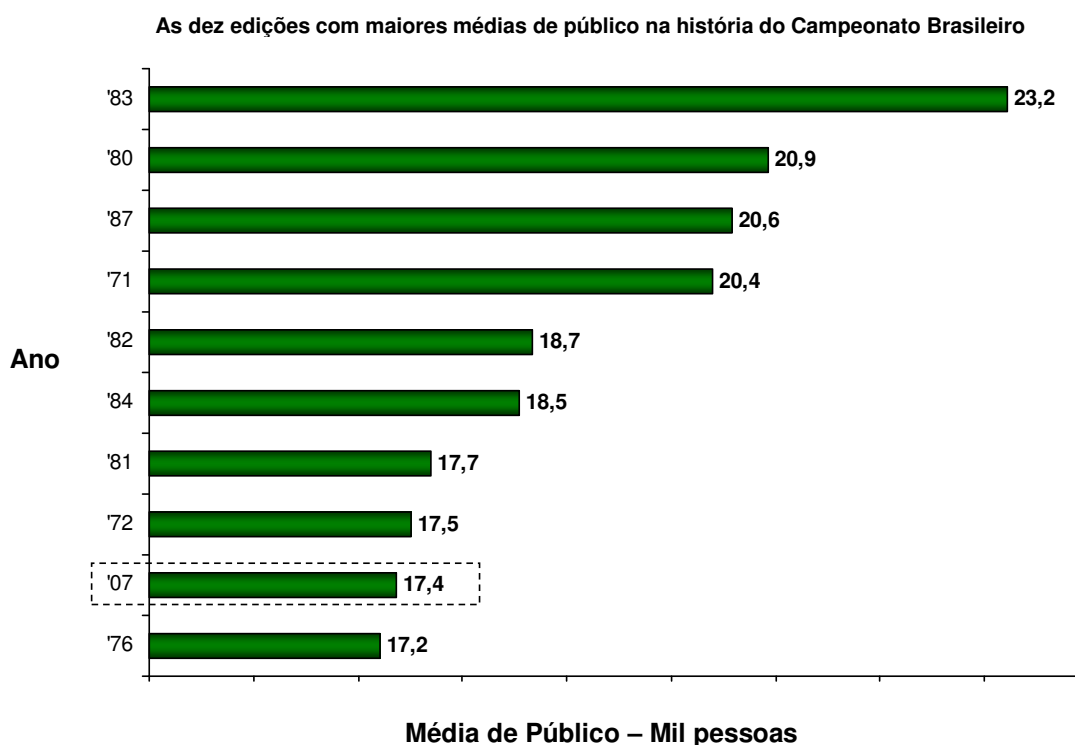


Público no Brasileirão 2008 e reflexões sobre o modelo dos pontos corridos.

Em maio de 2007, a Golden Goal publicou o “É disso que o povo gosta”, um extensivo estudo sobre comportamento de público no futebol brasileiro. Este estudo baseou-se na observação das médias de público de mais de 13 mil partidas do Campeonato Brasileiro entre 1971 e 2006, para tirar algumas conclusões sobre quais são os fatores que maximizam o interesse do torcedor por uma partida de futebol. A partir deste estudo, foi possível realizar algumas reflexões sobre o atual modelo competitivo do futebol de clubes no Brasil. Dando sequência a este estudo, em dezembro de 2007, resolvemos analisar o comportamento do público no Campeonato Brasileiro de 2007, à luz dos pontos analisados no “É disso que o povo gosta.”

A edição de 2007 do Brasileirão foi emblemática. A média final de público de 17,4 mil pessoas por partida, além de ter sido a mais alta da era dos pontos corridos, apresentando um crescimento de 39% em relação à edição anterior, era a média de público mais expressiva dos últimos 20 anos, desde 1987, e figurava em nono lugar entre as médias mais altas na história da competição, conforme demonstrado a seguir:



Fonte: Base de dados Golden Goal

Este expressivo resultado gerou grande entusiasmo na imprensa esportiva nacional que se apressou em creditar o aumento de público nos estádios ao sucesso da fórmula da competição por pontos corridos que finalmente começava a ser entendida e abraçada pelo torcedor brasileiro. Entretanto, a análise mais profunda das verdadeiras razões para o aumento de público em 2007, demonstrava que o comportamento do torcedor pouco ou nada tinha a ver com a aceitação da fórmula dos pontos corridos, conforme apresentado em nosso artigo publicado em dezembro de 2007. (http://www.goldengoal.com.br/br/downloads/Analise_Brasileirao_2007.pdf)

Naquela época, demonstramos claramente que o principal fator responsável pelo aumento de público em 2007 foi o conjunto de equipes disputando a competição. Pela primeira vez na era dos pontos corridos, os 12 clubes de maior torcida no Brasil estiveram juntos na mesma edição. Quando chamados a expressar nossa opinião a respeito do assunto, deixamos bem claro que era cedo para tirar conclusões a respeito da fórmula da competição baseados apenas no sucesso de público de uma única edição. Nossa aposta era de que a edição de 2008 não repetiria o sucesso de público de 2007, principalmente em função da ausência do Corinthians e da presença de Ipatinga e Portuguesa-SP na primeira divisão do Brasileirão. Em opinião publicada em nosso website em maio de 2008, (http://www.goldengoal.com.br/br/tiro_livre.htm), antes do início da competição, registramos essa expectativa argumentando que o conjunto de equipes da primeira divisão de 2008, aliado ao incremento de preços, principalmente em função da ausência da promoção da Nestlé, causaria retração na média de público. Esta retração poderia ser amenizada dependendo do desempenho do Flamengo na competição e caso se verificasse uma disputa mais equilibrada pelo título.

De fato, a média de público do Brasileirão de 2008, sofreu retração em relação a 2007, ainda que pequena, ficando em 17,0 mil pessoas (redução de 2,1% em relação a 2007). Uma análise mais detalhada desta comparação nos permite tirar algumas conclusões interessantes e demonstra que alguns dos fatores apontados por nós em maio de 2008 realmente foram determinantes para a composição da média agregada de público no Brasileirão de 2008. Vamos a eles.

Evolução do público 2008 x 2007

Conforme visto, a média de público no Brasileirão de 2008 sofreu redução, ainda que pequena, em relação a 2007. Para entender as razões que levaram a essa retração, vamos mergulhar na análise do comportamento do público em 2008 e nos fatores que tiveram maior impacto sobre a evolução da média de público naquele ano.

De cara, vale a pena observar a média de público por equipe, tanto em casa como fora, na competição de 2008:

Tabela I - Média de público por clube – Brasileirão 2008 – em mil pessoas

	Clube	Média (Mandante)	Média (Visitante)	Média Geral	Média Geral 2007	Evolução 08/07
1	Flamengo	40,7	27,0	33,9	30,4	▲ 12%
2	Grêmio	31,6	17,0	24,3	20,0	▲ 22%
3	São Paulo	21,3	23,4	22,4	26,1	▼ 14%
4	Cruzeiro	24,2	16,7	20,5	20,5	-
5	Palmeiras	16,9	22,6	19,8	16,4	▲ 21%
6	Internacional	18,6	17,8	18,2	17,4	▲ 5%
7	Atlético-MG	18,6	17,3	18,0	19,3	▼ 7%
8	Fluminense	17,9	17,2	17,6	16,4	▲ 7%
9	Vasco	13,7	21,2	17,5	18,5	▼ 5%
10	Sport	21,7	12,4	17,1	21,3	▼ 20%
11	Coritiba	19,2	12,9	16,1	-	-
12	Vitória	15,7	15,2	15,5	-	-
13	Botafogo	13,3	17,1	15,2	17,2	▼ 12%
14	Náutico	14,8	14,9	14,9	14,3	▲ 4%
15	Atlético-PR	17,0	12,3	14,7	15,4	▼ 5%
16	Santos	9,8	17,5	13,7	12,3	▲ 11%
17	Figueirense	9,0	16,3	12,7	11,7	▲ 9%
18	Goiás	8,6	13,7	11,2	15,9	▼ 30%
19	Portuguesa	5,0	14,6	9,8	-	-
20	Ipatinga	3,6	12,9	8,3	-	-

Fonte: Base de dados Golden Goal

Da tabela acima, é possível perceber que os clubes que apresentaram maior evolução na média geral foram alguns dos que brigaram pelo título até as últimas rodadas: Grêmio, Palmeiras e Flamengo. Cruzeiro, outro clube que brigou pelo título, apesar de não ter sofrido aumento de média em relação a 2007, manteve excelente média, 14% acima de sua marca histórica. Já o São Paulo sofreu retração que pode ser explicada por uma série de motivos, sendo o principal, um aumento significativo no mix de preços da ordem de 75%, tornando-se o terceiro clube que mais aumentou a arrecadação per capita, atrás de Goiás e Palmeiras.

No outro extremo, as grandes retrações de público ficaram com Goiás, Sport e Botafogo. O Goiás em 2008, diferentemente da situação em 2007, não permaneceu durante toda a competição na briga contra o rebaixamento, mas foi o clube que mais elevou o mix de preços, o que resultou em um aumento real de arrecadação. O Sport claramente sofreu o impacto de ter conquistado a vaga na Libertadores com o título da Copa do Brasil e ter disputado o Brasileirão despreziosamente, sem objetivos concretos que justificassem um maior interesse do torcedor, já que em nenhum momento o clube se apresentou como candidato ao título. Já o Botafogo sofreu retração real em função da diferença de objetivos do clube na competição. Enquanto em 2007, durante o primeiro turno, o clube era apontado como um dos favoritos ao título, o que lhe rendeu uma das maiores médias de público em sua história, o desempenho em 2008 não se repetiu.

Por fim, outros clubes que lutaram contra o rebaixamento, como Vasco e Atlético-PR, sofreram redução nas médias de público, o que reforça o que temos dito nos últimos artigos, de que a luta contra o rebaixamento pode ser empolgante para os torcedores dos demais clubes, mas não reflete em interesse real dos torcedores pela competição.

Relevância do conjunto de equipes disputando a competição

Para entender o impacto do conjunto de equipes disputando a competição, analisamos a média de público de 2007 e 2008 considerando apenas as 16 equipes que estiveram presentes nas duas edições. Nenhum jogo em que estivessem envolvidos Corinthians, Juventude, América-RN e Paraná em 2007 e Ipatinga, Portuguesa, Coritiba e Vitória em 2008, sejam como mandantes ou como visitantes foram incluídos nesta análise. Quando calculamos a média das duas competições nestas condições, chegamos a 19,412 em 2008 contra 19,368 em 2007, ou seja, praticamente a mesma média nas duas competições. Logo, se considerarmos que no cômputo geral, a competição de 2008 sofreu redução de público em relação a 2007, seguramente pode-se creditar parte dessa retração ao conjunto final de equipes disputando a competição.

De fato, analisando as médias de público dos clubes que disputaram apenas uma das duas edições, é fácil perceber este movimento:

Tabela II – Média de público por clube – em mil pessoas

2008	Média Casa	Média Fora	Média Geral	2007	Média Casa	Média Fora	Média Geral
Coritiba	19,2	12,9	16,1	Corinthians	19,9	19,9	19,9
Vitória	15,7	15,2	15,5	Paraná	8,1	17,0	12,5
Portuguesa	5,0	14,6	9,8	América-RN	9,3	15,3	12,3
Ipatinga	3,6	12,9	8,3	Juventude	6,0	13,0	13,6
Média	10,9	13,9	12,4	Média	10,8	16,3	13,6

Fonte: Base de dados Golden Goal

Como se vê, a média geral dos clubes de 2008 foi quase 9% inferior a dos clubes de 2007. O grande problema não chegou a ser a média de público em casa, uma vez que a saída do Corinthians foi compensada pela entrada do Coritiba. O problema foi justamente nos jogos fora de casa, demonstrando que o rebaixamento de grandes clubes realmente afeta a atratividade da competição, principalmente nos jogos fora de casa.

O impacto do Flamengo

Conforme demonstramos em nossos estudos anteriores, o desempenho do Flamengo na competição tem impacto real na atratividade geral do campeonato. Em 2008, depois de muitos anos, o Flamengo voltou a disputar o Brasileirão com chances concretas de conquistar o título. Este

fato fez com que a média do Flamengo como mandante em 2008 tenha sido a nona maior na história do clube dentre as 38 edições da competição. De fato, se eliminássemos o Flamengo da competição, desconsiderando todos os seus jogos como mandante ou visitante, a média de público pagante em 2008 teria sido de 15,2 mil pessoas, consideravelmente inferior aos 17,0 mil observados. Logo, o desempenho do Flamengo, sozinho, elevou a média de público em toda a competição em 12%. Para que se tenha a noção exata deste impacto, durante toda a competição um total acumulado de 6,4 milhões de pessoas estiveram presentes nas 380 partidas disputadas, das quais 1,2 milhão, ou 19% do total, pagaram para assistir a um jogo disputado pelo Flamengo.

Pontos para reflexão

Seguimos com nossa convicção de que a modelo atual do Campeonato Brasileiro não é o formato que maximiza o potencial de valor da competição, principalmente porque deixa ao acaso uma série de fatores que têm impacto direto no valor do campeonato. O primeiro deles é o modelo de rebaixamento. Nossa opinião é de que há um número exagerado de equipes sendo rebaixadas, o que facilita a queda de clubes mais tradicionais e de maior torcida. A ausência desses clubes certamente afeta o valor da competição, como já foi demonstrado.

O segundo ponto é o fato de que o número de partidas relevantes no contexto da competição é bastante reduzido e também está fora da zona de controle dos organizadores do campeonato. Em 2008, pela primeira vez em 6 edições do modelo de pontos corridos, a competição chegou às últimas 5 rodadas com 4 clubes com chances de disputa do título. Isto certamente impactou positivamente no interesse pela competição. As probabilidades de que isso volte a acontecer nos próximos anos são uma incógnita. Se a média de público ficou em 17 mil pessoas, (o que para os padrões do Campeonato Brasileiro não é uma média ruim) em 227 das 380 partidas (60% do total) o público pagante foi inferior à média geral da competição. Em 120 partidas (quase um terço do total) o público pagante foi inferior a 10 mil pessoas e em 55 partidas (15% do total) a média foi inferior a 5 mil pessoas, o que é inaceitável em se tratando da principal competição de clubes no Brasil. Uma partida com público pagante inferior a 5 mil pessoas não paga nem os custos marginais dos clubes envolvidos.

Finalmente, outro ponto que merece reflexão é a tentativa de valorização dos objetivos secundários como forma de aumentar a atratividade da competição até o final, no modelo dos pontos corridos. Se o objetivo principal de qualquer clube ao disputar uma competição é a conquista do título, no momento em que esse objetivo se distancia com o desenrolar do campeonato, os clubes passam a perseguir objetivos secundários. Como o formato atual do Campeonato Brasileiro elimina muito cedo da disputa pelo título a maioria dos clubes participantes, é preciso valorizar os objetivos secundários para que o público se mantenha interessado na competição. Já demonstramos em artigos anteriores que esses objetivos secundários ainda não tem apelo suficiente perante a torcida

para manter a atratividade da competição. Porém, a tentativa de fortalecer esses objetivos, no longo prazo, tende a diminuir o potencial de valor da competição. Ao subordinar o Campeonato Brasileiro como meio de classificação para a Libertadores, e ao tentar inculcir no torcedor Brasileiro a cultura de que o título nacional é menos importante do que a possibilidade de disputar o torneio continental (como já é a realidade na Europa), os clubes brasileiros estão correndo o risco de limitar o potencial de valor de sua principal competição. Ao invés disso, o ideal para manter a competição atrativa para o maior número de pessoas possível, seria manter a disputa pelo título aberta durante toda a competição. E a realização de playoffs (ou mata-matas) ajuda a alcançar este objetivo. Não é a toa que as competições mais valiosas do mundo, seja nas ligas de esportes norte-americanos, seja no futebol de clubes e seleções (UEFA Champions League, Copa Libertadores, Copa do Mundo da FIFA) possuem playoffs. Poder-se-ia argumentar que estas competições lançam mão dos playoffs por uma razão de limitação de calendário, porém a realidade é que os playoffs aumentam a imprevisibilidade de resultado e atratividade da competição para o torcedor, principalmente, como é o caso no Brasil, quando o mercado consumidor (torcedores interessados na competição) é dividido entre um grande número de clubes, como é o caso no Brasil, em que 12 clubes detêm 95% da preferência da população. Estes torcedores começam a competição com a expectativa do título em mente.

A simples realização de uma final entre o campeão de cada turno do Campeonato Brasileiro, já aumentaria em muito o valor da competição, uma vez que colocaria, após as primeiras 19 rodadas, todos os clubes novamente na disputa pelo título, coisa que hoje não acontece.

Considerações sobre o formato atual do Campeonato Brasileiro

Os dois argumentos utilizados pelos que defendem o atual modelo de competição não resistem a uma análise um pouco mais aprofundada.

O primeiro é de que a competição por pontos corridos é mais justa, premiando com o título aquela que foi realmente a melhor equipe ao longo do campeonato. O exemplo mais comumente utilizado para demonstrar a injustiça do modelo de playoffs é o da competição de 2002, quando o São Paulo terminou a primeira fase como primeiro colocado, com 52 pontos e 69% de aproveitamento, sendo depois desclassificado nas quartas de final pelo Santos que se classificou em oitavo lugar (garantindo a última vaga) com 39 pontos, portanto 13 a menos do que o São Paulo. Porém, uma análise mais detalhada, demonstra que a competição de 2002, cuja fase classificatória foi disputada em turno único, favoreceu (involuntariamente, para registro) o São Paulo com uma tabela consideravelmente mais fácil do que a do Santos no que diz respeito à distribuição dos jogos em casa e fora de casa.

Este fato, por si só, poderia facilmente explicar a diferença de pontuação entre São Paulo e Santos na fase de classificação. O primeiro ponto a ser considerado, é o fato de que o confronto direto

entre as duas equipes, na primeira fase, teve mando do São Paulo, que venceu a partida por 3-2. É difícil falar sobre suposições, mas não é absurdo afirmar que, tivesse o jogo sido realizado na Vila Belmiro, o resultado poderia ter sido outro. Basta ver que, nas quartas de final em partida disputada na Vila Belmiro, o Santos venceu o confronto direto por 3-1. Este jogo isoladamente já poderia explicar 6 dos 13 pontos de vantagem para o São Paulo. Além disso, uma análise da distribuição das partidas dentro e fora de casa das duas equipes, mostra que o São Paulo teve a vantagem de disputar em casa as partidas contra adversários mais fortes, enquanto que nos jogos fora de casa (quando o adversário comprovadamente joga em desvantagem) o clube enfrentou adversários mais fracos. O inverso ocorreu com a tabela do Santos que enfrentou adversários mais fracos em casa e mais fortes fora de casa. Esta afirmação pode ser objetivamente comprovada de duas formas: A primeira, analisando o aproveitamento dos adversários no momento da partida. A média de aproveitamento dos adversários do Santos na Vila Belmiro foi de 40%, contra 49% de aproveitamento médio dos adversários nos jogos disputados fora de casa. Já no caso do São Paulo, a média de aproveitamento de seus adversários no momento da realização da partida nos jogos no Morumbi foi de 52%, contra uma média de apenas 40% de aproveitamento dos adversários fora de casa. Para reforçar este ponto, listamos na tabela a seguir os adversários de Santos e São Paulo em casa e fora de casa e suas respectivas colocações finais na primeira fase, o que demonstra claramente a diferença no grau de dificuldade das tabelas das duas equipes.

Tabela III – Relação de adversários de Santos e São Paulo no Campeonato Brasileiro de 2002

São Paulo				Santos			
Casa		Fora		Casa		Fora	
Adversário	Coloc. final	Adversário	Coloc. final	Adversário	Coloc. final	Adversário	Coloc. final
Corinthians*	3°	São Caetano	2°	Grêmio*	5°	São Paulo*	1°
Juventude*	4°	Cruzeiro	9°	Atlético-MG*	6°	São Caetano*	2°
Grêmio*	5°	Atlético-PR	14°	Vitória	10°	Corinthians*	3°
Atlético-MG*	6°	Guarani	16°	Goiás	12°	Juventude*	4°
Fluminense*	7°	Figueirense	17°	Ponte Preta	13°	Fluminense*	7°
Santos*	8°	Flamengo	18°	Atlético-PR	14°	Cruzeiro	9°
Vitória	10°	Bahia	19°	Figueirense	17°	Coritiba	11°
Coritiba	11°	Internacional	21°	Flamengo	18°	Vasco	15°
Goiás	12°	Paraná	22°	Paraná	22°	Guarani	16°
Ponte Preta	13°	Portuguesa †	23°	Portuguesa †	23°	Bahia	19°
Vasco	15°	Palmeiras †	24°	Palmeiras †	24°	Paysandu	20°
Paysandu	25°	Gama †	25°	Botafogo †	26°	Internacional	21°
		Botafogo †	26°			Gama †	25°
Média geral	10°	Média geral	18°	Média geral	16°	Média geral	12°

* Equipes classificadas para os playoffs † Equipes rebaixadas

Percebe-se rapidamente a maior facilidade na tabela do São Paulo também demonstrada pela colocação final das equipes que enfrentou em casa (média 10º lugar), tendo tido a vantagem de jogar em casa contra 6 das 7 equipes que se classificaram para os playoffs, em relação às partidas disputadas fora de casa (média 18º lugar) incluindo os jogos contra as quatro equipes que acabaram rebaixadas naquele ano.

Já a tabela do Santos foi visivelmente mais difícil. O time da Vila enfrentou 5 dos 7 adversários diretos na corrida pela classificação fora de casa. Por outro lado, dos 12 jogos que disputou em casa, 3 foram contra equipes que acabaram rebaixadas. De fato a grande diferença de aproveitamento entre São Paulo e Santos na primeira fase se deu nos jogos fora de casa. Se nas partidas em casa o Santos conquistou 24 dos 36 pontos disputados, o São Paulo conquistou 28 de 36, dos quais 3 contra o próprio Santos. Já nas partidas fora de casa, enquanto o São Paulo, disputando contra adversários relativamente mais fracos, conquistou 24 dos 39 pontos disputados, o Santos conquistou apenas 15 na disputa contra adversários relativamente mais fortes.

A análise acima não deixa dúvidas de que é impossível afirmar em uma competição de apenas um turno, que o São Paulo merecia mais o título do que o Santos, pois teve um aproveitamento melhor na primeira fase. Está bem claro que as condições competitivas enfrentadas pelas duas equipes não foram as mesmas. Prova disso é que nas quartas de final, no confronto direto, o Santos derrotou o São Paulo tanto em casa quanto fora, não deixando dúvidas sobre sua superioridade naquele momento da competição.

Quando se analisam os fatos por este prisma, a tese da injustiça cai por terra.

De outro lado, podemos ainda argumentar que não necessariamente a competição por pontos corridos disputada em turno e retorno é mais justa, uma vez que um erro qualquer do juiz em uma partida nas rodadas iniciais da competição pode decidir o título. De fato, as reclamações em relação aos erros de arbitragem vem crescendo ano a ano, uma vez que os pontos perdidos em uma única partida poderão fazer toda a diferença no resultado final da competição. Neste formato, um erro de arbitragem custa muito mais caro do que numa competição com playoffs.

A realização dos playoffs ao menos tira a limpo, através do confronto direto, qual adversário é superior naquele momento da competição, e, portanto, merecedor do título. Sem contar a grande demanda existente por esse tipo de partida decisiva na cultura do futebol brasileiro. Há muito mais emoção envolvida na conquista de um título contra um adversário direto, do que na conquista de um título com duas rodadas de antecedência em uma partida fora de casa contra um adversário que já não tem qualquer pretensão na competição. E como se sabe: Onde há emoção, há lucro.

Para finalizar a questão da justiça, nossa visão é de que justo é conquistar o título seguindo a fórmula da competição e podemos afirmar que esta é a percepção da maior parte dos torcedores brasileiros, como já demonstramos em nosso estudo “É disso que o povo gosta.”

O que se pode afirmar com certeza a respeito da competição por pontos corridos é que ela diminui consideravelmente o equilíbrio competitivo e o número de partidas relevantes na disputa pelo título. Das 6 edições realizadas neste formato, apenas uma única vez, em 2008, o campeão do primeiro turno não levou o título da competição. Isto mostra que a corrida pelo título termina para a maior parte dos clubes bem antes de acabar a primeira metade da competição, tornando menos relevante todo o restante da competição.

Se isto é verdade, o interesse do público só pode ser mantido na medida em que se valoriza os objetivos secundários, como argumentado anteriormente. Este é o caso da corrida por uma vaga na Libertadores. Porém, como dito, esta valorização apresenta riscos no longo prazo, na medida em que posiciona o Campeonato Brasileiro como um meio para a chegada à Libertadores, diminuindo o valor da competição nacional, subordinando-a à competição continental.

O segundo argumento em favor do formato atual é o de que a competição por pontos corridos garante melhores condições de planejamento aos clubes, na medida em que todas disputarão o mesmo número de jogos até o final da temporada. Nos formatos anteriores, as equipes que não se classificassem para os playoffs ficariam longos períodos sem atividade. Este argumento não se sustentaria em um modelo em que fossem realizados playoffs após a finalização dos dois turnos. No caso de realização de uma fase final disputada em duas partidas entre o campeão de cada turno, bastariam mais duas datas no calendário, o que se resolve com 5 dias, entre uma quarta feira e um domingo. Caso a opção fosse por ampliar o playoff e realizar uma fase semifinal, mais quatro datas, ou apenas 10 dias a mais seriam suficientes para finalizar a competição, com grandes benefícios para a atratividade e potencial de geração de receitas da mesma, como já comprovado em nossas análises.

Na situação em que se encontra o futebol de clubes no Brasil, os clubes de futebol não podem se dar ao luxo de não adotar o formato de competição que maximize o potencial de geração de receitas. O valor deixado na mesa simplesmente para atender a argumentos de questões de justiça técnica, que como se viu, não sobrevivem a uma análise mais aprofundada, ou apenas para seguir um modelo que é bem sucedido no futebol europeu (diga-se de passagem em condições de mercado completamente distintas, no que diz respeito à expectativa dos torcedores) é um custo considerável para os clubes Brasileiros. A adoção de um modelo mais pragmático e menos romântico, que dê aos organizadores da competição um maior controle sobre os drivers de demanda é fundamental para a recuperação do futebol de clubes no Brasil.