

A Economia das Superestrelas, 45 anos depois

De Roger Federer a Cristiano Ronaldo: talento, atenção e renda na economia digital

1 Introdução

Roger Federer encerrou sua carreira profissional vencendo aproximadamente 54% dos pontos disputados no circuito. Embora sua vantagem sobre os adversários fosse de apenas cerca de 8% nos pontos jogados, Federer venceu mais de 80% das partidas que disputou e conquistou 20 títulos de Grand Slam. Pequenas vantagens acumuladas ao longo do tempo produziram resultados esportivos extraordinários.

No mercado, porém, a diferença foi ainda maior. Federer acumulou uma fortuna estimada em mais de US\$ 1 bilhão, embora não fosse centenas de vezes mais talentoso do que os demais jogadores do circuito.

A mesma aparente contradição aparece em outros esportes. Lionel Messi, Cristiano Ronaldo e Neymar jamais estiveram centenas de vezes acima dos demais jogadores profissionais de futebol em termos de habilidade. Da mesma forma, Michael Jordan não era dezenas de vezes melhor do que os demais jogadores da NBA.

Uma lógica semelhante aparece em muitos mercados de trabalho altamente competitivos. Diferenças relativamente pequenas de produtividade podem gerar diferenças muito maiores de remuneração, especialmente quando tecnologia, escala e preferência dos consumidores amplificam essas vantagens. Cantores, atores, atletas e criadores de conteúdo raramente são centenas de vezes mais talentosos do que seus concorrentes, mas frequentemente recebem centenas de vezes mais.

Por que pequenas diferenças de desempenho produzem diferenças tão grandes de renda?

Essa foi a pergunta formulada por Sherwin Rosen no artigo *The Economics of Superstars*, publicado no *American Economic Review* em 1981.

A ideia central da teoria das superestrelas é simples: quando consumidores preferem os melhores produtos disponíveis e a tecnologia permite distribuição em larga escala, pequenas diferenças de talento podem gerar enormes diferenças de renda.

A Figura 1 ilustra esse mecanismo.

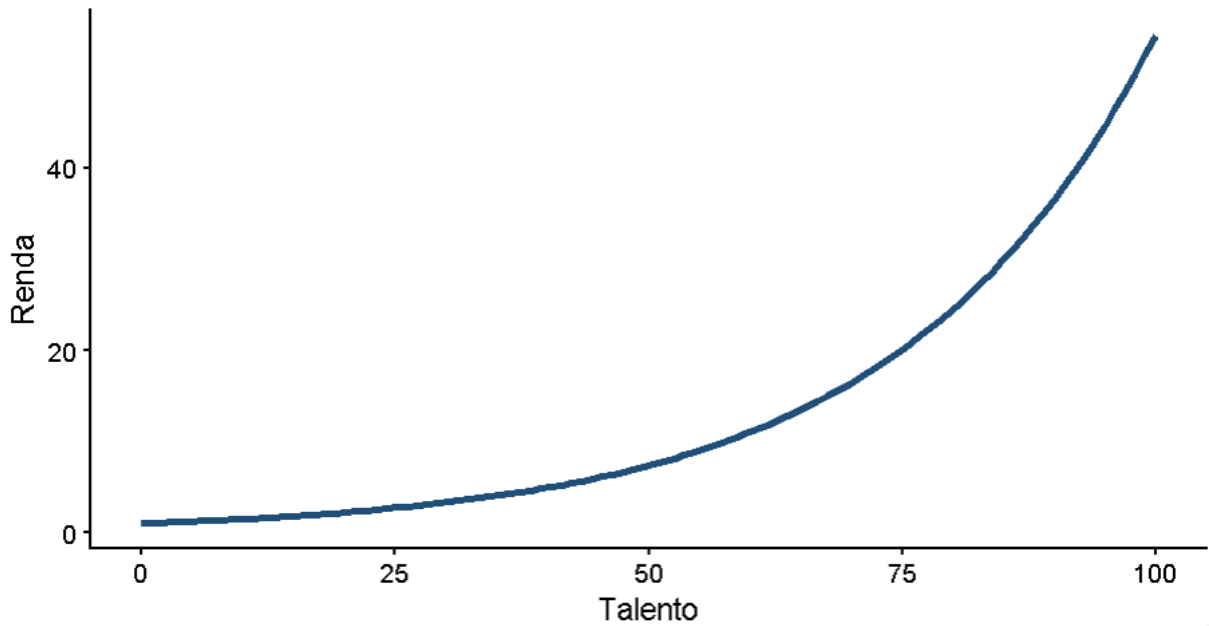


Figura 1: Relação convexa entre talento e renda em mercados de superestrelas

Quarenta e cinco anos depois, em um mundo dominado por plataformas digitais, redes sociais e streaming, os mecanismos descritos por Rosen tornaram-se ainda mais visíveis.

2 O insight de Rosen

Em muitos mercados, consumidores preferem os melhores produtos disponíveis.

Quando a qualidade pode ser observada e comparada, pequenas diferenças de desempenho tendem a deslocar uma parcela desproporcional da demanda para os indivíduos localizados no topo da distribuição.

Esse mecanismo torna-se ainda mais intenso quando a tecnologia permite que um mesmo produto seja consumido simultaneamente por milhões de pessoas.

Um concerto, uma partida de tênis ou uma final de Copa do Mundo podem ser assistidos por uma audiência global praticamente sem aumento proporcional dos custos de produção.

Em consequência, pequenas diferenças de talento passam a gerar enormes diferenças de mercado.

Formalmente,

$$Y = f(T)$$

, onde Y representa renda e T representa talento. Em mercados de superestrelas, a relação entre talento e renda tende a assumir uma forma convexa,

$$\frac{d^2Y}{dT^2} > 0,$$

de modo que diferenças relativamente pequenas de talento, especialmente entre indivíduos localizados no topo da distribuição, produzam diferenças muito maiores de remuneração.

3 Escala, substituição e produtividade marginal

Uma leitura superficial da teoria das superestrelas pode sugerir que ela contradiz a teoria neoclássica da produtividade marginal. Na realidade, a teoria de Rosen pode ser interpretada como uma extensão dessa lógica para mercados caracterizados por escala e forte concentração da demanda.

Em mercados tradicionais, diferenças relativamente pequenas de produtividade tendem a gerar diferenças proporcionais de remuneração. Em alguns mercados, entretanto, características tecnológicas específicas amplificam essas diferenças.

Uma partida é disputada apenas uma vez, mas pode ser assistida por centenas de milhões de pessoas. Uma música pode ser reproduzida bilhões de vezes sem exigir uma nova performance do artista.

Essas atividades apresentam elevado potencial de escala e baixa rivalidade no consumo. O mesmo desempenho pode alcançar milhões de consumidores simultaneamente sem exigir que o artista ou atleta o reproduza para cada indivíduo adicional. Em termos microeconômicos, isso se traduz em fortes economias de escala e custos marginais muito baixos de distribuição.

Além disso, artistas e atletas não são substitutos perfeitos. Quando consumidores percebem um deles como ligeiramente superior aos demais, uma parcela significativa da demanda migra para ele.

Quando essa escolha é repetida por milhões de consumidores, pequenas diferenças de qualidade transformam-se em enormes diferenças de mercado.

Podemos representar essa ideia como

$$Y = f(T, M)$$

, onde M representa o tamanho do mercado alcançado.

A teoria das superestrelas não rejeita a produtividade marginal. Ela mostra como tecnologia e escala ampliam os retornos associados a pequenas diferenças de produtividade.

4 Da televisão ao Instagram

Quando Rosen escreveu seu artigo, a difusão de conteúdo dependia principalmente de televisão, rádio, jornais e revistas.

Hoje, atletas, músicos e criadores de conteúdo podem alcançar centenas de milhões de pessoas por meio de plataformas digitais.

O custo marginal de distribuição tornou-se próximo de zero.

A tecnologia não invalidou a teoria das superestrelas. Ao contrário, ampliou os mecanismos descritos por Rosen.

5 Da renda à atenção

Entretanto, a economia contemporânea sugere uma extensão importante do modelo original.

Quando Rosen publicou seu artigo, em 1981, o talento ocupava posição central na explicação do sucesso econômico das superestrelas.

Hoje, o talento continua fundamental, mas a capacidade de atrair e reter a atenção dos consumidores tornou-se igualmente importante.

Atletas mais talentosos tendem a atrair mais atenção. Ao mesmo tempo, a atenção transformou-se em um ativo econômico valioso, capaz de gerar receitas por meio de patrocínios, publicidade, redes sociais e contratos comerciais.

Nesse contexto, a renda de uma superestrela depende não apenas de seu talento, mas também da atenção que consegue atrair.

Podemos representar essa ideia por

$$A = g(T)$$

e

$$R = f(T, A)$$

, onde T representa talento, A representa atenção e R representa renda.

A Figura 2 apresenta uma representação simplificada desse mecanismo.

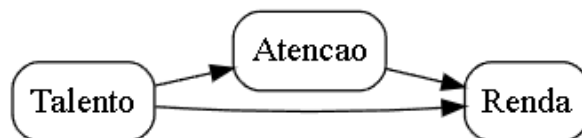


Figura 2: Talento, atenção e renda na economia das superestrelas

Cristiano Ronaldo, Messi, Neymar, Federer, Nadal e Djokovic não se transformaram apenas em atletas extraordinários.

Transformaram-se também em plataformas globais de atenção.

Na economia digital, seguidores, visualizações e engajamento podem ser convertidos em receitas de publicidade, patrocínios e contratos comerciais. Em consequência, a atenção passou a funcionar não apenas como consequência do talento, mas também como um ativo econômico capaz de gerar renda.

6 Personnel Economics e os torneios

A literatura de *personnel economics* acrescenta uma perspectiva complementar à teoria das superestrelas.

Edward Lazear e Sherwin Rosen mostraram que diferenças relativamente pequenas de produtividade podem justificar diferenças muito maiores de remuneração quando os mercados operam como torneios.

Nesse contexto, os grandes prêmios atribuídos aos vencedores funcionam como incentivos para todos os participantes. O esporte profissional constitui talvez o exemplo mais evidente desse mecanismo.

A remuneração extraordinária dos vencedores não representa apenas o valor de sua produtividade individual. Ela também incentiva milhares de participantes a investir tempo, esforço e recursos na disputa pelas posições mais bem remuneradas.

7 Efeitos de rede e a amplificação da popularidade

A economia digital acrescenta outro elemento ausente no modelo original.

Popularidade gera popularidade. Quanto maior a audiência de um atleta, maior tende a ser sua exposição na mídia. Isso aumenta o interesse dos patrocinadores, amplia sua visibilidade e atrai novos seguidores.

Esse processo apresenta características típicas de efeitos de rede, nos quais o valor de uma plataforma ou marca cresce à medida que aumenta o número de usuários, consumidores ou participantes.

Formalmente,

$$V = f(N), \quad \frac{dV}{dN} > 0,$$

, onde V representa visibilidade e N representa seguidores, espectadores ou consumidores.

Pequenas vantagens iniciais podem produzir diferenças extraordinárias ao longo do tempo.

8 Superestrelas, aspirações e formação de capital humano

Talvez a consequência econômica mais interessante das superestrelas esteja além da renda que elas próprias recebem.

Superestrelas alteram expectativas, influenciam decisões de investimento e moldam aspirações.

Quando uma criança observa Djokovic, Federer, Nadal, Messi, Cristiano Ronaldo ou Neymar, ela não observa apenas desempenho esportivo.

Observa uma trajetória possível.

O mesmo mecanismo pode ocorrer em escala local. O surgimento de novos ídolos, como João Fonseca no tênis brasileiro, torna o sucesso esportivo mais próximo e tangível para milhares de jovens e pode estimular investimentos em seu próprio desenvolvimento.

Nesse sentido, as superestrelas podem contribuir para a formação de capital humano.

A Figura 3 apresenta uma representação simplificada desse mecanismo.

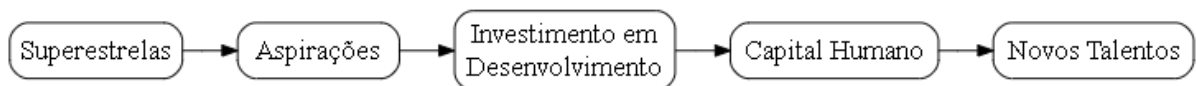


Figura 3: Superestrelas, aspirações e formação de capital humano

9 Considerações finais

Quarenta e cinco anos após sua publicação, *The Economics of Superstars* continua oferecendo uma das explicações mais poderosas para compreender a distribuição de renda em mercados modernos.

A principal intuição de Rosen permanece válida: quando consumidores preferem os melhores e a tecnologia permite escala global, pequenas diferenças de desempenho podem gerar diferenças extraordinárias de remuneração.

Entretanto, o mundo contemporâneo ampliou os mecanismos originalmente descritos.

A economia da atenção, os efeitos de rede, as plataformas digitais e a lógica dos torneios fortaleceram ainda mais as forças que favorecem a concentração de renda entre os indivíduos localizados no topo da distribuição.

Embora os exemplos mais visíveis sejam atletas, músicos e celebridades, os mecanismos descritos por Rosen também aparecem em mercados corporativos, financeiros e tecnológicos.

A economia das superestrelas não é apenas uma teoria do esporte ou do entretenimento.

É uma teoria sobre como tecnologia, escala e atenção transformam pequenas diferenças de desempenho em grandes diferenças de recompensa econômica.

Quando Sherwin Rosen publicou o seu artigo em 1981, a internet, o streaming e as redes sociais ainda não faziam parte da realidade econômica e tecnológica.

Ainda assim, a sua principal intuição continua válida.

Talvez a melhor evidência da força de uma teoria econômica seja justamente sua capacidade de explicar um mundo que ainda não existia quando ela foi formulada.