que já são de conhecimento do torcedor e dos demais consumidores da relação esportiva.

No mais, a mídia tem papel fundamental na consolidação do esporte no cenário nacional, afinal:

os meios de comunicação desde cedo foram instrumentais na consolidação do futebol como esporte nacional ao alimentar a paixão do brasileiro por esse esporte, no mesmo passo em que foi justamente aí que se deu o acesso aos “negócios do esporte” já que a idolatria à imagem dos atletas se tornou um bem de mercado – como é o caso do Diamante Negro, apelido do atleta Leônidas da Silva que foi transformado em barra de chocolate pela Lacta ao final da década de 1930 (BARRACCO, 2018, p. 53).

Isso se justifica, pois, o futebol se tornou uma atividade ligada à esfera econômica. Afinal, o esporte, capitaneado na figura do futebol, criou uma indústria própria – a indústria do espetáculo desportivo – que gera e distribui bens de consumo para o seu público alvo: os torcedores.

Sobre isso, vale ressaltar o entendimento de Simon Gardiner (2006), estudioso que defende a posição de que a Indústria do Esporte ocupa posição de destaque no cenário da economia mundial. Para o referido autor: “*Sport is now big business*” (GARDINER, 2006, p. 37).

Nesse diapasão, cita-se o entendimento de Rafael Teixeira Ramos acerca do “espetáculo desportivo” como gerador de riquezas na economia global, ocupando o topo da cadeia do entretenimento:

A exploração econômica do “espetáculo esportivo”, o exercício formal e informal da economia em todos os entornos da “prática e do evento desportivos”, e, conseqüentemente, a profissionalização esportiva posicionaram a Economia Desportiva no topo da Indústria do Entretenimento, sendo o mercado desportivo uma das maiores potencialidades de consumo, portanto, imaginar o Mundo sem desporto é querer imaginar uma involução da crise econômica globalizada que assola a população mundial (RAMOS, Op. cit., p.

7).

Ainda sobre a transformação do futebol como negócio, Roberto de Palma Barracco tece ponderações interessantes acerca desse fenômeno. Segundo o autor:

Apesar de críticas à transformação do esporte como cultura em negócio, esse é um fenômeno que hoje é parte do espetáculo, como pode ser visto pela exploração dos direitos de imagem de atletas – profissionais ou não. Assim, há uma espécie de *commoditização* do indivíduo-atleta ao associar sua imagem, e popularidade, a mercadorias e marcas, que é potencializada pela globalização e pelas novas tecnologias (BARRACCO, 2018, p. 51)

Noutro ponto, não há como deixar de apontar a relação umbilical entre futebol e os conglomerados da mídia, os quais decidem não apenas sobre quotas de patrocínio, mas também como e de que maneira o espetáculo esportivo chegará às televisões, computadores, tablets ou celulares dos torcedores.

É cediço que o desenvolvimento dos meios de comunicação possibilitou que esses conglomerados – os quais são os grandes *players* que comandam o espetáculo desportivo – gerassem novas riquezas, o que, por sua vez, abriu espaço para novas possibilidades de exploração da imagem de jogadores, clubes e patrocinadores envolvidos no evento futebolístico. Enquanto isso, o destinatário final do espetáculo desportivo (leia-se, o torcedor) assiste passivamente aos movimentos de quem realmente comanda o futebol.

Isso posto, é nesse espectro de contemplação da sociedade perante a estrutura criada pelo futebol que as análises e considerações de Guy Debord mostram-se oportunas. Em sua obra *Sociedade do Espetáculo* (2005), o filósofo francês construiu 221 Teses tecendo duras críticas contra a sociedade atual que, em sua visão, organiza-se em volta de uma constante falsificação da vida real, gerada pela espetacularização da vida cotidiana. No ponto, complementando o referido trabalho, em sua obra *Comentários Sobre a Sociedade do Espetáculo* (2003), o autor afirma que:

O espetáculo misturou-se a toda a realidade, irradiando-a. Como se podia prever facilmente em teoria, a experiência prática da realização sem freio das vontades da razão mercantil demonstrou rapidamente e sem exceções que o tornar-se mundo da falsificação era também um tornar-se falsificação do mundo (DEBORD, 2003, p. 13).

Na mesma linha, completa:

O governo do espetáculo, que no presente momento detém todos os meios para falsificar o conjunto da produção tanto quanto da percepção, é o senhor absoluto das lembranças, assim como é senhor incontrolado dos projetos que modelam o mais longínquo futuro. Ele reina sozinho por toda parte e executa seus juízos sumários (Idem).

O pensamento que permeia a obra de Debord tem fulcro nas críticas à fetichização da mercadoria e também na presença maciça de imagens na sociedade contemporânea, as quais induzem seus integrantes a aceitarem, com passividade, a lógica capitalista (NEGRINI;

AUGUSTI. 2021). No ponto, a relação entre imagem e espetáculo é abordada na Tese 4 da obra de Debord (2005), que aduz ser o espetáculo constituído pela relação social entre pessoas, relação esta que é diariamente mediada por imagens. Ou seja, o pensador considera que a sociedade contemporânea é permeada pela representação, ao passo que “*toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de espectáculos. Tudo o que era directamente vivido se afastou numa representação*” (DEBORD, 2005, p. 8).

Na opinião de Michele Negrini e Alexandre Augusti (2021), Debord considerava que a teatralidade e a representação tomaram conta da sociedade, fazendo com que esta não distinguisse com clareza o que é natural daquilo que é ilusório. Por sua vez, a crítica desse pensador é demasiadamente aguda ao ponto de ser possível deduzir que, para Debord, até mesmo as relações sociais não são pautadas na autenticidade.

Na Tese 6, o filósofo expõe sua visão no sentido de considerar que o espetáculo é um mecanismo de dominação da sociedade, atuando como reafirmador das escolhas já feitas por quem detém os meios de produção. Desse modo, como aduzem Negrini e Augusti, “*o espetáculo atua a favor do capitalismo e o consumo acaba sendo sua consequência*” (Idem, p. 04).

Isso posto, resta clara a opinião de que, para Debord, o público consumidor das imagens e do espetáculo, além de alienado, mantém uma postura passiva diante desse cenário de dominação. Isso é reafirmado em sua Tese 30, *in verbis*:

A alienação do espectador em proveito do objecto contemplado (que é o resultado da sua própria actividade inconsciente) exprime-se assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos ele compreende a sua própria existência e o seu próprio desejo. A exterioridade do espectáculo em relação ao homem que age aparece nisto, os seus próprios gestos já não são seus, mas de um outro que lhes apresenta. Eis porque o espectador não se sente em casa em nenhum lado, porque o espectáculo está em toda a parte. (DEBORD, 2005, p. 19)

Conforme expõe Jamile Dalpiaz (2002), é exatamente este o cenário atual em que se encontra o consumidor do futebol. Afinal, este não mais vê com o mesmo olhar crítico o esporte pelo qual criou fortes vínculos passionais. O cenário do futebol atual é totalmente diferente do anterior. Com o passar do tempo, o improviso característico dos jogadores brasileiros perdeu espaço para os frios e engessados esquemas táticos. Soma-se a isso, a ingerência de cartolas e empresários nas equipes que performam o espetáculo desportivo. O consumidor do esporte se depara com avanços no campo da tecnologia, mas que não trouxeram, necessariamente, um ganho ao espetáculo em si e, hoje, assiste a essa mudança com um olhar acomodado.

No ponto, segundo Jamile Dalpiaz:

Nos dias de hoje pouco, ou quase nada, se assiste do futebol-arte durante anos aqui praticado, não se vê mais o talento de um jogador, mas uma indústria de (super) jogadores. A prática deste esporte já não faz mais história, no sentido de que o jogo é o espetáculo, com início, meio, fim e ponto final, numa busca ao eterno presente, como já apontara Debord ao caracterizar a sociedade

moderna. A inovação tecnológica foi também fator último na constituição do espetáculo futebolístico da atualidade, pois transmissões via satélite, câmeras, enfim, todo o aparato tecnológico disponível, colocam-nos na condição de contempladores (DALPIAZ, 2002, p. 10).

Ou seja, é praticamente impossível que o torcedor consuma o seu clube de coração fora deste sistema puramente empresarial, o qual trata esse torcedor não apenas como cliente – consumidor do espetáculo, artigos esportivos, serviços e produtos licenciados – mas também, ao mesmo tempo, como matéria prima para a construção de novas imagens do espetáculo que é o futebol. Trata-se da efetivação de uma indústria cultural que não se restringe apenas às terras brasileiras, mas encontra aqui solo fértil para prosperar sem ser questionada.

Ademais, através da análise do ambiente do futebol, é possível enxergar a aplicação do pensamento de Debord a essa indústria. Nunca a força da mídia e a tirania das imagens foram tão presentes quanto hoje. Também, em nenhum outro momento da história, os envolvidos no espetáculo desportivo tiveram tanto poder de decisão como têm hoje, ao ponto de romper as fronteiras do futebol com os ramos da arte, economia, cultura, vida cotidiana e, até mesmo, a política.

No ponto, em referência às opiniões de Roberto Da Matta (1982), expõe Jamile Dalpiaz que:

o futebol praticado país deve ser visto não só como um esporte, mas também como um conjunto de valores e relações sociais. A música, o relacionamento com os santos e espíritos, a hospitalidade, a amizade, a comensalidade e, naturalmente, o carnaval e o futebol permitem ao brasileiro entrar em contato com o seu mundo social. Nestes domínios, as regras não mudam e são aceitas indistintamente por todos (DALPIAZ, 2002, p. 10).

Afinal, diversos players vêm se aproveitando da imagem construída pela tradição futebolística brasileira, firmando acordos milionários com federações, clubes e atletas. Cita-se a presença de várias empresas do ramo de telecomunicações e streaming investindo na modalidade, principalmente no que tange às cotas de publicidade e direitos de transmissão. Noutro ponto, citam-se os vultosos patrocínios oferecidos, inclusive, por instituições financeiras que resolveram recolher uma fatia desse mercado ao buscarem um incremento da própria imagem ao se associarem com entidades de prática desportiva.

Portanto, se determinado jogador tem um valor de imagem astronômico, é importante entender por que o mercado considera seu valor como tal. A construção das imagens no futebol advém da própria demanda do consumidor da modalidade, sendo impossível debater a incongruência desses valores ligados à imagem do futebolista sem associá-los àqueles que sustentam a estrutura do espetáculo.

5 Direito de personalidade.

Antes de adentrarmos nas questões relativas à licença de uso de imagem (conhecida no

futebol apenas como direito de imagem) e direito de arena, faz-se necessário abordar o conceito referente a direitos de personalidade.

Sobre a concepção dos direitos de personalidade, Caio Mário sustenta que:

a par dos direitos economicamente apreciáveis, ditos patrimoniais, outros há, não menos valiosos, merecedores de amparo e proteção da ordem jurídica. Atinentes à própria natureza humana, ocupam eles posição supra estatal, já tendo encontrado nos sistemas jurídicos a objetividade que os ordena, como poder de ação, judicialmente exigíveis (PEREIRA, 2020, p. 200).

Historicamente, a presença dos chamados direitos de personalidade nas Constituições contemporâneas advém das ideias da Escola de Direito Natural. Com respeito a tal corrente de pensamento, esta proclamava a existência de direitos inatos, tais como o direito à vida, à liberdade, à saúde, à honra etc. E foi essencialmente como procedeu a *mens legislatoris*, convertendo tais ideais jus naturalistas em preceitos incorporados na Carta Magna de 1988.

Os direitos de personalidade estão umbilicalmente ligados à própria condição humana. Isso, pois, trata-se de direitos que decorrem da proteção da dignidade da pessoa humana e da capacidade que o indivíduo tem de controlar o uso de sua imagem, honra, nome e tudo mais que seja digno de proteção, amparo e defesa na ordem constitucional, penal, administrativa, processual e civil.

Logo, os direitos da personalidade são aqueles indispensáveis ao pleno e saudável desenvolvimento das virtudes físicas e mentais do indivíduo. Tais direitos acompanham a pessoa do início ao terminus de sua personalidade, o qual, segundo o art. 6º do Código Civil brasileiro, se dá com a morte da pessoa humana. No entanto, a relevância da matéria é tanta que alguns direitos como a honra, imagem e direito moral do autor de obra intelectual (vide art. 24, §1 da Lei 9.610/98) são garantidos mesmo após o fim da vida do indivíduo.

Ademais, vale salientar que ao tratarmos dos direitos da personalidade, é atécnico dizer que a pessoa tem ou não direito à personalidade. Em verdade, é da personalidade que se irradiam os direitos, sendo o mais correto uma afirmativa no sentido de que personalidade é o ponto de apoio de todos os direitos e obrigações (PEREIRA, 2020, p. 203).

Enfim, são direitos que tratam de proteger o ser humano naquilo que lhe é próprio, bem como às suas projeções para o mundo externo. Logo, a violação desses direitos poderá causar repercussões patrimoniais, tais como direito à indenização por perdas e danos caso se configure uso indevido da imagem de uma pessoa.

6 Direito de imagem e licença de uso de imagem.

Leciona Correa da Veiga (2020) que boa parte dos vencimentos do atleta profissional de futebol é pago por meio da celebração de um contrato de cessão de uso de imagem. De fato, apesar de tal prática possuir base legal, vem sendo discutida nos Tribunais visto que alguns clubes e

atletas celebram esse tipo de contrato sem a devida e proporcional utilização da imagem do jogador, assunto este que será mais bem abordado, posteriormente.

Conforme já exposto, o direito de imagem está intimamente ligado aos direitos de personalidade. Logo, qualquer pessoa tem o direito de ver seu retrato em público apenas mediante o próprio consentimento. Afinal, a doutrina classifica o direito de imagem como “*essencial, absoluto, oponível erga omnes, geral, irrenunciável, imprescritível, inexpropriável e impenhorável*” (VEIGA, 2020, p. 289). No entanto, o direito de imagem detém uma peculiaridade que o difere dos demais direitos de personalidade, qual seja seu conteúdo patrimonial, passível de exploração econômica por parte do seu detentor.

Quanto a isso, segundo Francisco Ferreira Jorge Neto e Jouberto de Quadros Pessoa Cavalcante:

o direito à imagem não pode ser objeto de um contrato, contudo, o titular pode ceder o uso da sua imagem (=direito) a terceiros. A essa cessão, adota-se o nome de contrato de licença de uso de imagem do atleta profissional. (JORGE NETO & CAVALCANTE, 2019. p. 1062).

Ainda sobre o contrato de licença de uso de imagem do jogador, discorrem os referidos autores que:

O contrato de licença de uso de imagem é o negócio jurídico formal e por prazo determinado entre o atleta profissional de futebol e a entidade de prática desportiva e/ou patrocinadores, cujo objetivo é a exploração da imagem do atleta, como forma da divulgação da marca do clube e/ou dos produtos do patrocinador. Deve conter: (a) o meio pelo qual a imagem será divulgada (televisão, jornal, revista, cartaz, outdoor etc.); (b) tipo do evento (promoções, festas, entrevistas etc.); (c) o prazo determinado para a sua divulgação; (d) a quantidade da divulgação (número de exposição da imagem); (e) exclusividade ou não da divulgação; (f) o valor a ser pago e a forma de pagamento; (g) forma de revisão. (Idem).

Logo, apesar de o direito de imagem não ser passível de transferência, ele é passível de licenciamento por tempo e fins determinados. Logo, é possível haver permissão, autorização ou concessão para o uso da imagem por terceiros, desde que tal disposição esteja prevista em instrumento contratual, contendo: finalidade de uso da imagem, abrangência territorial, meios de divulgação, quantidade de publicação etc (VEIGA, 2020).

O direito de imagem encontra amparo legal no inciso XXVIII, do art. 5º da Carta Magna e no art. 20 do Código Civil. Desse modo, o legislador constituinte assegurou a inviolabilidade da imagem da pessoa no seu aspecto fisionômico e em sua correspondente reprodução, os quais não poderão ser violados sob pena de indenização (VEIGA, 2020). Inclusive, segundo a Súmula 403 do STJ, o pagamento da indenização independe de prova do prejuízo causado.

Voltando à questão ligada à dupla vertente da imagem, o inciso X do art. 5º da CF traz a concepção de imagem mais abordada cotidianamente, fazendo referência à representação física da pessoa, seja no todo ou em partes separadas do corpo (MARCONDES, 2020). Trata-se, aqui,

da concepção de imagem-retrato,

No entanto, a palavra imagem também abrange o significado de conjunto de características do indivíduo reconhecidas socialmente. Ou seja, a imagem também assume a ideia de características próprias de determinado indivíduo. Trata-se da imagem-atributo, representada no inciso V do art. 5º do Texto Constitucional.

Logo, é o espectro da imagem-atributo dos atletas que atrai o interesse de grandes players do mercado desportivo, os quais procuram associar suas marcas a figuras de papel relevante no cenário desportivo, cujas imagens coadunem com o conceito que pretendem transmitir a seu público consumidor.

Dadas as supracitadas características da imagem, é possível chegar à conclusão de que o direito de imagem é *sui generis*: ao passo que a imagem-retrato é intransmissível, a imagem-atributo pode ser explorada economicamente. Afinal, na última hipótese, não se trata da transferência da imagem em si, mas apenas da possibilidade de licenciá-la para uso dos direitos patrimoniais decorrentes da utilização da imagem em questão (MARCONDES, 2020).

Importante ressaltar que os termos “contrato de imagem” ou “contrato de cessão de imagem”, frequentemente usados no cotidiano, não são corretos quando se tratar deste instrumento. Mais preciso seria chamá-lo por “contrato de licença de uso de imagem”, visto que o titular concede somente o exercício do direito de exploração por tempo determinado, podendo fazê-lo também de forma onerosa, mas não cedendo o direito à própria imagem. Afinal, conforme já tratado anteriormente, esse é personalíssimo e, logo, indisponível (CAÚS & GOÉS, 2013).

No mais, não pairam dúvidas de que o texto constitucional estende a proteção da imagem para os atletas profissionais de futebol. Logo, o direito de imagem dos jogadores pode ser objeto de licença de uso, cessão e autorização, com ou sem exploração comercial. No entanto, o uso comercial da imagem, som, voz, nome e apelido desportivo do jogador profissional de futebol dependerão, em todas as ocasiões, de sua prévia e expressa autorização, podendo, este, ser indenizado pelo uso indevido de sua imagem (CAÚS & GOÉS, 2013).

7 Da possibilidade de exploração da imagem do atleta por pessoa jurídica.

A Lei nº 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais) foi editada com o intuito de autorizar que direitos personalíssimos fossem usados por terceiros. No ponto, em seu art. 89, tal legislação estabelece que as normas relativas a direitos autorais possam ser aplicadas, naquilo que couber, aos direitos de artistas, intérpretes e executantes, os quais são caracterizados por fazer uso, no desempenho de suas funções, de direitos da personalidade, tais como a imagem. (MARCONDES, 2020).

Quanto à possibilidade de cessão e licenciamento desses direitos a terceiros, esta tem fulcro no art. 49 dessa mesma Lei. Junto a isso, levando em conta que o art. 89 da Lei nº 9.610/98

considera aplicáveis os direitos do autor aos direitos dos artistas, intérpretes e executantes, é possível concluir que as pessoas estão autorizadas a explorar e dispor, conforme seus interesses, os direitos de personalidade, tal qual a imagem, nome, voz etc, sem qualquer restrição quanto à forma como isso seria feito (MARCONDES, 2020).

Corroborando com o disposto na Lei de Direitos Autorais, a Lei nº 11.196/05, em seu art. 129, estabelece que os direitos personalíssimos podem ser explorados por meio de pessoa jurídica. Ou seja, o legislador reconheceu que pessoas jurídicas podem estar envolvidas em atividades ligadas à utilização de direitos de personalidade, desde que respeitem as determinações tributárias e previdenciárias ligadas à mesma.

No ponto, é importante ressaltar que, tradicionalmente, as empresas são responsáveis por produzirem bens e serviços necessários para a vida em sociedade e que, desde o momento estas ganharam destaque com o desenvolvimento da sociedade e do comércio, as atividades empresariais não ficaram restritas a este último (COELHO, 2015). Logo, com o desenvolvimento da sociedade, houve o surgimento de novas necessidades, as quais abriram caminho para novos campos de atividade empresarial, sendo a atividade de cessão de uso de imagem de desportistas uma destas, coadunando com no §5 do seu art. 980-A, Código Civil.

No mais, tal atividade está incluída na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), na subclasse 2.3, sob o nº M-7490-1/05 - Agenciamento de profissionais para atividades esportivas, culturais e artísticas. Em suas notas explicativas, fica explícito que essa subclasse compreende também a cessão de uso de imagem de artistas e esportistas. Logo, há base legal para que os atletas tenham suas imagens exploradas mediante a figura de uma pessoa jurídica, dada a natureza também empresarial de suas atividades.

A natureza da atividade exercida pelos atletas os tornam rapidamente pessoas públicas que carregam consigo uma gama de atributos pessoais, tais quais a beleza, força, sucesso, carisma etc. Alguns desses atributos possuem enorme valor comercial, visto que durante o exercício de suas profissões, tais características tornam transformam esses atletas em verdadeiras marcas.

No ponto, citam-se as lições de Carlos Eduardo Ambiel:

exemplos não faltam de pessoas, especialmente artistas e atletas, das mais diversas modalidades, que devido ao sucesso obtido em sua atividade profissional, se tornaram nome e marcas valiosíssimas e conhecidas em todo mundo, podendo-se citar casos extremos de esportistas como Michael Jordan, Ayrton Senna, Roger Federer, Tom Brady, David Beckham e tantos outros que se fizessem de seus nomes e imagens marcas mundialmente conhecidas e relacionadas a atributos pessoais valiosíssimos como vitória, eficiência, elegância, patriotismo, saúde, beleza e sucesso (AMBIEL, Op. cit., p. 83).

Isso posto, é sabido que os jogadores de futebol, no momento de suas contratações, passaram a celebrar paralelamente ao contrato de trabalho um contrato de cessão do direito de imagem, o qual é entabulado entre a agremiação desportiva e pessoa jurídica constituída pelo jogador para essa finalidade.

No ponto, a Lei Pelé prevê expressamente a possibilidade de o clube empregador celebrar com o atleta contrato de licença de uso de imagem. Isso, pois, seus arts. 31, *caput* e 87-A admitem a coexistência de ambos os contratos: imagem e trabalho. Logo, por meio da leitura dos supracitados dispositivos, entende-se que a regra compreende na possibilidade de o atleta profissional firmar dois contratos simultâneos para auferir remuneração por seus serviços desportivos. E, conforme já exposto, a própria legislação desportiva limita o montante a ser pago em título de direito de imagem ao atleta, sendo o montante máximo deste valor, quando comparado à remuneração do atleta, de no máximo 40% (quarenta por cento) desta.

8 A questão tributária da exploração da imagem do atleta profissional de futebol mediante pessoa jurídica.

Conforme exposto, apesar da cessão do direito de imagem dos atletas profissionais de futebol a terceiros mediante pessoa jurídica, tal procedimento ainda é alvo de questionamentos por parte da Receita Federal. Afinal, os valores arrecadados pelo Fisco variam muito quando comparamos o recolhimento do Imposto de Renda (IR) por uma pessoa física com aquele recolhido por uma pessoa jurídica.

Quanto a isso, de acordo com Rafael Marchetti Marcondes:

O motivo de tantos embates entre Fisco e contribuintes se deve à diferença existente entre a carga tributária incidente sobre os resultados apurados diretamente na pessoa física e aqueles apurados por intermédio de pessoa jurídica. (MARCONDES, 2018, p. 26).

No ponto, a tributação que recai sobre uma pessoa jurídica depende diretamente da sistemática de arrecadação à qual esta se sujeita, quais sejam: a do lucro real, a do lucro presumido, a do lucro arbitrado ou a do Simples Nacional (Idem). Tal conclusão pode ser alcançada através da análise do art. 44 do Código Tributário Nacional (CTN), dispositivo pelo qual o legislador possibilitou que o IR possa ser calculado com base: na renda efetivamente apurada (real); em presunção de renda (presumido); em valores definidos pelas autoridades fiscais. (MARCONDES, 2020).

Destaca-se que, em sua grande maioria, as empresas detentoras do direito de exploração comercial da imagem, voz, nome, apelido e demais representações da imagem-atributo de jogadores de futebol estão submetidas ao regime do lucro presumido ou mesmo do Simples Nacional (MARCONDES, 2020). O regime do lucro real até seria possível, mas só seria interessante no caso de atletas que mantivessem um faturamento muito elevado em suas empresas.

Considerando que a opção pelo Simples Nacional é exceção no caso das pessoas jurídicas constituídas por atletas profissionais, tais empresas, em sua maioria, ficam sujeitas ao regime cumulativo de apuração do PIS/COFINS a partir da aplicação da alíquota conjunta de 3,65% (ou seja, 0,65% de PIS + 3% relativo a COFINS) sobre a sua receita bruta, a qual corresponde à base

de cálculo (MARCONDES, 2020).

Já quanto ao ISS, na ocasião de o atleta prestar serviços a terceiros por intermédio de pessoa jurídica, sem que haja relação empregatícia, o valor referente a esse tributo será calculado na mesma linha das demais empresas. Novamente, a base de cálculo do tributo corresponde ao valor do serviço prestado (cessão dos direitos de imagem), enquanto que sua alíquota pode variar entre 2% e 5%, de acordo com as particularidades da atividade, nos termos do art. 8º, inciso II e art. 8º-A da Lei Complementar nº 116/2003.

Vale destacar que a esmagadora maioria das pessoas jurídicas constituídas por atletas, e que servem para comercializar a imagem do jogador, não possuem funcionários. Ou seja, a maioria dessas empresas é isenta do pagamento de FGTS, INSS e da contribuição para as terceiras entidades (MARCONDES, 2020)

No ponto, a adoção do modelo empresarial nesse tipo de transação torna-se interessante para quem paga os valores pela cessão dos direitos de personalidade na medida em que, não havendo relação empregatícia, os valores pagos não são considerados salário e, por sua vez, não se sujeitam a encargos padrões dessa natureza de parcela, tais como INSS, FGTS, férias etc.

Com o objetivo de demonstrar essa diferença nos valores recebidos pelo atleta a título de imagem, a Tabela 1 apresenta a carga tributária de uma empresa submetida ao regime de lucro presumido e a Tabela 2 a carga tributária que recai sobre os ganhos de um atleta na pessoa física. No ponto, foi considerada a quantia de R\$ 100.000,00 (cem mil reais) como valor a ser recebido a título de direitos de imagem pelo atleta, enquanto que a pessoa jurídica por este constituída não possui funcionários (o que a exime de pagamento de FGTS e INSS). Veja-se:

Tabela 1 – Tributação dos rendimentos auferidos por pessoa jurídica.

	IRPJ	CSL	PIS	COFINS	ISS	SUBTOTAL
BC = % do rend.	32	32	100	100	100	-
BC (R\$)	32.000	32.000	100.000	100.000	100.000	-
Al. (%)	15	9	0,65	3	5	-
Al. (R\$)	4.800	2.880	650	3.000	5.000	16.330
Adic. (%)	10	-	-	-	-	
Adic. (R\$)	1.200	-	-	-	-	1.200
TOTAL						17.530

Fonte: MARCONDES, 2020, pp. 154 -155 (modificada).

Legenda:

BC: base de cálculo – definida a partir de porcentagem aplicada sobre o rendimento

Al: alíquota

Adic: adicional

Tabela 2 - Tributação dos rendimentos auferidos por pessoa física.

	IRPF	ISS	SUBTOTAL
BC = % do rend.	100	100	-
BC (R\$)	100.000	100.000	-
Al. (%)	27,5	5	-
Al. (R\$)	27.500	5.000	32.500
TOTAL			32.500

Fonte: MARCONDES, 2020, p. 155 (modificada).

Legenda:

BC: base de cálculo – definida a partir de porcentagem aplicada sobre o rendimento

Al: alíquota

Ou seja, a discrepância entre os valores auferidos por pessoa física e jurídica é tão grande que, por meio da demonstração acima, fica evidente o porquê de muitos desportistas optarem por receberem as verbas ligadas aos direitos de imagem mediante o intermédio de uma pessoa jurídica. Aliás, não apenas os atletas preferem tal método, mas também o preferem os clubes.

9 Da caracterização da fraude no contrato de cessão de uso imagem.

De fato, quando acompanhado pelo fiel seguimento das leis, o contrato de cessão do uso de imagem do atleta não guarda qualquer relação ao salário, pois trata-se de verba de natureza civil e, portanto, indenizatória. No entanto, o desvirtuamento do contrato de imagem faz com que os valores percebidos pelo jogador passem a ser considerados como salários, ensejando o pagamento de todos os encargos legais e demais direitos trabalhistas aos quais faz jus o atleta lesado por essa relação jurídica (JORGE NETO, CAVALCANTE, Op. cit.).

Por isso, no tocante à efetiva validade desse instrumento, é preciso que sejam levados em consideração: a efetiva utilização da imagem como participação em propagandas, entrevistas, campanhas publicitárias etc.; a notoriedade da imagem do atleta, representada pelo reconhecimento social do jogador junto aos torcedores e demais atores da sociedade; a proporcional utilização e notoriedade da imagem do atleta quando comparada ao valor auferido por aquele (JORGE NETO, CAVALCANTE, Op. cit.).

A situação de fraude nos contratos de imagem pode ser observada a partir do momento em que a realidade se depara com: (a) contratos de imagem com valores muito superiores ao salário efetivo do atleta; (b) situações contratuais em que os valores previstos como indenização pelo uso da imagem do atleta não correspondem às cláusulas obrigacionais atinentes ao atleta; (c) a não utilização efetiva da imagem do jogador por parte do clube empregador; (d) jogadores que não possuem reajusta salarial no CETD, porém, têm seus contatos de imagem aumentados de forma constante (JORGE NETO, CAVALCANTE, Op. cit.).

10 Os conceitos de arena e direito de arena

De acordo com a doutrina, o nome direito de arena possui origem latina, e significa areia, fazendo menção ao material que cobria o palco dos anfiteatros do Império Romano (27 a.C. - 476 d.C.) nos quais os lutadores – os quais, em sua maioria, eram prisioneiros de guerra, escravos ou criminosos – lutavam entre si, ou contra animais, a fim de servir como espetáculo e entretenimento para a plebe romana. (VEIGA, 2020; MARCONDES, 2020).

No ponto, leciona Rafael Marchetti Marcondes:

Os estádios nos quais os confrontos eram realizados tinham seu piso feito de areia, com a finalidade de absorver o sangue que vertia dos gladiadores e dos animais em violentas batalhas. Com isso, pouco a pouco, a palavra arena, que antes se referia ao material pelo qual era feito o piso desses espaços públicos de lazer, passou a designá-los. (Idem).

Interessante perceber que o legado romano é presente em diversos aspectos da sociedade contemporânea ocidental, não se limitando apenas às heranças do sistema jurídico *Civil Law*, o Cristianismo e a própria matriz latina do idioma português. No ponto, em pleno século XX, a mesma lógica de combate das arenas romanas ainda é usada nos gramados das Arenas de futebol, visto que os consumidores dos eventos esportivos, por vezes, valorizam mais a raça⁵ daqueles que performam o espetáculo desportivo, entregando o máximo de suor – e, às vezes, até sangue – enquanto estiverem vestindo a camisa de uma agremiação, do que a própria plasticidade de seus movimentos dentro de campo.

Atualmente, o vocábulo faz menção ao instituto jurídico específico aplicável às entidades de prática desportiva. No ponto, o chamado direito de arena faz menção ao direito dos clubes de autorizar ou impedir a transmissão ou retransmissão de imagens de eventos esportivos por qualquer meio ou processo (MARCONDES, 2020). Ou seja, o direito de arena corresponde ao valor pago aos atletas por sua exposição no espetáculo desportivo.

Isso posto, ressalta-se que o direito de arena não se confunde com direito de imagem. Como se sabe, o direito de imagem é garantido pelos incisos V, X e XIII do art. 5º da CF. É imprescritível, personalíssimo, oponível e indisponível (PERAGENE, 2020). Hoje, o direito de arena é regulado pelo art. 42 da Lei Pelé, que estabelece a titularidade da entidade de prática desportiva, a qual paga a seus atletas participantes um percentual de 5% do preço estipulado para a transmissão do espetáculo desportivo.

Em suma, tal parcela pode ser analisada sob o viés de duas correntes: a que defende sua natureza civil e a que a julga como natureza salarial.

A primeira corrente, sustentada por Felipe Legrazie Ezabella (2006), entende que o direito de arena não tem qualquer relação com o contrato de trabalho do atleta, já que objetiva a proteção da imagem do jogador, sendo dela o valor auferido pelo atleta nesse instituto. Nessa corrente, o

⁵ Termo muito conhecido no mundo do futebol. Representa a expressão "força de vontade", força esta que tem poder de se sobrepor a um adversário teoricamente superior em questões técnicas.

direito de arena tem sua evolução histórica ligada ao direito autoral, e não ao direito do trabalho. Nessa esteira, de acordo com Correa da Veiga, o direito de arena é uma espécie do direito de imagem, estando nele compreendido enquanto consistir na veiculação da imagem do atleta participante de jogos televisionados (VEIGA, 2020). Por conseguinte, também na concepção de Marcos Ulhoa Dani, tal instituto tem natureza civil e representa valor meramente indenizatório, não integrando o salário do jogador (DANI, 2019, p. 66).

No que tange à segunda corrente, esta é encabeçada por Domingos Sávio Zainaghi, Sergio Pinto Martins e Alice Monteiro de Bastos (PELUSO, 2009). Para os referidos doutrinadores, o direito de arena possui natureza remuneratória. Isso, pois, consideram que o direito de arena decorre diretamente do trabalho do atleta dado que, inexistindo tal trabalho, cessa-se também o referido direito. Logo, a segunda corrente também considera a repercussão que o direito de arena tem sobre os aspectos previdenciários e sobre as demais parcelas, tais quais: o 13º salário, férias, aviso prévio e FGTS.

Mas, é importante salientar que existem ocasiões em que tal parcela sequer é devida. Ou seja, quando não houver transmissão ou retransmissão do evento esportivo, quando a captação dessas imagens tiver intuito jornalístico e estiver adstrita a no máximo 3% do tempo total do evento, ou mesmo quando o clube autorizar a captação das imagens de maneira gratuita, a parcela referente ao direito de arena não será devida aos atletas participantes do evento.

Ressalta-se também que, de acordo com a doutrina, alguns profissionais que também constroem o espetáculo desportivo junto dos atletas não devem receber valores referentes a direito de arena. No ponto, segundo Correa da Veiga e Ezabella, tanto os técnicos quanto os massagistas, preparadores físicos ou mesmo os gandulas “não são aptos a receberem participação no valor a ser partilhado do direito de arena” (EZABELLA, Op. cit.), dado que “suas aparições nos meios audiovisuais decorrem de suas atividades laborais” (Idem).

11 Conclusão

Este trabalho buscou, por meio de uma análise sistêmica do cenário histórico, legal, econômico, filosófico e social, contribuir com o estudo dos principais pontos que circundam a atuação do atleta profissional de futebol no espetáculo desportivo, bem como os fatores que possibilitaram a exploração econômica da sua imagem, decorrente do labor dentro de campo, fora das quatro linhas.

Para tanto, iniciou-se a investigação do tema por sua parte histórica, a fim de descobrir em que momento a legislação reconheceu o atleta profissional de futebol como um trabalhador diferenciado, garantindo-lhe direitos e garantias constitucionais e infraconstitucionais. Em seguida, restaram-se evidenciadas as principais diferenças entre o contrato especial de trabalho desportivo e o contrato de trabalho convencional. Em seguinte, foi feita a análise sobre o porquê e de que maneira pode ser feita a remuneração da imagem do atleta profissional de futebol. O

desenvolvimento do tema partiu de uma análise crítica da obra de Guy Debord nomeada Sociedade do Espetáculo (1967), a partir da qual foi feito um paralelo entre os altos valores ligados à profissão de atleta de futebol com a ideia de espetacularização de alguns elementos da vida em sociedade.

Posteriormente, optou-se por continuar o estudo pelos aspectos doutrinários, constitucionais e infraconstitucionais ligados aos direitos de personalidade, dos quais o direito à imagem decorre. Investigou-se a possibilidade legal de o jogador comercializar sua imagem-atributo por meio de empresa, bem como a possibilidade dos clubes adquirirem esses direitos de imagem por meio de sublicenciamento junto às empresas que já detém o direito de negociar a imagem desses jogadores.

Devido à complexidade do tema referente à cessão da imagem dos atletas a empresas para que estas as negociem, decidiu-se por investigar a viabilidade econômica dessa operação. Percebeu-se que a tributação incidente sobre a pessoa jurídica é menor do que aquele incidente sobre a pessoa física, o que demonstra a vantagem desse tipo de operação.

Superadas as problemáticas relativas ao Fisco, passou-se a investigar a questão sob a ótica da Justiça do Trabalho. Mostrou-se que, caso sejam identificadas irregularidades nesses quesitos, configurar-se-á desvirtuamento do contrato de imagem do atleta que, por sua vez, caracterizaria a natureza salarial da parcela e ensejaria o pagamento das demais verbas incidentes àquela.

Em sua última parte, este trabalho abordou a segunda forma de remuneração da imagem do atleta: o direito de arena. Foi abordada a questão etimológica do termo “arena” comparando-o com o conceito atual que temos sobre o termo e a natureza jurídica do instituto

Em suma, este trabalho buscou investigar parte do sistema jurídico-desportivo que garante a atletas e clubes a possibilidade de performarem o espetáculo desportivo e obterem ganhos econômicos advindos da exploração da imagem do evento futebolístico. O futebol é um produto inserido na lógica capitalista que, assim como o referido sistema de produção de riquezas, fagocita diversas relações sociais e comerciais que estão ao seu entorno. O futebolista, que antes era visto como desocupado, hoje é visto como um trabalhador-vitrine, que pode vincular a própria marca construída por meio do seu trabalho dentro de campo a de outras empresas que desejam se associar a uma figura de sucesso no esporte. E essas relações comerciais entre atletas clubes e empresas podem ou não ser intermediadas por outra pessoa jurídica que detenha os direitos de imagem daquele que garante a existência do espetáculo desportivo.

Referências

ALVES, José Antônio Barros; PIERANTI, Octavio Penna. **Estado e a Formulação de uma Política Nacional de Esporte no Brasil**. In: RAE - eletrônica, v. 6, n. 1, janeiro-junho, 2007.

AMBIEL, Carlos Eduardo. **“Direito de imagem e direito de arena: natureza jurídica e efeitos**

na relação de emprego”. In: Revista do Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região, São Paulo, SP, n. 17, p. 80-89, 2015.

BARRACCO, Roberto de Palma. **Contribuição para a sistematização do processo desportivo: fundamentos da jurisdição desportiva**. 2018. 352 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

BARROS, Alice Monteiro. **As relações de trabalho no espetáculo**. São Paulo: Ltr, 2003.

CAÚS, Cristiana; GOÉS, Marcelo. **Direito aplicado a gestão do esporte**, 1ª ed. São Paulo: Editora Trevisan, 2013.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de direito comercial**. 27. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

COUTINHO FILHO, José Eduardo. **Futebol globalizado: paixão de bilhões, mercado de trilhões**, 1ª ed. Belo Horizonte: D'Plácido, 2021.

DALPIAZ, Jamile. “Os caminhos e os (des)caminhos apontados em A Sociedade do Espectáculo para se pensar o futebol brasileiro”. In: Revista Famecos, Porto Alegre, v. 9, n. 17, p. 142-152, abril, 2002. ISSN: 1980-3729.

DAMATTA, Roberto. **Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

DANI, Marcos Ulhoa. **Transferências e registros de atletas profissionais de futebol: responsabilidades e direitos**. 2ª ed. São Paulo: LTr, 2019.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Lisboa: Edições Antipáticas. 2005.

DEBORD, Guy. **Comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Projeto Periferia, 2003. E-book. Disponível em: <http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/socespetaculo.pdf>. Acesso em 30 mai. 2021.

SILVA, Rodrigo Ferreira da Costa; GRAICHE, Ricardo. **Elementos de Direito Desportivo Sistêmico**. São Paulo: Quartier Latin, 2008.

DELGADO, Mauricio Godinho. **Curso de Direito do Trabalho**. São Paulo: LTr, 2021.

DORIGO, Gianpaolo; VICENTINO, Cláudio. **História do Brasil**. São Paulo: Scipione, 3ª ed., 2011.

EZABELLA, Felipe Legrazie. **O direito desportivo e a imagem do atleta**. São Paulo: IOB Thomson, 2006.

GARDINER, Simon et al. **Sports Law**. 3. ed. Sydney/London: Cavendish, 2006.

JORGE NETO, Francisco Ferreira; CAVALCANTE, Jouberto de Quadros Pessoa. **Direito do Trabalho**. 9ª ed. São Paulo: Atlas, 2019.

MARCONDES, Rafael Marchetti. **A Tributação do Direito de Imagem no Esporte**. São Paulo: Quartier Latin, 2018.

MARCONDES, Rafael Marchetti. **Manual da Tributação no Esporte**. São Paulo: Quartier Latin, 2020.

MELO FILHO, **Novo ordenamento jurídico-desportivo**. Fortaleza: ABC Fortaleza, 2000.

NEGRINI, Michele; AUGUSTI, Alexandre Rossato. “**O legado de Guy Debord: reflexões sobre o espetáculo a partir de sua obra**”. In: Biblioteca on-line de ciências da comunicação, 2013. p. 2. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/negrini-augusti-2013-legado-guy-debord.pdf>. Acesso em 17 de maio de 2021.

PELUSO, Fernando Rogério. **O atleta profissional de futebol e o direito do trabalho**. 2009. 215 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009.

PERAGENE, Fábio. **O Direito e a relação trabalhista entre clubes e atletas de futebol**. Rio de Janeiro: Processo, 2020.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Instituições de Direito Civil - Vol. I - Introdução ao Direito Civil - Teoria Geral de Direito Civil**. São Paulo: Grupo GEN, 2020.

RAMOS, Rafael Teixeira. “**Direito desportivo e o direito ao desporto na constituição da república federativa do Brasil**”. In: Revista jurídica da FA7: periódico científico e cultural do curso de direito da Faculdade 7 de Setembro, ISSN 1809-5836, Vol. 6, Nº. 1, 2009.

RICHELIEU, André. **From sport to ‘sportainment’: The art of creating an added-value brand experience for fans**. Henry Stewart Publications. **Journal of Brand Strategy**, v. 9, n. 4, p. 408-422, Spring, 2021.

SILVA, Diego Augusto Santos. “**Evolução histórica da legislação esportiva brasileira: do estado novo ao século XXI**”. In: Revista Brasileira de Educação Física, Esporte, Lazer e Dança, v. 3, n. 3, p. 69-78, set. 2008.

SOARES, Antonio Jorge Gonçalves; VAZ, Alexandre Fernandez. **Esporte, Globalização e Negócios: o Brasil dos dias de hoje**. In DEL PRIOE, Mary; DE MELO, Victor Andrade (orgs.). **História do Esporte no Brasil: do Império aos dias atuais**. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

SUSSEKIND, Arnaldo; MARANHÃO, Délio; VIANNA, Segadas. **Instituições de Direito do Trabalho**. 9. Ed. São Paulo: Freitas Bastos, 1983.

TUBINO, Manoel José Gomes. **500 anos de legislação esportiva brasileira: do Brasil Colônia ao início do século XXI**. Rio de Janeiro: Shape, 2002.

VEIGA, Mauricio de Figueiredo Correa da; SOUSA, Fabrício Trindade de. **A Evolução do Futebol e das Normas que o Regulamentam: Aspectos Trabalhista-Desportivos**. 2. ed. São Paulo: Ltr, 2014.

VEIGA, Maurício de Figueiredo Corrêa da. **Manual de direito do trabalho desportivo**. 3ª ed. - São Paulo: LTr, 2020.

MATÉRIAS DE REVISTAS E JORNAIS

O ESPORTE deve ser considerado parte do entretenimento das pessoas. Disponível em: <https://brandpublishing.com.br/sportainment-esporte-deve-ser-parte-do-entretenimento-das-pessoas-diz-marcos-motta/>. Acesso em 07 jun. 2021.

O QUE é o sportainment e como ele pode revolucionar o esporte brasileiro. Disponível em: <https://www.hubstage.com.br/post/o-que-e-o-sportainment>. Acesso em 07 jun. 2021.

RAIO-X do mercado 2020: transferências do futebol movimentaram R\$ 2,5 bilhões. Disponível em: <https://www.cbf.com.br/a-cbf/informes/index/raio-x-do-mercado-2020-transferencias-do-futebol-movimentaram-r-2-5>. Acesso em 31 de maio de 2021.

DECRETOS, LEIS E REGULAMENTOS

BRASIL, Decreto-Lei nº 526, de 1 de Julho de 1938. Institue o Conselho nacional de Cultura. Disponível em: <<https://legis.senado.leg.br/norma/523686/publicacao/15773826>>. Acesso em 22. mai. 2021.

BRASIL, Decreto-Lei nº 3.199, de 14 de abril de 1941. Estabelece as bases de organização dos desportos em todo o país. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1937-1946/del3199.htm. Acesso em 23 mai. 2021.

BRASIL, Lei nº 6.251, de 8 de outubro de 1975. Institui normas gerais sobre desportos, e dá outras providências. Disponível em: <<https://legis.senado.leg.br/norma/548127/publicacao/15807191>>. Acesso em 23 mai. 2021.

BRASIL, Lei nº 6.354, de 2 de Setembro de 1976. Dispõe sobre as relações de trabalho do atleta profissional de futebol e dá outras providências. Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6354.htm>. Acesso em 23 mai. 2021.

BRASIL, Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Diário Oficial, Brasília, 5 out. 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaoconsolidado.htm>. Acesso em: 16 jan. 2019.

BRASIL, Lei nº 8.672/93, de 6 de Julho de 1993. Institui normas gerais sobre desportos e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8672.htm>. Acesso em 23 mai. 2021.

BRASIL, Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998. Institui normas gerais sobre desporto e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9615consol.htm>. Acesso em: 23 mai. 2021.

BRASIL, Decreto nº 9.580, de 22 de Novembro de 2018. Regulamenta a tributação, a fiscalização, a arrecadação e a administração do Imposto sobre a Renda e Proventos de Qualquer Natureza. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ ato2015-2018/2018/decreto/D9580.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2018/decreto/D9580.htm)>. Acesso em 30 mai. 2021.

Artigo recebido em: 20/10/2021

Artigo aceito para publicação em: 16/12/2021