

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA

MOISES FAVARO JUNIOR

FANTASY GAME:
Características Gerais e o Panorama Brasileiro

Campinas, 2011

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA

MOISES FAVARO JUNIOR

FANTASY GAME:
Características Gerais e o Panorama Brasileiro

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada à
Graduação da Faculdade de Educação Física
da Universidade Estadual de Campinas para
obtenção do título de bacharel em Educação
Física

Campinas, 2011

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA POR ANDRÉIA DA SILVA MANZATO – CRB8/7292
BIBLIOTECA “PROFESSOR ASDRÚBAL FERREIRA BATISTA”
FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA - UNICAMP

F277e Favaro Junior, Moises, 1982-
Fantasy Game: características gerais e o panorama brasileiro /
Moises Favaro Junior. – Campinas, SP: [s.n], 2011.

Orientador: Paulo Cesar Montagner.
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Faculdade de
Educação Física, Universidade Estadual de Campinas.

1. Esporte. 2. Jogo. I. Montagner, Paulo Cesar. II.
Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação
Física. III. Título.

Informações para Biblioteca Digital

Título em inglês: Fantasy sports: general characteristics and the brazilian
panorama..

Palavras-chaves em inglês:

Esporte

Jogo

Titulação: Bacharelado em Educação Física

Banca examinadora:

Paulo Cesar Montagner [orientador]

Eduardo Fantato Rodriguez

Data da defesa: 01-12-2011

DEDICATÓRIA

Aos meus pais pela dedicação e apoio em todas as decisões importantes da minha vida e pelos inúmeros exemplos de respeito e honestidade.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a meus pais Moises e Nilda, que sempre batalharam na vida para um único motivo: proporcionar o melhor para seus filhos; a meu irmão Diego e minha cunhada Ângela, pela torcida e por saber que posso contar com eles.

À minha namorada Alessandra, com quem aprendo muito e que revisou este estudo.

Aos professores da universidade por sempre serem solícitos a todas as dúvidas e pelo empenho na educação dos novos educadores físicos.

Agradeço em especial à professora Elaine, que me abriu espaço em seus grupos de projeto de extensão. Aprendi muito com ela, mesmo não seguindo os horizontes da pedagogia.

Ao meu orientador Cesinha, por cada encontro, e-mails prontamente respondidos, ligações atendidas e por ter incentivado o estudo desde tema, desde o seminário elaborado para sua disciplina em 2008 até a apresentação do estudo.

E agradeço a Deus, pelas oportunidades que me foram dadas na vida e por estar rodeado de pessoas importantes para mim.

Muito obrigado!

Favaro Junior, Moises. **Esporte fantasia**: características gerais e o panorama brasileiro. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2011

RESUMO

O fantasy game está presente no mercado americano há mais de uma década e no Brasil tem conquistado um grande número de adeptos rapidamente. Nesse sentido o presente estudo tem por objetivo traçar o panorama do fantasy game no Brasil e entender suas características baseadas em estudos científicos americanos, criando assim referência bibliográfica e fonte de consulta para o fantasy game no cenário brasileiro. Apresenta conexões do jogo fictício com dados estatísticos reais, discussões do uso correto da sua nomenclatura e classificação do fantasy game como jogo, além de expor uma síntese da breve história do jogo no Brasil. Através deste estudo foi possível expor alguns possíveis motivos do uso do fantasy game no mercado brasileiro como produto ou como atrativo de audiência televisiva, além de propor novas possibilidades para futuros estudos.

Palavras chaves: Fantasy Game; Jogo

Favaro Junior, Moises. **Fantasy Sports: General characteristics and the Brazilian Panorama.** Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2011

ABSTRACT

The fantasy sports business in the U.S. for over a decade and Brazil has won a large following quickly. In this sense the present study aims to trace the landscape of fantasy sports in Brazil and understand their features based on scientific studies Americans, thus creating bibliographic and reference source for fantasy sports in the Brazilian scene. Displays connections with the game fictional real statistics, discussions of the correct use of their nomenclature and classification of fantasy sports as a game, besides showing a brief summary of the history of the game in Brazil. Through this study it was possible to expose some possible reasons for the use of fantasy sports in the Brazilian market as a product or as an attractive television audience, and to propose new possibilities for future studies.

Keywords: Fantasy sports; Game

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Página do site Yahoo Sports americano	22
Figura 2 - Página do site ESPN americano	22
Figura 3 - Página do site Cartola F.C.	31
Figura 4 - Página do site Cartola F.C.	32
Figura 5 - Página do site Cartola F.C.	36

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A: Entrevista com Newton Fleury Filho	47
www.globoesporte.com	
ANEXO B: Entrevista com Eduardo Bergamo	49
www.cartoleiros.com.br	
ANEXO C: Regras do Cartola F.C.	51

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO DO PROJETO	11
1.1 RELEVÂNCIA DO ESTUDO	11
1.2 OFANTASY GAME	12
1.3 A NOMENCLATURA FANTASY GAME X ESPORTE FANTASIA	13
2 JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS	15
3 METODOLOGIA	17
4 O FANTASY GAME	19
4.1 CARACTERIZAÇÃO DO FANTASY GAME	19
4.2 HISTÓRIA DO FANTASY GAME	19
4.3 MODALIDADES DE FANTASY GAME	21
4.4 OS NÚMEROS DO FANTASY GAME AMERICANO	23
5 O JOGO	25
5.1 CARACTERIZAÇÃO DO JOGO	25
5.2 CLASSIFICAÇÃO DO FANTASY GAME COMO JOGO	25
6 O FANTASY GAME NO BRASIL	29
6.1 A CHEGADA DO FANTASY GAME NO BRASIL	29
6.3 O CARTOLA F.C.	30
6.4 FANTASY GAME E AS MÍDIAS BRASILEIRAS COMO ESTRATÉGIA DE MARKETING	32
7 ESTATÍSTICAS DO CARTOLA F.C	35
8 REFELEXÃO SOBRE O FANTASY GAME E SUAS ATIVIDADES NO BRASIL	37
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
10 REFERÊNCIAS	45

1 APRESENTAÇÃO DO PROJETO

1.1 RELEVÂNCIA DO ESTUDO

O futebol no Brasil assume um papel que vai além de uma simples modalidade esportiva, configurando-se como um fenômeno social com uma alta capacidade mobilizadora. O apaixonado pelo esporte pode ter uma condição social desfavorável, problemas familiares, estar desempregado, entre outros empecilhos, ao apito do árbitro uma força superior o fará esquecer de todo tipo de problema e ficar 90 minutos parado na frente da TV para assistir ao seu time jogar. Com o advento da copa do mundo de 2014 se aproximando e os preparativos para o evento sendo anunciados em todos os telejornais do país, é inegável que o Brasil é o país do futebol e será durante bom tempo a capital mundial do esporte.

O formato do fantasy game conseguiu unir dois fatores de extrema excitação: a paixão do brasileiro pelo futebol e a fascinação pelo fantasy game que contagia muitos jogadores em todo o mundo. Essa atração do fantasy game unida à paixão do brasileiro pelo futebol – que seguramente não se resume somente ao momento de uma copa do mundo – é um fenômeno cultural que exige análise exploratória desse feito que fascina os jovens mundo afora e tem contaminado também os jovens brasileiros.

A ideia do estudo partiu durante a apresentação de um seminário para as aulas ministradas na disciplina de marketing esportivo em meados de 2008 em que o Cartola F.C. – fantasy game mais popular no Brasil com mais de um milhão de participantes cadastrados no site – foi objeto do estudo. Na época era organizada uma liga de praticantes entre os alunos da faculdade com cerca de vinte participantes concorrendo a uma pequena premiação em dinheiro no final do campeonato brasileiro. Funcionava como nas ligas americanas, que será descrito no estudo: era cobrado uma taxa para cada time participar da liga e o prêmio final – soma de toda taxa de inscrição na liga – era dividido entre os 3 primeiros colocados: o primeiro com cerca de 70% do valor, o segundo com 20% e o terceiro com 10%.

Durante a reunião dos dados para a apresentação do seminário teve-se a dimensão do mercado multimilionário que envolve o fantasy game nos Estados Unidos e a falta de estudos referentes aos perfis dos jogadores e características do mercado brasileiro. Neste período tinha-se acesso aos dados do site da FSTA - *Fantasy Sports Trade Association* – Associação Comercial de Esportes Fantasia– que hoje é exclusivo das empresas cadastradas.

Existem cerca de 100 empresas associadas entre elas gigantes da comunicação como ESPN e Yahoo que atendem um mercado estimado em 32 milhões de adultos americanos que participam de algum fantasy game.

1.2 O FANTASY GAME

O fantasy game é um tipo de jogo no qual os participantes montam times fictícios – virtuais – formados por jogadores da vida real e competem com outros jogadores da mesma categoria. A performance dos times virtuais é medida de acordo com dados estatísticos dos jogos reais conforme o desempenho dos atletas escolhidos. Os jogos permitem escolha do posicionamento tático do time, compra e vendas de jogadores (cada jogador tem um preço estabelecido conforme seu desempenho e seu valor comercial), assim como na vida real. O campeão do jogo é o time que totalizar maior quantidade de pontos durante todo o campeonato, dependendo da modalidade escolhida.

O fantasy game pode ser praticado em diversas modalidades esportivas, desde as convencionais como automobilismo, basquete, futebol ou até mesmo pesca esportiva. Em sua maioria é atribuído um valor financeiro fictício (moeda virtual do jogo) indexado conforme o desempenho real do jogador. Logo, se um jogador real tem um desempenho maior que outro, seu valor financeiro indexado será superior. Por esse motivo não será possível montar um time somente com os melhores jogadores do campeonato, já que existe uma limitação financeira que impede a montagem. O valor do seu time também pode ser modificado, para mais ou para menos, dependendo da estratégia financeira do time. Isso pode ocorrer, por exemplo, comprando jogadores baratos que dependendo do desempenho se valorizam. Aliás, esse é a grande mérito do fantasy game: montar um time ideal com limitações financeiras e que estará sujeito a variáveis assim como na vida real. Caso um jogador tenha alguma lesão, sofra alguma penalidade no campeonato ou aconteça algum fato que impeça ao jogador de estar presente no jogo real, no fantasy game ele também não participará. Desta maneira, quem escalar esse jogador não pontuará na rodada. Portanto, as oscilações das performances dos jogadores e dos times fictícios estão diretamente ligadas ao seu desempenho real, como será descrito no estudo.

1.3 A NOMENCLATURA FANTASY GAME X ESPORTE FANTASIA

Na grande maioria dos estudos americanos e canadenses encontra-se a denominação *fantasy sport* para o que se refere neste estudo como *fantasy game*. Já no Brasil, em todos os sites pesquisados, ele é chamado de *fantasy game*.

Entretanto, nos Estados Unidos o termo *fantasy game* pode ser vinculado a jogos de RPG, do inglês: *role-playing game*, em português: jogo de interpretação de personagens. Nesses jogos os jogadores podem improvisar livremente, assumem os papéis dos personagens e criam histórias imaginárias, fantasiosas, e que interferem diretamente na sequência do jogo. As escolhas dos jogadores determinam a direção que o jogo irá tomar conforme as regras determinadas e que não tem relação nenhuma com os esportes. Em grande parte são jogos relacionados a aventuras, horror, ficções científicas, super-heróis e medievalismos.

Portanto, apesar da palavra *game* também poder ser traduzida para o português *esporte*, a expressão traduzida “*esporte fantasia*” está diretamente relacionada ao que os americanos chamam de *fantasy sport*.

Apesar disso, o estudo acredita que o termo *fantasy game* é o mais adequado, já que é a expressão mais utilizada na internet brasileira, pelos desenvolvedores e pela mídia.

2 JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS

Como descrito acima, o fantasy game está inserido num mercado que movimenta milhões de dólares no mercado americano (FSTA) e no Brasil conta com mais de um milhão de jogadores somente no Cartola F.C., um mercado relativamente novo e promissor. Apesar dos números expressivos e a importância que ele tem no marketing esportivo, não é encontrado nenhum estudo caracterizando o fantasy game no Brasil, no qual foi introduzido em 2005.

Este estudo tem por objetivo traçar um panorama do fantasy game no Brasil e entender suas características baseadas em estudos científicos americanos, criando assim referência bibliográfica e fonte de consulta para o fantasy game no cenário brasileiro, uma vez que não há referências bibliográficas nacionais que abordem esse tema que é amplamente estudado mundo afora, em especial nos Estados Unidos.

3 METODOLOGIA

A monografia é um tipo de trabalho científico que reduz sua abordagem a um único assunto, a um único problema, com um tratamento especificado (SALOMON, 2004). Partindo disso, existem várias metodologias de pesquisas e características do trabalho científico.

Segundo Lakatos e Marconi (2009), toda pesquisa implica o levantamento de dados de variadas fontes, quaisquer que sejam os métodos ou técnicas empregadas. Os dois processos para se obter os levantamentos dos dados são: a documentação direta e a indireta.

A documentação direta ocorre no próprio local onde os fenômenos ocorrem e podem ser captados através da pesquisa de campo ou da pesquisa de laboratório, que utilizam das técnicas de observação direta intensiva, como observação e entrevistas, ou de observação direta extensiva, como questionário, formulário, medidas de opinião e atitudes técnicas mercadológicas categorizadas.

Na documentação indireta os levantamentos das informações se dá por meio de fontes de dados coletados por outras pessoas e subcategorizadas em: pesquisa documental (ou de fontes primárias) e pesquisas bibliográfica (ou de fontes secundárias). A pesquisa documental é aquela de primeira mão, oriunda dos próprios órgãos que realizam as observações. Engloba todos os materiais ainda não elaborados que podem servir de informação para a pesquisa científica.

A pesquisa bibliográfica refere-se a toda bibliografia já publicada e tem como finalidade colocar o pesquisador em contato direto com tudo que foi escrito sobre determinado assunto (LAKATOS e MARCONI, 2009).

Concordando com Lakatos e Marconi (2009), definimos a pesquisa como pesquisa documental e bibliográfica, uma vez que lidamos com dados de fontes primárias retiradas dos sites de análises dos Estados Unidos, da associação de empresas de fantasy game e reportagens de sites que analisam o fantasy game nacional além de referências bibliográficas de estudos científicos americanos que estudam o mercado e o perfil dos jogadores do país.

Enfim, como em todo estudo acadêmico, as limitações estão presentes e a falta de estudos acadêmicos que discutam o tema justificou o emprego de diversas fontes oriundas de páginas da internet. Se reduzirmos as pesquisas ao cenário nacional, as fontes são praticamente inexistentes e quando encontradas se limitam a poucas reportagens com estudos

superficiais do fantasy game, que contribuem muito pouco para a construção teórica do estudo.

4 O FANTASY GAME

4.1 CARACTERIZAÇÃO DO FANTASY GAME

Com o grande avanço tecnológico das últimas décadas, principalmente no que se refere à eletrônica e à informática, a internet e os jogos eletrônicos tornaram-se cada vez mais populares. O fantasy game é um estilo de jogo que une a internet, os jogos eletrônicos e o esporte. Os participantes montam times fictícios formados por jogadores da vida real e competem com outros jogadores da mesma categoria, seja ela futebol, tênis, automobilismo, beisebol, golfe, futebol americano, para citar os mais relevantes. O desempenho dos times é medido conforme dados estatísticos, performance e o desempenho dos atletas escolhidos entre todos jogadores da modalidade. Os jogos permitem troca, venda, compra de jogadores, assim como na vida real.

No futebol, por exemplo, é escolhido jogadores para compor uma equipe com 11 jogadores mais o técnico. Esses 11 jogadores serão avaliados conforme seu desempenho real da partida. No caso de gols, finalizações, infrações, cartões, são marcados pontos – prós ou contras – de acordo com o critério de pontuação da coordenação do jogo, somados e disponibilizados pelos desenvolvedores no final de cada rodada. Além disso é possível criar ligas personalizadas, instituindo mini campeonatos para concorrer entre os amigos. Isso estimula jogadores do mesmo nível a competir entre si, já que a liga nacional ou mesmo regional é muito concorrida devido ao grande número de jogadores. Outro ponto atraente é a possibilidade de escalar jogadores de qualquer time participante do campeonato, independente se é seu time de coração ou gosto pessoal por aquele jogador; ele será selecionado conforme o desempenho dele no fantasy game. Enfim, é formada uma equipe fictícia pela internet e acompanhado pela televisão, internet ou rádio, conforme desempenho real de cada jogador escalado para a rodada.

4.2 HISTÓRIA DO FANTASY GAME

Muitos artigos tratam a origem do fantasy game com a criação da La Rotisserie Francaise (Rotisserie League Baseball) no final de 1979, inventada por Daniel Okrent, que propunha gerir melhor as equipes que os gestores dos times reais. O nome deve-se ao restaurante de Manhattan, onde reuniram-se para o almoço, jogaram pela primeira vez e

que depois passaram a frequentar regularmente o local para praticar o jogo (KORDICK, 2008).

Porém os primeiros passos do fantasy game são encontrados em meados dos anos 1940 com o escritor de Jack Kerouac – Jean-Louis Lebris de Kerouac (1922 -1969) – que em sua adolescência sonhava em ser repórter esportivo e já fazia anotações em cartões com pontuação das corridas de cavalo e competiam entre seus amigos (GEWIRTZ, 2009).

Contudo o diferencial de Okrent foi a introdução de um projeto anual dos jogos – campeonato – não mais jogos isolados. Ele acreditava que poderia gerenciar melhor uma franquia que os até então atuais gerenciadores dos times reais, talvez essa sua principal motivação para desenvolver um campeonato.

Porém a maioria dos historiadores cita 1960 como o verdadeiro início do fantasy game. Neste ano o sociólogo da Universidade de Harvard William Gamson apresenta no Seminário Nacional de Beisebol uma competição entre seus colegas, em que o objetivo era ganhar o maior número de pontos de acordo com os critérios estabelecidos na grande final do campeonato. As estatísticas eram baseadas na média das rebatidas dos jogadores. Gamson também ministrou no Seminário Nacional de Beisebol na Universidade de Michigan. Lá conheceu Bob Sklar, professor de Daniel Okrent, que mais tarde se tornaria editor do The New York Times e da revista Esquire, que formatou o fantasy game para os padrões atuais.

Durante a greve de 1981 da Major League Baseball, escritores escreviam artigos a respeito da crescente mania da Rotisserie League. Os primeiros guias com regras foram publicados em 1984 e depois disso os princípios do fantasy game se espalharam rapidamente para outras modalidades principalmente o Futebol Americano.

Os números cresceram e em 1990, cerca de 500.000 pessoas estavam participando de algum tipo de liga de fantasy game nos Estados Unidos.

Na década de 1990, o fantasy game teve um progresso exponencial devido ao avanço da internet. Antes dela, Okrent chegou a viajar cerca de 65 quilômetros só para comprar o jornal Sporting News (que chegaria dia seguinte em sua casa) para fazer a compilação dos pontos mais rápido, a velocidade na divulgação dos resultados sempre foi fator fundamental na dinâmica do fantasy game (KORDICK, 2008). Posteriormente, sites como Yahoo começaram a hospedar ligas de fantasy game cobrando taxas e hoje estão presentes nos próprios sites das ligas como NFL, NBA e UEFA. A internet proporcionou agilidade na divulgação dos resultados das partidas e crescente aumento nas variáveis estatísticas. Websites como Commissioner.com, lançado em 1997 divulgavam as estatísticas em tempo real e cobravam por estes serviços. Posteriormente em 1999 a Commissioner.com

foi comprada por US\$ 31 milhões de dólares pela SportsLine.com, transação que para muitos historiadores demarca a evolução do fantasy game de um simples passatempo para um grande negócio da indústria esportiva (KORDICK, 2008). No mesmo ano é criada a FSTA (Fantasy Sports Trade Association) com o objetivo de fornecer fóruns para a interação entre centenas de empresas emergentes existentes e que de alguma forma exploram o mercado que cresce junto com a indústria do fantasy game. Hoje a FSTA declara em seu site representar mais de 100 empresas associadas em um mercado milionário, que conforme estimativas de pesquisas de mercado, abrange cerca de 32 milhões de adultos americanos. Apesar dos tempos difíceis da economia mundial a indústria do fantasy game cresceu mais de 60% em 4 anos. O número de jogadores passou de 19,4 milhões em 2007 para 32 milhões em 2011 (FSTA, 2011). Pesquisa realizada em 2008 pela Ipsos no Reino Unido aponta que o fantasy game ultrapassou os limites do continente norte-americano. 22% dos entrevistados disseram que praticam alguma modalidade de fantasy game e estimativas mostram números entre 5,5 e 7,5 milhões de jogadores, sendo 80% desses participando de futebol. São mais jovens, mais instruídos e mais ricos comparado à média da população britânica (FISHER, 2009).

4.3 MODALIDADES DE FANTASY GAME

Nos Estados Unidos o fantasy game é praticado em diversos esportes sendo o Futebol Americano o mais comum. Segundo ISIDORE (2003) 65% dos jogadores praticavam o Futebol Americano, 27% Beisebol, 24% Basquete, 11% Hóquei, 9% Nascar (categoria do automobilismo americano), 3% Golfe. Além desses esportes encontramos a Fórmula 1, corrida de cavalos, lutas, críquete e surfe.

No Brasil, todos os esportes fantasia hospedados são vinculados a um único esporte, o futebol, sendo o Cartola F.C. – Campeonato Brasileiro de Futebol – da Globosat (canal fechado Sportv e site esportivo globoesporte.com) o mais popular, seguido pelo fantasy game da Liga dos Campeões do canal fechado ESPN Brasil. No segundo semestre de 2011, também no site da ESPN Brasil foram inseridos o fantasy game das ligas do campeonato Inglês, Italiano e Espanhol.

The screenshot shows the Yahoo! Sports website interface. At the top, there's a search bar and navigation links for various sports like NFL, MLB, NBA, NHL, etc. Below that, there's a banner for 'livesand' magazine app. The main content area is divided into several sections:

- BASKETBALL '11**: A large article titled 'A matter of trust' featuring a photo of a player in a blue jersey (number 13). Below it, there are smaller articles and a 'PLAY VIDEO' button.
- Up-Well's**: A section mentioning 'Beanie Wells is not operating at 100 percent, and that's a problem for his fantasy owners in Week 10.' It includes links for 'Lames', 'More Noise: Flames | Pickups', and 'Attention getters'.
- Attention getters**: A section mentioning 'Roy Helu was the ultimate salary value for John Beck in Week 9.' It includes links for 'Target Practice' and 'Matchups to avoid'.
- Does Tom Brady's matchup at the Jets make Tim Tebow a more trustworthy Week 10 fantasy option?**: A section with links for 'QB starts' and 'QB ranks'.
- Week 10 ranks: RB-WR-TE | Week 10 previews: Skinny | Fantasy 46**: A section with links for 'Week 10 ranks' and 'Fantasy 46'.
- My Fantasy Updates**: A section with a table of player updates. The table has columns for 'Hot', 'Not', 'QB', 'RB', 'WR', 'TE', and 'K'. It lists three players: Aaron Rodgers (QB), Philip Rivers (WR), and Tim Tebow (TE). Each player has a 'Sign Up Now!' button and a '100% owned' indicator.
- YAHOO! SPORTS EXPERTS**: A section with a video spotlight and a link to 'Fantasy Football: Buy low on Philip Rivers'.
- FANTASY GAMES**: A section with several 'Sign Up Now!' buttons for different game modalities: Fantasy Football '11, Survival Football, Salary Cap Football, College Football Pick'em, Pro Football Pick'em, and Fantasy Basketball '11.

Figura 1: Página do site Yahoo Sports que contém diversas modalidades de fantasy game além de informações estatísticas para orientação dos jogadores.

Fonte: <http://sports.yahoo.com/>

The screenshot shows the ESPN Fantasy and Games website interface. At the top, there's a search bar and navigation links for various sports like NFL, MLB, NBA, NHL, etc. Below that, there's a banner for 'Fantasy Whack-A-Mole' featuring a photo of a football player in a green jersey. The main content area is divided into several sections:

- Fantasy Whack-A-Mole**: A large article with a photo of a football player in a green jersey. Below it, there's a 'Sign Up Now!' button and a '100% owned' indicator.
- TOP STORIES**: A section with several 'Sign Up Now!' buttons for different game modalities: College Showdown, Pigskin Pick'em, College Football Challenge, Gridiron Challenge, and Eliminator.
- BASEBALL**: A section with several 'Sign Up Now!' buttons for different game modalities: Baseball, Basketball, Hockey, Soccer, and Racing.
- FREE GAMES TO JOIN**: A section with several 'Sign Up Now!' buttons for different game modalities: Hockey Challenge, Pigskin Pick'em, and Gridiron Challenge.
- Encontre-nos no Facebook**: A section with a direct link to the Facebook page and a 'facebook' button.

Figura 2: Página do site da ESPN americana que contém diversas modalidades de fantasy game. Destaque para o link direto com o facebook com mais de 100.00 seguidores.

Fonte: <http://games.espn.go.com/frontpage>

4.4 OS NÚMEROS DO FANTASY GAME AMERICANO

Apesar de muito popular e da quantidade de dinheiro gasto pelos jogadores de fantasy game, poucos estudos acadêmicos são encontrados e grande parte deles traçando algumas características de perfis de consumo e psicológico dos jogadores. No Brasil nenhum estudo acadêmico é encontrado. Por este motivo, grande parte das informações descritas neste estudo foi retirada da internet em sites especializados em análises estatísticas do fantasy game além dos próprios sites que hospedam os jogos, que sempre publicam reportagens com conteúdo dos jogos mantendo o jogador informado a cada rodada do campeonato ou simplesmente reportagens que mostram jogadores da vida real montando seu time fictício como estratégia de aumento de números de participantes.

Embora hoje o acesso às informações esteja restrito aos associados, até o ano de 2009 tinha-se acesso a grande parte das pesquisas realizadas pela associação que foram arquivadas para este estudo.

Pesquisas mostram que, em média, sites que hospedam jogos do fantasy game ou que fazem análises dos jogos movimentam 500 milhões de dólares anuais. O site *sandbox.com* que no ano de 2000 tinha uma receita de 200 mil dólares anuais, depois de hospedar o fantasy game em seus serviços passou a ter receita de 7 milhões de dólares em 2002 (BALLARD, 2004). A TV também não ficou atrás e inseriu na programação reportagens de análises dos jogos, como o mais popular Sport Center do canal fechado ESPN, que também tem sua edição na programação da ESPN brasileira, mas sem o conteúdo do fantasy game.

Os prêmios concedidos aos jogadores de fantasy game americanos em sua maioria são atrativos e por este motivo o valor pago por suas inscrições são relativas aos valores pagos nas premiações. O site do Campeonato Nacional de Fantasy Baseball - *national championship baseball fantasy* – um dos maiores na modalidade beisebol, não cobra menos que 150 dólares pela inscrição em seus campeonatos abertos com premiação de 3.500 dólares. Este valor de inscrição pode chegar a 10.000 dólares para participar de uma liga privada com somente 15 times e premiando 75.000 dólares para o primeiro colocado. O site declara que nos últimos 8 anos distribuiu mais de 11 milhões de dólares aos jogadores e em 2012 pretende conceder mais de 1 milhão de dólares em prêmios. Patrocinadores notaram o potencial do consumidor do fantasy game e têm investido na modalidade. Durante a pesquisa encontramos vários casos de marcas vinculadas ao fantasy game que distribuem prêmios em mercadorias e com suas marcas vinculadas aos prêmios, como montadoras de carros, marcas de bebidas,

materiais esportivos, etc. Em 2003 a NFL patrocinada pela rede varejista Best Buy concedeu premiação de 20 mil dólares em mercadorias ao vencedor de uma etapa do fantasy game.

Ainda em 2003 o mercado contava com cerca de 15 milhões de jogadores americanos, gastando 1,5 bilhões de dólares com inscrição de campeonato, sites de análises de jogos e outros kits de produtos relacionados ao jogo (FSTA). Pesquisa um pouco mais recente realizada em 2009 pelo site famball.com – site de assessoria aos jogadores de fantasy game – apontou que 15% dos adultos americanos, com idade acima de 18 anos, participavam de algum fantasy game. Ballard (2004) aponta que a grande maioria, 93% dos jogadores são homens. Flood (2004) mostra que os jogadores já participaram em média de 6 anos de algum fantasy game, passando entre 6 e 15 horas semanais monitorando suas equipes. Felps (2000) relata que 85% dos jogadores frequentemente acessam sites de assessoria, que contêm informações do campeonato e tem acesso a livre a internet. Tedeschi (2003) traça o perfil econômico do jogador; os jogadores de fantasy game são mais jovens e com maior grau de escolaridade que a média dos usuários da internet e são 50% propensos a terem uma renda familiar superior a US\$ 100.000 anuais. Woodward (2005) afirma que o telespectador fã do futebol americano – não jogador de fantasy game – passa 6,6 horas assistindo aos jogos ou aos programas de análises esportivas contra 8,4 horas de um jogador de fantasy game, afinal ele precisa de mais informações para compor um time competitivo. Eles acompanham os jogos em tempo real para terem informações e estão muito mais preocupados com o desempenho dos jogadores dos seus times fictícios que de seu time de coração. Além das estatísticas em tempo real os jogadores de fantasy game buscam na internet notícias de lesões, previsões meteorológicas e qual jogador provavelmente será titular e quem será reserva. Certamente não assistiriam a tanta informação caso não fizessem parte do fantasy game. Entre as razões que o jogador de fantasy game tem para praticar estão os prêmios em dinheiro, os troféus distribuídos pelas ligas e o fator social de se vangloriar sobre os demais participantes da liga e a obsessão cultural provocada pelo fenômeno fantasy game.

Outro ponto notório encontrado na pesquisa é o prejuízo causado pelo fantasy game nas empresas americanas. Pesquisa mostra que dois terços dos jogadores admitem gerenciar seus times em horário de trabalho, causando prejuízo de 37 milhões de dólares em produtividade para seus empregadores (SUTTELL, 2004).

Notamos que não importa o tipo de fantasy game a mídia tem que se manter atenta e alinhada ao perfil de jogador e principalmente, fornecer as informações necessárias para o fanático jogador construa os melhores times se comparado aos jogadores que não têm acesso às informações.

5 O JOGO

5.1 CARACTERIZAÇÃO DO JOGO

O Jogo é uma atividade livre, conscientemente tomada como “não-séria” e exterior a vida habitual, mas ao mesmo tempo capaz de absorver o jogador de maneira intensa e total (HUIZINGA, 2005). A intensidade que o jogador do fantasy game encara o jogo é notório, pois estudos mostram o elevado tempo que passam gerenciando seus times e a obsessão pelas informações relativas ao jogo real, que seguramente influenciarão no jogo fictício.

Mas o que leva o jogador ao jogo, contínuo e repetidamente? Huizinga (2005) responde: a intensidade e o poder de deslumbramento do jogo não têm respostas racionais. Como ele ultrapassa a esfera da vida humana (grande parte dos animais brincam, é intuitivo) não se baseia em elementos racionais. É na própria fascinação, na intensidade e paixão que são encontradas características fundamentais do jogo. Aparentemente desnecessário, torna-se necessidade obrigatória quando o prazer por ele provocado cria essa obrigação. Piaget (1978) reforça a ideia; o prazer é a finalidade do jogo.

5.2 CLASSIFICAÇÃO DO FANTASY GAME COMO JOGO

Embora seja classificado pelo Internal Revenue Service – Serviço de Receita do Governo Federal dos Estados Unidos, que aplica, coleta e interpreta os impostos – como jogo de oportunidades e não como jogos de azar, grande parte dos jogadores de fantasy game americanos pagam para jogar. Apesar de o jogo ser regulamentado nos EUA – exceto Uta e Hawái – o fantasy game tem em seu resultado o reflexo do conhecimento relativo dos participantes, determinado predominantemente pelo acúmulo de resultados estatísticos dos eventos esportivos, incluindo performances individuais de qualquer participante em tais eventos, tem premiação, muitas vezes em dinheiro, determinado antes do início da competição e não pode ser influenciado pelos valores pagos pelas taxas de participação ou o número de participantes, o que caracteriza jogos de oportunidades.

A indústria dos jogos nos Estados Unidos é muito grande e em constante crescimento. Conforme estudo divulgado pela Comissão Nacional de Estudos sobre o Impacto dos Jogos de Azar, a NGSISC – National Gambling Impact Study Commission – em 1999 86%

dos americanos relataram que já haviam jogado ao menos uma vez em suas vidas e 68% afirmaram que no último ano haviam praticado jogos de azar. Além disso, como no país o jogo é regulamentado – exceto Havaí e Utah – cerca de US\$50 bilhões foram perdidos em apostas legais.

No Brasil o histórico dos jogos decorre desde a monarquia. A primeira loteria foi criada em 1809 por D. João VI e os recursos dela eram destinados à construção do teatro de Salvador. Em 1837 idealizou-se a organização das loterias, destinando-se 8% do valor recolhido das apostas para amortizar a emissão de papel moeda. Em 1871 a Lei do Ventre Livre estabeleceu o percentual de 10% do fundo das loterias para custear a emancipação dos escravos (MILTONS, 2006).

O jogo do bicho, por sua vez, também teve origem legal, criado como mecanismo para arrecadar recursos para o Jardim Zoológico do Rio de Janeiro. Em 30 de abril de 1946 o jogo de azar foi proibido pelo decreto-lei 92.215 assinado pelo presidente Eurico Gaspar Dutra por forte pressão da igreja católica. Até então o jogo em todo território brasileiro era permitido e tinha nas cidades de Poços de Caldas e Petrópolis exploração turística ligadas aos jogos de azar. Em 1967 as loterias existentes foram regulamentadas. Em 1993, a “Lei Zico” e, posteriormente, em 1998, a “Lei Pelé”, revogaram o artigo 50 da Lei das Contravenções Penais no que enquadra o bingo como contravenção, vinculando seu funcionamento a clubes esportivos (MILTONS, 2006). Uma percentagem do dinheiro arrecadado no jogo deveria financiar o esporte. No ano de 2000, o funcionamento de casas de bingo foi restrito, porém apoiados em sentenças judiciais, algumas em caráter liminar, bingos continuaram funcionando. Em 2004, foi decretada a proibição do funcionamento de bingos e caça níqueis, mas três meses depois o senado derrubou a medida provisória do presidente e essas casas voltaram a funcionar. Em 2007, a partir da investigação da compra de decisões judiciais liminares favoráveis aos bingos, a fiscalização foi intensificada, algumas liminares foram revogadas e foi fechada todas as casas de bingos, com a apreensão de máquinas de caça-níqueis e todos os tipos de maquinário para exploração de jogos de azar. Apesar do histórico de regulamentações e proibições dos jogos, não encontramos nenhuma regulamentação específica para o fantasy game como acontece nos EUA.

O decreto lei de contravenções penais caracteriza os jogos de azar como:

- a) o jogo em que o ganho e a perda dependem exclusiva ou principalmente da sorte;
- b) as apostas sobre corrida de cavalos fora de hipódromo ou de local onde sejam autorizadas;

c) as apostas sobre qualquer outra competição esportiva.

Portanto, no Brasil os jogos de fantasy game não são categorizados como jogos de azar e seu uso restrito a premiação em bens materiais – em sua maioria TVs, vídeo games, materiais esportivos – e não a prêmios em dinheiro, certamente são ligados a estratégias de marketing que a imposição da lei brasileira.

6 O FANTASY GAME NO BRASIL

6.1 A CHEGADA DO FANTASY GAME NO BRASIL

No Brasil o fantasy game é relativamente recente e promissor. O Cartola, principal liga de fantasy game brasileiro teve início em 2005 com cerca de 300 mil inscritos no site (FLEURY, 2011). Justamente neste ano ocorreu o escândalo da máfia do apito, nome dado pela imprensa brasileira para o esquema de manipulação de jogos descobertos pelos promotores de Justiça de Combate ao Crime Organizado de São Paulo, conjuntamente com o Departamento de Polícia Federal. Com isso foram anulados 11 jogos do campeonato brasileiro que prejudicou a dinâmica do Cartola F.C. que contou com pouco menos de 100.000 jogadores atualizando seus times no final do campeonato. Hoje conta com aproximadamente 1,5 milhão de jogadores cadastrados e 1 milhão de jogadores atualizando seus times fictícios a cada rodada. O formato do fantasy game ligado ao campeonato brasileiro teve grande aceitação certamente pelo fato do futebol ser visto como integrante importante da cultura brasileira. Todo brasileiro gosta de dar palpites no seu time, escalar o time como se fosse o técnico. Quem nunca deu palpites nas escalões, ficou perguntando a preferência por este ou aquele jogador? O fantasy game dá a oportunidade de se colocar no lugar do técnico de futebol e escalar qualquer jogador (respeitando limites de preço instituído pelos desenvolvedores) do campeonato brasileiro, assim como na vida real.

6.2 MODELOS NO BRASIL

No Brasil existem vários formatos de fantasy game, entre eles o Cartola F.C. (Globosat) – Campeonato Brasileiro de Futebol – e fantasy game da Liga dos Campeões (ESPN) – Liga dos Campeões da Europa além das recentes ligas do campeonato Inglês, Italiano e Espanhol – ambos vinculados a um único esporte, o futebol.

No país o fantasy game mais popular é o Cartola F.C. desenvolvido pela rede de televisão Globosat – site globoesporte.com e canal fechado SporTV. Existe também o Fantasy Sport da Liga dos Campeões da Europa do canal fechado ESPN com configuração muito parecida com o Cartola F.C.

O Twitter¹ do Cartola F.C. conta com cerca de 100 mil seguidores e o Facebook² com pouco mais de 300.000 pessoas acompanhando as notícias atualizadas a cada rodada. Os sites especializados em assessorar os jogadores são muito limitados, a maioria sites pessoais mantidos em caráter amador sem muitos recursos em informação e com pouca visibilidade. Entre eles destacamos um único site, cartoleiros.com.br que conta com cerca de 4 milhões de acessos mensais.

6.3 O CARTOLA F.C.

O Cartola F.C. foi o primeiro fantasy game brasileiro, com formato gratuito, introduzido no campeonato brasileiro de 2005. Teve crescente aumento de jogadores devido à popularidade do campeonato nacional, pois tem vários jogos televisionados em rede aberta e cobertura de imprensa muito mais intensa e atualizada rotineiramente que os campeonatos europeus. O fantasy game da Liga dos Campeões da Europa, que teve início no mesmo ano que o Cartola F.C., tem o mesmo formato que o fantasy game nacional, conta com menor popularidade e cobertura da mídia muito menor uma vez que sua maioria dos jogos são transmitidos em canais fechados.

¹ Twitter é uma rede social que permite ao usuário trocar mensagens de no máximo 140 caracteres (letras, espaços, símbolos ou acentos), por meio da internet. As informações são exibidas em tempo real para os usuários que assinam para recebê-las – www.twitter.com

² Facebook é uma rede social que permite ao usuário criar perfil que contém fotos, informações pessoais e listas de interesses, trocando mensagens privadas e públicas entre os membros cadastrados – www.facebook.com

SPORTV ASSINE JÁ. **COMBATE** O SEU CANAL DE LUTAS

ge na tv competições futebol programas + esportes bolão Princípios Editoriais

cartolaFC **SPORTV** Mercado Aberto até 12 de novembro às 17:00h

MERCADO FECHA EM: **1 dia**
entre e jogue »
cadastre-se

PACOTÃO DA RODADA#33
Confira os destaques dos jogos pelo Brasileirão »

Dê seu palpite

bons e baratos

GOLEIRO Vanderlei

PREÇO ATUAL PONTUAÇÃO
Média 7.71 pts
Última 16.70 pts
R\$ 9.60

ranking da 33ª rodada

- 1 Princes-fla 148.69 pts
- 2 Sívio Multipl. 148.16 pts

últimas notícias

07 DE NOVEMBRO DE 2011

17h36 **Cartola: Thiago Neves é o destaque da seleção, que tem três rubro-negros**
Com o recordista de pontos da rodada, além de Muralha e Luxemburgo, Fla domina a lista dos melhores. Coritiba também se destaca com dois jogadores

Figura 3: Página do site <http://cartolafc.globo.com> principal fantasy game do mercado brasileiro. Contem informações relevantes da rodada e alguns destaques de jogadores para orientação dos praticantes.
Fonte: <http://sportv.globo.com/site/cartola-fc/>

Hoje, como já dito, ele conta com mais de 1 milhão de jogadores atualizando seus times a cada rodada e tem como parceiros de patrocínio marcas importantes no cenário nacional, como banco HSBC, cervejaria Brahma, empresa de produtos esportivos Penalty. O layout do site é atrativo, com navegação intuitiva e interativa se comparado ao primeiro formato de 2005. Nele é possível fazer um time fictício com distintivo, cores e nome personalizados para concorrer com o time do Ronaldo – Sport Club R9 – que já declarou muitas vezes ser jogador do fantasy game do Sportv e responsável pela liga ClaroRonaldo que conta com mais de 16.000 mil times inscritos. Inovações recentes como interatividade com o Twitter e conquistas de metas individuais para estimular os jogadores e não deixá-lo abandonar o campeonato em andamento foram adotadas. Uma vez que é um campeonato com muitos competidores, mesmo nas ligas regionais, foram estipuladas 42 metas para os jogadores iniciantes, medianos ou expert, que tem por objetivo conseguir que seu time tenha 4 defesas difíceis, não tomar nenhum cartão amarelo, ter 5 assistências ou ainda fazer 6 gols na rodada, para citar algumas delas. Além disso, foi inserido no site a opção do jogador comprar

a camisa do seu time fictício, com distintivo, nome e cores, tudo editado dentro do próprio site do fantasy game conforme as características do seu time fictício e entregue na casa do jogador.

The screenshot shows the Cartola F.C. website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Página inicial', 'Meu time', 'Ligas', 'Mercado', and 'Hall da fama'. The user profile 'Feyenerd' is prominently displayed, showing a score of 5.2 pts and a team selection interface. Below this, there's a ranking table for the 'Liga Nacional' with columns for position, team name, and points per month. A sidebar on the right features a Facebook feed and a 'mercado aberto' section indicating the market is closed at 17:00h.

POS.	TIME	PTS. MÊS
1º	Princes-fla	146.69
2º	Silvio Multipl.	146.16
3º	FC Trenchtown	142.42
4º	INSANO's F C	140.65
5º	Bags Cases S.C	139.62
1730º	Feyenerd	5.2

Figura 4: Página do site Cartola F.C. Destaque para o banner rotativo dos 5 patrocinadores além da propaganda do aplicativo para dispositivos móveis. Fonte: <http://sportv.globo.com/site/cartola-fc/>

6.4 FANTASY GAME E AS MÍDIAS BRASILEIRAS COMO ESTRATÉGIA DE MARKETING

Kloter (2003) tem a seguinte definição de marketing: “não é a arte de descobrir maneiras inteligentes de descartar-se do que foi produzido. Marketing é a arte de criar valor genuíno para os clientes. É a arte de ajudar os clientes a tornarem-se ainda melhores”. Já Shank (2002) define o marketing esportivo como “a aplicação específica dos princípios e processos do marketing aos produtos esportivos e ao marketing de produtos não esportivos por meio de associação com o esporte”. Ambas definições do marketing e do marketing esportivo estabelecem relações diretas com o fantasy game. Apesar dele ser um produto final de venda, já que vários sites cobram taxas pela participação dos jogadores nos Estados Unidos, ele é principalmente utilizado como vitrine para exposição de marcas,

especialmente nos sites onde são hospedados os jogos e sites de assessoria para os jogadores; e como razão maior, de incremento de audiência televisiva dos esportes que tem sua modalidade vinculada ao fantasy game, tudo isso conectado a um público específico, muito bem determinado e com poder aquisitivo relativamente alto. Enfim, é uma relação complexa entre os jogadores do fantasy game (consumidores), desenvolvedores dos sites responsáveis pelo formato, empresas que investem em propagandas tanto no site quanto na TV, times e as ligas esportivas.

Como citado acima, encontramos vários objetivos para o uso do fantasy game como estratégia de marketing tanto no seu uso na TV quanto na internet. O primeiro deles é sem dúvida o aumento da audiência dos jogos de menor importância do campeonato brasileiro. Como o jogador pode escalar seu time com jogadores de qualquer equipe do campeonato, ele passa a acompanhar o desempenho de todos os jogadores escalados em seu time fictício, tornando todos os jogos importantes para o telespectador.

Outro fator importante é o aumento no acesso de informações nos sites de esporte para saber se o jogador escalado vai jogar, se está machucado, qual a possível escalação dos times. Levando em conta que a diária para anunciar na página inicial do site globoesorte.com pode chegar a R\$ 76.000,00 no tamanho de 920 x 100 pixels, um milhão de jogadores ativos do fantasy game contribuem significativamente para estes números de audiência. Hoje segundo o plano de mídia do site globoesporte.com o site conta com 48 milhões de visitantes únicos por mês, 732 milhões de páginas vistas por mês, sendo que 61% dos visitantes são da classe A / B.

Por último e mais importante segundo Fleury (2011) é o impacto causado nas novas gerações de telespectadores e a maneira como ele se relaciona com o futebol, focando mais no campeonato, nas informações relacionadas a competição como um todo que no seu time de coração. Em 2008 o time do Corinthians, segundo maior torcida brasileira, foi rebaixado para a série B. No início do campeonato brasileiro de 2009 foi publicado no site globoesporte.com – site vinculado ao Sportv – os percentuais referentes aos torcedores de cada time do Brasil. Embora só participar times da série A do Campeonato Brasileiro no Cartola F.C., o jogador pode escolher qualquer time do Brasil para torcer, independente dele estar na primeira divisão. Apesar disso a torcida do Corinthians que não teve seu time participando da série A representou 9,97% dos jogadores do fantasy game, ficando atrás apenas do time do Flamengo com 21,21%, do São Paulo 12,38% e do Palmeiras com 11,06%. Notamos que independentemente do time estar na disputa pelo título, brigando contra o

rebaixamento ou sequer participando do campeonato, o que importa para o jogador do fantasy game é se seu time virtual está desempenhando um bom papel.

No quesito premiação Fleury (2011) coloca:

Prêmios, só se forem oferecidos em uma promoção conjunta com um anunciante. Mas confiamos que a principal forma de marketing do cartola é o bate boca natural que acontece na internet e oferecer um produto cada vez melhor. Prêmios só são factíveis para um percentual pequeno de jogadores que conseguem ter competitividade em um universo tão grande. Mas esses indivíduos já são jogadores assíduos, então acaba que essa questão de prêmio não interessa tanto para o usuário médio. Para esse jogador, o mais importante são os aspectos sociais do game, e é aí que somos mais eficientes.

Portanto, segundo o perfil dos jogadores nacionais e as estratégias do produto fantasy game, a movimentação financeira milionária advinda de cobrança de taxas, assim como a distribuição de prêmios sedutores presente especialmente nos Estados Unidos não é prioritária no mercado nacional. Até o presente estudo, o que tem importância para os desenvolvedores nacionais é a participação assídua do jogador, também sua constante motivação e relação estabelecida com a audiência do campeonato brasileiro de futebol, sobretudo a nova configuração de interesses e inclusão dos jovens telespectadores do futebol, para depois provavelmente se pensar em maneiras eficientes de arrecadação ou exploração do mercado fidedigno.

Enfim, existem várias maneiras de relacionamento entre as mídias brasileiras e o uso do fantasy game como estratégia de marketing, que são adequadas conforme o interesse dos anunciantes, desenvolvedores e respostas dos consumidores dos produtos: os jogadores.

7 ESTATÍSTICAS DO CARTOLA F.C

A estatística aplicada ao esporte tem como objetivo servir de ferramenta para os profissionais que atuam diretamente com a modalidade – técnicos, preparadores físicos – na preparação integral da equipe. O domínio de números, muito comum em outras modalidades como o basquete, vôlei e principalmente esportes individuais, tornou-se fundamental para a elaboração de análises e programações para jogos e treinamentos também no futebol. Ela é a base de todos os esportes fantasia e apesar disso não encontramos em nenhum estudo ou reportagem nos sites de análises estabelecendo sua real relação com o esporte praticado. Se pegarmos a base dos scouts de cada um dos 755 jogadores (e técnicos) distribuídos entre as 20 equipes do campeonato brasileiro, notaremos um importante banco de dados que se relaciona diretamente com o desempenho real do esporte e que não é explorado.

Partindo disso, no Cartola F.C. são aferidos pontos tanto na defesa como no ataque. São atribuídos ou descontados pontos para os seguintes quesitos:

- defendendo (quando não está com a posse de bola); roubadas de bola, falta cometida, gols contra, cartões amarelos, cartões vermelhos, jogos sem sofrer gols, defesas difíceis, defesas de pênaltis e gols sofridos(esses quatro últimos válidos somente para goleiros)
- atacando (quando está com a posse da bola); falta sofridas, passes errados, assistências, finalizações na trave, finalizações para fora gols, impedimentos e pênaltis perdidos.

Ao avaliar os números dos scouts dos jogadores notamos alguns dados relevantes ao desempenho individual de cada um deles. Embora o trabalho não tenha por objetivo principal a análise direta dos scouts, é inegável a relação que ela estabelece com o esporte e a oportunidade abrir novas possibilidades de estudos para interpretação dos dados estatísticos.

Notamos que até a 31ª rodada do campeonato brasileiro de 2011, dos 20 melhores jogadores em pontuação no Cartola F.C., 10 foram convocados no último ano para suas seleções nacionais. O jogador Willians do Flamengo foi o jogador que mais roubou bolas no campeonato, 114 vezes (o segundo colocado tem apenas 84 roubadas), novamente primeiro em número de faltas, 79 vezes e ainda o quinto colocado em números de cartões amarelos, 11 cartões. Além disso, no topo da tabela dos jogadores mais caros na formatação

do jogo, exceto goleiros, estão nomes como Ronaldinho Gaúcho (1º), Neymar (2º) Thiago Neves (3º) Luis Fabiano (4º) e Paulo Henrique Ganso (5º), o que corresponde diretamente com os maiores salários pagos no futebol nacional.

lista de jogadores

Status: Posição: Time: Faixa de preço: escolher

JOGADORES	JOGOS	PREÇO		PONTUAÇÃO		CONFRONTO
		Atual	Var.	Med.	Ult.	
MEI Thiago Neves	28	C\$ 29.45	3.20	7.01	32.90	
MEI Ronaldinho Gaúcho	26	C\$ 28.86	1.21	6.19	8.00	
ATA Neymar	17	C\$ 28.12	-3.56	9.48	14.10	
GOL Wilson	31	C\$ 25.14	1.30	4.54	8.00	
ATA Luis Fabiano	5	C\$ 23.71	-0.59	1.10	0.10	
MEI Lucas	23	C\$ 22.68	1.99	4.06	10.50	
TEC Vanderlei Luxemburgo	33	C\$ 22.32	0.75	4.87	9.02	
MEI Willians	26	C\$ 21.99	0.00	6.03	0.00	
ATA Magno Alves	28	C\$ 21.02	0.00	3.86	0.00	
GOL Rogério Ceni	29	C\$ 20.87	0.00	3.57	0.00	
MEI Montillo	31	C\$ 20.78	-1.00	6.22	-0.80	
MEI Paulo Henrique Ganso	10	C\$ 20.53	-1.89	5.47	5.00	
ATA Borges	24	C\$ 20.53	0.57	7.59	7.50	
MEI Marcos Assunção	29	C\$ 20.36	-0.96	5.16	-3.80	
ATA Liedson	22	C\$ 20.25	-0.18	5.37	7.40	

MEU TIME: FEYENERD
ESCALAÇÃO ATUAL

ESQUEMA TÁTICO: 4-3-3

- GOL Felipe C\$ 19.74
- LAT Mariano C\$ 13.56
- LAT Pará C\$ 4.31
- ZAG Rodrigo C\$ 8.93
- ZAG Bolívar C\$ 9.79
- MEI Paulo Baler C\$ 6.84
- MEI Montillo C\$ 20.78

preço do time C\$ 112,53
nos cofres C\$ 0,52
patrimônio C\$ 113,05
time escalado
mercado aberto fecha em 12/11 às 17:00h

Figura 5: Página do site Cartola F.C. no qual o praticante escolhe o jogador a ser escalado. Contém informações referentes ao time escalado, posicionamento tático, preço virtual e estatísticas gerais como finalizações no gol, faltas cometidas, cartões amarelos, passes errados, entre outras.
Fonte: <http://sportv.globo.com/site/cartola-fc/>

8 REFELEXÃO SOBRE O FANTASY GAME E SUAS ATIVIDADES NO BRASIL

Esta grande estratégia de marketing de sucesso nos Estados Unidos é relativamente pouco explorado no Brasil. Apesar disso, sites de análises dos jogos como cartoleiros.com – que fornece dados de análises do Cartola F.C., criado em 2009, com maior número de acessos e seguidores nas redes sociais – notaram o potencial dos jogadores de fantasy game. Após menos de dois anos de sua criação conta hoje com cerca de 4 milhões de acessos mensais com permanência média de 7 minutos para cada visitante. O site organiza ligas em que os participantes concorrem a prêmios concedidos pelos patrocinadores e conta hoje com cerca de quinze mil jogadores cadastrados. No Twitter conta com cerca de onze mil seguidores e no Facebook sete mil pessoas que acompanham as notícias vinculadas ao site. Apesar de não ter estudos no Brasil, são números expressivos se levarmos em conta estudos americanos que mostram que cada americano participante de fantasy game fica de 6 a 15 horas por semana monitorando seus times na internet (FLOOD, 2004).

Aliás, as redes sociais são de grande importância para a disseminação da informação do fantasy game e apesar de não ser encontrado nenhum estudo americano que mostra este vínculo é impossível não fazer esta análise. A página do cartola tem um link direto no Twitter em que os comentários de qualquer usuário da rede social que use a hashtag – são palavras-chave antecedidas pelo símbolo "#" que designam o assunto o qual está se discutindo em tempo real no twitter – #cartolafc ficam disponíveis para visualização na primeira página do site. É muito importante este vínculo direto com o jogador já que umas de suas principais motivações para o jogo é poder mostrar sua superioridade para os demais jogadores e as informações das redes sociais têm papel importantíssimo neste aspecto, tanto na velocidade quanto na abrangência da informação. Além disso, todo assunto mostrado com frequência nas redes sociais viram iscas virtuais para todos os usuários da internet, que querem estar por dentro das notícias que circulam na rede.

No ano de 2008 no canal Sportv, foram vinculadas às transmissões do campeonato brasileiro dados estatísticos do cartola durante os intervalos das partidas, que não foi continuado. Enquanto os jogadores eram entrevistados, eram exibidas alguns dados analisados no cartola assim como a pontuação geral (até o intervalo) do jogador. Já que toda continuidade de programação e estratégia televisiva são baseadas em respostas do público,

não deve ter grande significância a implementação deste formato. Aliás, passados 6 anos de implantação do fantasy game no Brasil, não encontramos nenhum meio de comunicação impresso ou televisivo, tanto canais abertos ou fechados, que trate diretamente com o público participante do fantasy game. Informações somente na internet e de forma muito superficial e pouco fundamentada.

Outra preocupação dos desenvolvedores do site é a praticidade ao acesso ao site. Pensando nisso foram criados aplicativos para celulares com acesso direto ao site do fantasy game. Com ele o jogador que tenha acesso à internet pelo celular pode gerenciar seu time de qualquer lugar que esteja.

O esporte tem grande importância na mídia mundial e em grande parte dos países do mundo em que tenha um jornal impresso, site de notícias ou noticiário na TV, o esporte terá seu lugar reservado. Em grande parte, a notícia é apresentada de uma forma subjetiva de acordo com a interpretação do cronista esportivo, comparando jogos anteriores e desempenhos individuais e coletivos da disputa. Outra maneira de interpretar um jogo é através dos dados estatísticos do esporte e é justamente por este aspecto que o fantasy game tem seu lugar, transformando os dados reais em informações indexadas para o jogo fictício.

Diferente das análises como já ditas subjetivas dos cronistas esportivos, o fantasy game é um jogo onde a subjetividade não tem vez. Seja no futebol, no rúgbi, basquete, futebol americano, fórmula 1 ou beisebol, se o jogador fez o gol, fez o ponto ou cometeu uma infração isso será computado, entrará para a estatística e fará parte dos dados estatísticos do jogo real e transformado em dados fictícios.

Já a especulação tem seu devido lugar, deixando muitas vezes os praticantes do fantasy game atento a qualquer movimentação do esporte real. Um jogador lesionado horas antes de o jogo começar pode fazer uma grande diferença na pontuação do time fictício e quanto mais atento o jogador de fantasy estiver, maior a vantagem sobre os adversários desatentos.

Com o passar dos anos, a mídia sempre atenta a audiência começou a dar importância para este segmento devido ao grande aumento nos números de jogadores. Jornalistas esportivos conceituados começaram jogar o fantasy game e fazer suas análises para serem aplicadas em seu próprio time e em discussões exibidas em alguns debates esportivos do canal Sportv. Ele tornou-se um jogador com a pressão de ser um bom praticante, uma vez que lida com a informação do esporte de forma direta, privilegiada e profissional.

O aumento no número de jogadores atraiu a atenção da indústria do marketing já que os jogadores dedicam horas na frente dos computadores analisando o mercado para montar o melhor time

Um fator determinante para o sucesso do fantasy game no mundo é a estatística. Apesar disso, o brasileiro e grande parte da mídia esportiva não dão ênfase à estatística, principalmente no futebol. Se compararmos os jogos da Liga dos Campeões, Copa do Mundo, é possível notar dados estatísticos muito mais aprofundados que os jogos transmitidos no campeonato brasileiro. O site das ligas europeias fornece dados de chutes a gol, qual faixa do campo e do gol foi finalizado, movimentação efetiva dos jogadores, passes certos, passes errados, local onde este foi realizado, a direção ou até mesmo a distância percorrida pela bola, enfim, informações pouco enfatizadas nas transmissões esportivas brasileiras.

Outro fator do pouco desenvolvimento econômico do fantasy game no Brasil se deve ao fato da premiação dos esportes fantasia brasileiros não contemplarem os vencedores da ligas com prêmios em dinheiro, que se comparado aos jogadores de fantasy game do Estados Unidos, os prêmios aos vencedores das ligas podem ser milionários. No ano de 2008 o site fanball.com ofereceu premiação de um milhão de dólares, trezentos e cinquenta mil dólares para o segundo e cento e cinquenta mil dólares para o terceiro colocado em campeonato realizado com o fantasy game de futebol americano.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O formato de jogo online, assim como o fantasy game como se conhece hoje (não aquele que Okrent jogava), é um fenômeno relativamente recente, caminha junto com o desenvolvimento da internet. Como todo fenômeno da rede tem suas particularidades, pode variar de público que joga (país, idade, sexo) e de modalidade praticada. Porém, uma coisa é certa é uma modalidade que atrai grande número de jogadores obcecados, que passam horas na frente das TVs e dos computadores em busca de informações esportivas para montar seus times.

Apesar de não terem estudos caracterizando o jogador de fantasy game no Brasil, nota-se que é um mercado fiel, que acompanha as notícias do seu time de coração e que acima de tudo ama o futebol. Vale lembrar que não podemos relacionar diretamente o perfil do jogador brasileiro com o jogador americano, suas características possivelmente variam, uma vez que formato distribui prêmios em dinheiro, o que provavelmente faça o interesse e o perfil do jogador mudar. Entretanto, o jogador de fantasy game tem características muito bem definidas e, conhecendo o consumidor do produto, o marketing esportivo torna-se extremamente eficaz.

Nota-se que existem várias razões para a mídia implantar o fantasy game como estratégia de marketing, entre elas o aumento na audiência nos jogos de menor importância, o aumento nos acessos dos sites onde são hospedados o jogo e as informações do campeonato e sem dúvida a mais importante delas: a maneira como os jogadores de fantasy game se relacionam com o futebol, dando importância maior para o time fictício que para seu time de coração, fazendo que ele fique atento a todos os jogos da competição e acompanhe o campeonato na íntegra.

Apesar de praticado em vários formatos no exterior, no Brasil o fantasy game tem um único formato, o futebol. Ele é integrante da cultura brasileira e a paixão do brasileiro pelo futebol, aliado a um formato de jogo extremamente atraente, faz do fantasy game brasileiro, em especial o Cartola F.C., um fenômeno. Apesar disso acredita-se que poderia ser explorado de forma mais abrangente e eficiente, uma vez que os direitos televisivos do campeonato pertencem à rede Globo, que tem maior cobertura televisiva no território nacional. Apesar disso, toda propaganda é divulgada somente em seu canal fechado, o SporTV.

O presente estudo abre possibilidades de novas considerações no que se refere ao fantasy game no panorama nacional. Avaliar o perfil do jogador nacional é sem dúvida a mais importante delas. Conhecer o porquê jogam, quais seus objetivos, qual a idade, sexo, nível econômico e social são perguntas que ajudariam o marketing esportivo a explorar de forma eficiente este fenômeno que é amplamente explorado, no que se refere a estratégia de mercado, principalmente nos Estados Unidos. Além disso, a relação dos dados estatísticos reais com o jogo fictício abre novas possibilidades de estudo, em particular ao futebol brasileiro, cujas estatísticas divulgadas nas transmissões televisas são extremamente superficiais.

Outra possibilidade de estudo é entender como o novo público enxerga o esporte. Ele cresceu junto com a internet e evidentemente têm mais horas na frente do vídeo game que praticando um esporte real. Teve a primeira vivência esportiva por meio de jogos eletrônicos que com o esporte propriamente dito. No Brasil algumas modalidades esportivas são praticamente inexistentes como o críquete, curling e até mesmo hóquei no gelo, contudo é possível jogar pela internet com jogadores que tem vivência com a modalidade (real) do outro lado do mundo e ainda ser melhor que eles, sem nunca terem vivenciados a modalidade em seu estado concreto.

Vale lembrar que assim como todo fenômeno da internet, o fantasy game está sujeito a transformações na maneira em que o público enxerga o formato. Geralmente tem seu início avassalador, a estabilidade, a monotonia e por fim o desinteresse. O consumidor deve ser acompanhado de perto e conhecê-lo em todos aspectos é essencial. Cabe aos desenvolvedores novas formatações nas apresentações, ferramentas de informações online, premiações atraentes, inovações nas maneiras de relacionamento com o jogador, e entre os jogadores – nesse aspecto as redes sociais tem papel fundamental e de sobrevida ao fenômeno. Tudo deve ser ajustado as necessidades do jogador e ter como objetivo atender suas expectativas, que são renovadas a cada temporada.

Como em todo estudo, as limitações estão presentes e a falta de estudos acadêmicos podem deixar de responder algumas perguntas e aprofundar o pensamento. Apesar disso o principal objetivo do estudo foi pontuar determinadas características do fenômeno empírico da cultura do fantasy game para o panorama acadêmico nacional.

Para finalizar, gostaríamos de deixar claro que as argumentações aqui apresentadas foram de ordem sintética, grande parte dos artigos foram retirados da internet devido a escassez de trabalhos científicos, o que por si demanda um aprofundamento maior em cada tópico abordado. Entretanto, tal como nos propusemos no trabalho, trata-se de

introdução ao estudo do fantasy game, portanto, está aberta a palavra e o convite para esse exercício de novas possibilidades de relacionar e de se pensar o jogo no panorama brasileiro.

REFERÊNCIAS

- BALLARD, C. **Fantasy world. Sports Illustrated.** 2004., disponível em < <http://iml.jou.ufl.edu/projects/spring06/Antonio/fantasyhomepage.html> > Acesso em 02 nov. 2011.
- CARTOLA F.C. – Página oficial do jogo. Disponível em <<http://sportv.globo.com/site/cartola-fc/>> Acesso em 20 out. 2011.
- ESPN – Fantasy and Spots – Página oficial do jogo. Disponível em <<http://games.espn.go.com/frontpage>> Acesso em 18 nov. 2011.
- FANTASY PREMIER LIGUE 2011/2012. Página oficial da entidade. Disponível em <<http://fantasy.premierleague.com/>> Acesso em 15 nov. 2011.
- FANTASY SPORTS TRADE ASSOCIATION (FSTA). Página oficial da entidade, disponível em < <http://www.fsta.org/>>. Acesso em 15 set. 2011.
- FELPS, P. **Fantasy sports players getting a big assist from the Internet.** The Dallas Morning News. 2000. Disponível em < <http://www.highbeam.com/doc/1G1-65087934.html>> acesso em 09 nov. 2011.
- FISHER, E. **Fantasy Players Seen As Big Spenders In Key Consumer Categories.** Disponível em < <http://www.sportsbusinessdaily.com/Daily/Issues/2009/09/Issue-6/Sponsorships-Advertising-Marketing/Fantasy-Players-Seen-As-Big-Spenders-In-Key-Consumer-Categories.aspx>> Acesso em 14 set. 2011.
- FLOOD, J. (2004). **Winners or losers: Participants in fantasy game redefine leisure sports.** Parks & Recreation, 12(2). disponível em < http://findarticles.com/p/articles/mi_m1145/is_2_39/ai_113756462/pg_2/> Acesso em 05 nov. 2011.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- GEWIRTZ, I. **Kerouac at Bat: Fantasy Sports and the King of the Beats.** The New York Public Library, 2009.
- GLOBO ESPORTE. **Cartola FC 2008: contagem regressiva. Disponível em** <<http://globoesporte.globo.com/Esportes/Noticias/Futebol/0,,MUL464702-9825,00.html>> Acesso em 15 out. 2011.
- HUIZINGA, J. **Homo ludens: o jogo como elemento da cultura.** São Paulo: Perspectiva, 2005.
- ISIDORE, Chris. **The ultimate fantasy – profits.** Sports fantasy games have grown steadily to reach 15M players, but profits are a new game. Disponível em <http://money.cnn.com/2003/08/29/commentary/column_sportsbiz/sportsbiz/> Acesso em 27 set. 2011.

KEROUAC, J. **Kerouac At Bat: Fantasy Sports and the King of the Beats**. Disponível em <<http://exhibitions.nypl.org/treasures/items/show/157>> acesso em 04 out. 2011.

KOTLER, P. – **Administração de Marketing** – 10a Edição, – Tradução Bazán Tecnologia e Lingüística; revisão técnica Arão Sapiro. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

KORDICK, J. **Behavior modification: How fantasy sports impacts fan behavior**. Faculty California State University, Fullerton. 2008.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LEI DAS CONTRAVENÇÕES PENAIAS. Página da presidência da republica disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/De13688.htm>- Acesso em 20 set. 2011.

MILTONS, M.M. **Regulação dos jogos de azar na américa do norte: Uma análise introdutória**. SEAE/MF Documento de Trabalho no 43. Disponível em <www.seae.fazenda.gov.br/central_documentos/2006/dt_43.pdf> Acesso em 16 nov. 2011.

NACIONAL FANTASY BASEBALL CHAMPIONSHIP (NFBC) – Página oficial da entidade. Disponível em <<http://nfbc.stats.com/baseball/home/nfbc/index.asp>> Acesso em 02 nov. 2011.

OLIVEIRA, M. P. M. T.; SILVEIRA, D. X.; SILVA, M. T. A. **Jogo patológico e suas consequências para a saúde pública**. Rev. Saúde Pública 42(3): 542-549, ND. São Paulo, 2008. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/rsp/v42n3/6691.pdf>> Acesso em 26 out. 2011.

SALOMON, D. V. **Como fazer uma monografia: elementos de metodologia do trabalho científico**. 11a. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1977.

SHANK, M. **Sport marketing: a strategic perspective**. Nova Jersey: Prentice Hall, 2002.

SUTTELL, S. **Fantasy leagues fuel fever: Hobby hits home with million of die-hards**. Crain's Cleveland Business, 2004. Disponível em <http://goliath.ecnext.com/coms2/gi_0199-595550/Fantasy-leagues-fuel-fever-Hobby.html> aceso em 22 out. 2011.

TEDESCHI, B. **Advertisers find a demographic gold mine: Fantasy sports**. Disponível em <<http://www.highbeam.com/doc/1P1-98330123.html>> Acesso em 18 nov. 2011.

UMSTEAD, R.T. **Turning fan fantasy into cold cash: Stat-based games rise in popularity with sports-TV programmers**. Multichannel News. 2003.

WOODWARD, D. F. **A whole new ballgame: how fantasy sports has evolved in the mass media**. Mestrado The University of Texas, 2005.

ANEXO A

Entrevista Newton Fleury Filho – **globoesporte.com**

Quantos jogadores existem cadastrados no Cartola FC? E ativos?

R: Aproximadamente 1.5 milhões de cadastrados e 1 milhão atualizando por rodada

Quantos jogadores foram cadastrados só no primeiro ano do jogo (2004?)?

R: O primeiro ano foi 2005, que ainda por cima teve a confusão de jogo remarcado e tal. Não me lembro direito não, mas acho que tivemos uns 300 mil registrados no fim, mas com menos de 100 mil atualizando.....

Qual é o objetivo do Cartola?

Bom, vamos lá. O Objetivo do sportv.com e do globoesporte.com é oferecer um portfólio de serviços que possa oferecer a melhor experiência esportiva (em especial futebol brasileiro) da internet brasileira, e entendemos que o cartola cumpre parte importante nesse sentido.

Com relação ao Modelo de Negócios, o cartola é um serviço gratuito cuja receita vem do mercado publicitário.

Existe algum estudo psicológico, social ou econômico sobre quem joga? Vocês tem dados do perfil brasileiro? Tem planos para isto?

R: Temos Dados muito básicos (basicamente sexo e idade). Não os tenho de cabeça, posso passar certinho depois, mas não é muito diferente do que você imagina: Quase 90% masculino, entre 12 e 30 anos, mais ou menos proporcionais nas faixas desse intervalo

Quais os planos para o futuro? maior integração com mídias sociais? Melhor interatividade entre os jogadores?

R: Temos alguns planos para a evolução do game, mas ainda não está maduro o suficiente. Mas certamente vai passar por Redes Sociais, não tem como ser diferente.

Porque não é distribuído prêmios em dinheiro?

R: Existem questões de regulamentação que são um pouco complexas e achamos que hoje o cartola não precisa de prêmios em dinheiro. Prêmios, só se forem oferecidos em uma promoção conjunta com um anunciante. Mas confiamos que a principal forma de marketing do cartola é o bate boca natural que acontece na internet e oferecer um produto cada vez melhor. Prêmios só são factíveis para um percentual pequeno de jogadores que conseguem ter competitividade em um universo tão grande. Mas esses indivíduos já são jogadores assíduos, então acaba que essa questão de prêmio não interessa tanto para o usuário médio. Para esse jogador, o mais importante são os aspectos sociais do game, e é aí que somos mais eficientes.

Qual tipo de jogo que o cartola se enquadra? Jogo de azar?

R: Não. O cartola é um Fantasy Sport. Se isso é jogo de azar ou não, não sei. Eu o vejo como um jogo social, ou simplesmente "a maneira mais divertida de acompanhar o Brasileirão, por que você monta seu time na internet e torce por ele na televisão, internet ou rádio." como costumo falar. Mas na minha opinião, ele tem um impacto tremendo em como as gerações mais novas se relacionam com o Futebol, focando mais no campeonato, nas informações do que simplesmente no seu time de coração. No fim das contas, mesmo se seu time não está indo bem e fica naquela zona que não busca nada pra cima nem luta pra fugir de rebaixamento, o campeonato fica interessante pra você.

Por fim, não temos interesse em cobrar pelo cartola e por ora não somos filiados a FSTA.

ANEXO B

Entrevista **Eduardo Bergamo** – site **cartoleiros.com.br**

Qual o número de acessos mensais? quanto tempo em média passam no site?

R: Estamos atualmente com 4 milhões de acessos mensais. O tempo médio de permanência é de 7 minutos.

Você tem o perfil do público que acessa? idade, sexo, etc? é possível fazer uma enquete para obter os dados?

R: O site tem apenas dois anos e ainda não tivemos a oportunidade de fazer uma pesquisa deste tipo, mas deveremos ter algo nessa linha em breve, pois precisamos destes dados para nossos anunciantes.

O site oferece atualização online dos scouts? Se não, tem intenção de prestar este serviço?

R: Não oferecemos serviço de scouts on line no momento. Trabalhamos apenas nas matérias com dicas, análises e debates, com foco voltado para o conteúdo. Temos a intenção de prestar esse serviço no futuro, pois gera um ganho de visitas. Tudo depende da criação de uma equipe para isso, o que requer custos.

Como é mantido o site? a equipe é remunerada? Você pode me passar uma ideia de faturamento médio?

R: O site é mantido por duas pessoas e possui outros seis colaboradores, todos maiores de 18 anos. Neste ano, com o novo formato do site, fizemos uma espécie de ensaio para os colaboradores.

Aqueles que se destacaram, serão mantidos para o próximo ano e receberão pagamento pelo seu trabalho. Já existe este projeto de profissionalização.

O site fatura atualmente algo em torno de R\$ 3.000,00 mensais, entre publicidade direta, programas de afiliados e comissões.

Quanto custa um anúncio no site? como é cobrado? click? dias?

R: Temos espaços diferentes, cada um com seu custo. Cobramos por mensalidade.

O Cartoleiros é o maior/melhor site de orientação para o Cartola F.C.? Você tem ideia de quantos sites/blogs "concorrentes" existem atualmente?

R: O Cartoleiros tem o maior número de visitas e membros cadastrados, dentre os sites e blogs sobre Cartola FC. Tem também o maior número de seguidores e fãs nas principais redes sociais. Existem muitos blogs sobre Cartola, mas a maioria são páginas pessoais, com poucos recursos.

Creio que podemos apontar no máximo uns dois ou três bons sites sobre Cartola, mesmo assim, ainda mantidos em caráter amador.

ANEXO C

Regras do fantasy game Cartola F.C.

2.1 Para participar do Cartola basta assistir às rodadas do Campeonato Brasileiro e participar.

A cada rodada, o Usuário poderá concorrer, obedecendo às seguintes regras:

A – Ao se inscrever no Cartola, o Usuário receberá um time e 100 (cem) cartoletas (moeda virtual para uso interno do jogo). Para a composição do time, o Usuário deverá se utilizar das 100 (cem) cartoletas disponibilizadas, para a compra dos passes dos jogadores virtuais e do técnico.

B – Cada usuário somente poderá criar 01 (um) time por login de Usuário do Portal Globo.com, sob pena de desclassificação do Cartola.

C – A cada jogador profissional do Campeonato Brasileiro, será atribuído um valor virtual em cartoletas no jogo virtual de acordo com a sua participação no referido campeonato.

D – O Usuário monta seu time inicial adquirindo 11 (onze) jogadores, dentro do limite de seu orçamento, bem como um técnico de futebol, o qual é parte integrante do elenco e que, também representa um custo na montagem da equipe.

E – O Usuário poderá definir uma entre as 07 (sete) opções de esquema tático oferecidas, bem como poderá realizar a estratégia tática ao seu critério. São eles:

ESQUEMA	ZAGUEIROS	LATERAIS	MEIAS	ATACANTES
4-4-2	2 zagueiros	2 laterais	4 meias	2 atacantes
4-3-3	2 zagueiros	2 laterais	3 meias	3 atacantes
5-3-2	3 zagueiros	2 laterais	3 meias	2 atacantes
3-5-2	3 zagueiros	-	5 meias	2 atacantes
3-4-3	3 zagueiros	-	4 meias	3 atacantes
4-5-1	2 zagueiros	2 laterais	5 meias	1 atacante
5-4-1	3 zagueiros	2 laterais	4 meias	1 atacante

F – O Usuário ainda terá a opção de ter um time inicial montado automaticamente pelo próprio site: www.sportv.com.br/cartolafc, doravante Site. Neste caso, o Usuário gastará suas cartoletas, do mesmo modo que na montagem do time manual, conforme estipulado nos itens “A” a “D”.

G – Será permitido ao Usuário, se este desejar, a ativação do ‘Assistente técnico’. Esta função permite que o sistema do jogo escale o time do Usuário, de forma automática, de acordo com os setores do campo (defesa, meio-campo e ataque), de acordo com os times pré-selecionados pelos usuários em cada setor do campo (defesa, meio-campo e ataque). O critério para a

substituição se dá por meio da atualização dos status dos jogadores (suspensão, provável, contundido, servindo à seleção, barrado ou nulo), que são definidos editorialmente de acordo com matérias e escalações divulgadas pelo Globoesporte.com. Os jogadores do seu time que estiverem com o status de suspensão, contundido, barrado, servindo à seleção ou nulo serão substituídos por jogadores com o status provável após o fechamento do mercado. As mudanças de status são feitas até um dia antes da rodada começar. Porém, a escalação de um jogador pelo Assistente Técnico não é certeza de sua participação e/ou pontuação (positiva ou negativa), pois outros fatores podem influenciar na participação do jogador na partida.

3. Pontuação

3.1. A cada rodada do Campeonato Brasileiro da série A, a GLOBOSAT consolidará as estatísticas de desempenho de cada jogador e as transformará em pontos, de acordo com as seguintes tabelas de pontuação (Ação x Pontos):

SCOUTS DE DEFESA

JOGOS	(J)	0 ponto	
ROUBADA DE BOLA	(RB)	+ 1,7 pontos	
FALTA COMETIDA	(FC)	- 0,5 ponto	
GOL CONTRA	(GC)	- 6,0 pontos	
CARTÃO AMARELO	(CA)	- 2,0 pontos	
CARTÃO VERMELHO	(CV)	- 5,0 pontos	
JOGO SEM SOFRER GOL	(SG)	+ 5,0 pontos	Exclusivo à posição "goleiro", zagueiro e lateral
DEFESA DIFÍCIL	(DD)	+ 3,0 pontos	Exclusivo à posição "goleiro"
DEFESA DE PÊNALTI	(DP)	+ 7,0 pontos	Exclusivo à posição "goleiro"
GOL SOFRIDO	(GS)	- 2,0 pontos	Exclusivo à posição "goleiro"

SCOUTS DE ATAQUE

JOGOS	J	0 ponto	
FALTA SOFRIDA	FS	+ 0,5 ponto	
PASSE ERRADO	PE	- 0,3 ponto	
ASSISTÊNCIA*	A	+ 5,0 pontos	
FINALIZAÇÃO NA TRAVE	FT	+ 3,5 pontos	
FINALIZAÇÃO DEFENDIDA	FD	+ 1,0 ponto	
FINALIZAÇÃO PARA FORA	FF	+ 0,7 ponto	
GOL	G	+ 8,0 pontos	
IMPEDIMENTO	I	- 0,5 ponto	
PÊNALTI PERDIDO	PP	- 3,5 pontos	

** É considerada Assistência (A) somente o último passe antes de um gol. A assistência ocorre quando o finalizador da jogada recebe a bola diretamente de quem executou seu passe, mesmo que em seu percurso, a bola sofra pequenos desvios, sem alterar significativamente seu destino final até a conclusão da jogada (Gol). Para esclarecer melhor o nosso critério, veja os exemplos abaixo:*

Ex 01: Meio-campista de uma equipe executa um passe direcionado à seu atacante e na trajetória da bola, algum zagueiro adversário, a desvia mas mesmo assim, a bola chega aos pés do finalizador.

Ex 02: Se um jogador vai até a linha de fundo, cruza e seu companheiro, livre dentro da área, faz o gol, é assistência.

Ex 03: Se um jogador receber cruzamento de escanteio ou bola parada, é considerada assistência.

Não serão consideradas assistências (A) quando:

(i) Ocorrer um lance de gol contra;

(ii) em lances de bola parada, o jogador ajeita a bola com um leve toque para o finalizador da jogada.

3.1.1. A contagem dos scouts dos técnicos é feita de acordo com a média simples dos jogadores que entraram em campo, titulares ou reserva, no time dirigido pelo técnico no próprio Campeonato Brasileiro. Ou seja, aqui o parâmetro são os pontos dos jogadores do time real de cada técnico.

Ex.: Muricy Ramalho é técnico de um time e efetuou 3 (três) substituições no jogo. Logo, ele utilizou 14 (quatorze) jogadores no total e no Cartola estes 14 (quatorze) jogadores do São Paulo terão seus pontos fixados de acordo com os scouts definidos na tabela acima. Assim pega-se a média dos pontos de todos esses jogadores utilizados pela técnico, faz-se uma média e está será a pontuação de cada técnico.

3.2. Ao término da rodada, o time do Usuário recebe o somatório de pontos de todos os jogadores e do técnico escalados para aquela rodada.

3.3. Também, ao término da rodada, cada jogador virtual escolhido para compor o time terá o seu valor em cartoletas alterado, de acordo com o desempenho do respectivo jogador profissional correlato ao virtual no Campeonato Brasileiro. O novo valor de cada jogador virtual estará disponível para consulta gratuita no Site. Contudo, é importante ressaltar que tais valores não estão baseados, de nenhuma maneira, em valores reais do jogador, sendo definidos segundo o mecanismo de funcionamento do jogo e baseados no desempenho do atleta no Campeonato Brasileiro.

3.3.1 Casos especiais:

A. Será publicada no blog oficial do Cartola FC (colunas.sportv.globo.com/cartolafc) e no site (www.sportv.com.br/cartolafc), até a data limite divulgada de fechamento do mercado, a lista das partidas que valerão pontos para a rodada no game. O fechamento do mercado se dará no período de até 2 (duas) horas anteriores ao início do 1º jogo de cada rodada.

B. Em caso de jogos interrompidos antes do término da partida, para efeito do jogo virtual, valerão os pontos computados pelos jogadores até o momento da interrupção da partida, independente do que for definido para o resultado do Campeonato Brasileiro (ex. cancelamento do jogo, conclusão do tempo restante em outro dia, etc.).

C. A aferição do scout (estatísticas de desempenho do jogador) será feita segundo critérios arbitrados por uma comissão formada pela GLOBOSAT, não podendo ser contestada sob nenhuma hipótese.

D. As pontuações atribuídas a jogadores em determinada rodada podem ser corrigidas em até 48 (quarenta e oito) horas após a liberação da súmula oficial das partidas no site da CBF (Confederação Brasileira de Futebol). Os itens da súmula que podem ser corrigidos são: cartão amarelo, cartão vermelho, gol e gol contra. Com as alterações, a pontuação do jogador mudará, mas suas cartoletas não serão alteradas em nenhum momento. Todas as alterações serão informadas através do blog oficial do Cartola FC (colunas.sportv.globo.com/cartolafc), na reabertura do mercado. A reabertura do mercado se dará até 12 (doze) horas após a última partida de cada respectiva rodada. Caso este prazo não consiga ser cumprido em virtude de problemas técnicos, o Blog do Cartola informará os Usuários sobre tal situação e indicará, se possível, a nova previsão de reabertura do mercado. Em caso de alteração, o prazo final para a divulgação do resultado oficial (da rodada/mês) é em, no máximo, uma semana após o fim da rodada/mês.

E. Em casos excepcionais definidos pela GLOBOSAT, as rodadas poderão ser canceladas.

F. Expurgo de usuário: o usuário que ficar sem se logar por 45 (quarenta e cinco) dias terá seu time e, se possuir alguma liga que administra, a liga administrada deletado(s).

4. Funcionamento das Ligas

4.1. Os times dos Usuários são classificados em rankings que contabilizam suas pontuações no transcorrer do prazo do Campeonato Brasileiro, independente da Liga à qual pertençam. Ressalta-se que serão 4 (quatro) os rankings do jogo virtual: (i) por rodada, os Usuários, independentemente da Liga à qual pertençam, serão ordenados pelos pontos alcançados na referida rodada; (ii) por mês, os Usuários serão ordenados de acordo com a maior pontuação obtida ao final do referido mês, independentemente da Liga à qual pertençam; (iii) por turno, os Usuários serão ordenados, ao final de cada turno, conforme o número de pontos feitos no decorrer do respectivo turno; e (iv) ao término do Campeonato Brasileiro, o maior pontuador como aquele cujo time alcançar o maior número de pontos, entre todas as ligas do Site, ao

longo de todas as rodadas. É possível que o mesmo Usuário figure, por exemplo, como melhor colocado em mais de um ranking.

4.2. A competição abrange a Liga Nacional (composta por todos os Usuários), Ligas Regionais (todos os Usuários divididos por estados da federação), Ligas do Clube de Futebol do coração dos Usuários (informado no registro) e Ligas Privadas (compostas exclusivamente por uma rede de Usuários que voluntariamente se interligarem), conforme cláusula 1.4 supra.

5. Gerenciamento dos Times

5.1. Entre uma rodada e outra, o Usuário poderá alterar seu time pelo Site.

5.2. O fim do prazo para fazer mudanças em seu time, para os jogos da semana seguinte será de 2 (duas) horas antes do início do primeiro jogo da rodada. O horário limite para atualização do time estará disponível para consulta no Site.

5.3. Ao final de cada rodada; ao final de cada mês; ao final de cada turno; e ao final do Campeonato Brasileiro, será feita a apuração e disponibilização do ranking dos Usuários do Cartola pela GLOBOSAT.