

FUTEBOL PROFISSIONAL: “CAMPO CHEIO” NÃO AJUDA A GANHAR JOGO

Ms. EDSON SOARES MEDEIROS FILHO

Docente de futebol da Universidade Presidente Antônio Carlos, unidade São Gonçalo do Rio Abaixo

PhD. JOÃO PAULO AMARAL HADDAD

Docente de bioestatística da Escola de Medicina Veterinária da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

RESUMO

Este estudo tratou de (a) verificar se o fenômeno de Home Advantage (HA) – tendência de as equipes, quando jogam em casa, vencerem mais de 50% dos jogos – existiu na série A do Campeonato Brasileiro de Futebol do ano de 2005 (CB2005); e (b) se o público médio presente nos estádios teve poder explicativo sobre a média de pontos ganhos, nos jogos em casa, dos clubes participantes. Os dados foram obtidos de dois websites oficiais de estatística e foram analisados por meio de estatística descritiva e regressão linear. Os resultados indicaram que (a) quando jogaram em casa os clubes participantes do CB2005 obtiveram melhor aproveitamento do que quando atuaram fora de casa e (b) a média de torcedores nos estádios não influenciou o rendimento das equipes nos jogos disputados em casa.

PALAVRAS-CHAVE: Influência da torcida; Home Advantage; futebol profissional.

INTRODUÇÃO

Em competições esportivas com o mesmo número de jogos dentro e fora de casa (por exemplo: Campeonato Brasileiro de Futebol), as equipes que jogam em casa tendem a vencer mais de 50% das partidas (SCHWARTZ; BARKSKY, 1977). Esse fenômeno, bem documentado na literatura (BRAY; WIDMEYER, 2000; BROWN et al., 2002; ZELLER; JURKOVAC, 1988), é denominado *Home Advantage* (HA) (COURNEYA; CARRON, 1992).

Pollard (1986) demonstrou ser a HA um fenômeno secular e que, segundo Jacklin (2005), foi intensificado no futebol desde que uma vitória passou a creditar três pontos. Outros estudos (BRAY; MARTIN, 2003; CARRON; LOUGHHEAD; BRAY, 2005; CLARKE; NORMAN, 1995) relatam que a HA está presente no esporte amador e profissional, independentemente do sexo dos atletas, em modalidades coletivas e individuais, em competições de diferentes níveis de repercussão (regionais, nacionais e internacionais) e em vários países do mundo (POLLARD, 2006b). Várias são as explicações para tal ocorrência; as mais comumente citadas são: a) *familiaridade com o local do jogo*; b) *fator viagem*; c) *influência da multidão de torcedores* (vide COURNEYA; CARRON, 1992; POLLARD, 2006a; WOLFSON; WAKELIN; LEWIS, 2005).

Acerca da *familiaridade com o local do jogo*, Moore e Brylinsky (1995) argumentam que as equipes se beneficiam ao jogar em casa por estarem mais acostumadas às características do campo de jogo. Exemplos no futebol envolvem a altura do gramado, as dimensões do campo e, em países extensos, como o Brasil, aspectos climáticos e alimentares (comidas típicas da região), que podem interferir de forma negativa na *performance* do time de fora. Além do mais, não raras vezes as equipes visitantes adotam táticas defensivas, o que, de acordo com Bray, Jones e Owen (2002) tende a beneficiar psicologicamente – alterações positivas na percepção de controle e autoconfiança – as equipes que jogam em casa.

O *fator viagem* versa sobre o cansaço decorrente do deslocamento das equipes visitantes, sobretudo quando percorrem extensas distâncias até o local do jogo (CARRON; LOUGHHEAD; BRAY, 2005; SMITH, 2005). Contudo, deve-se destacar que equipes com acesso a transporte rápido – comumente viagem aérea – e hospedagens de qualidade são menos afetadas por esse fator. Ademais, quando os confrontos são clássicos locais, ocorrendo na mesma cidade ou em regiões marcadamente próximas, a influência desse fator não é estatisticamente significativa (POLLARD, 1986).

O *fator influência da multidão de torcedores* está relacionado ao contingente de pessoas que vão aos estádios e ginásios apoiar seus times (NEVILL; HOLDER, 1999). Em linhas gerais, a presença de um grande número de torcedores exerce efeito motivacional nos atletas, intimida os oponentes e influencia a arbitragem a favorecer, mesmo que não intencionalmente, o time mandante do jogo (SMITH, 2005).

No futebol brasileiro o contingente de torcedores que vai aos estádios para apoiar os seus times é grande. Por exemplo, nos campeonatos brasileiros de futebol profissional (série A) de 2004 e 2005 mais de dez milhões de espectadores foram ao campo torcer pelos seus times¹. Tal volume de pessoas reflete a importância desse esporte no plano cultural do país e da força da paixão clubística no Brasil (DAMO, 2001), assim como a crença dos torcedores de que a sua presença nos estádios contribui decisivamente para o sucesso de sua equipe (WOLFSON; WAKELIN; LEWIS, 2005).

Embora, teórica e empiricamente, o número de torcedores seja uma explicação plausível para o fenômeno da HA, tal assertiva não é consenso na literatura (CARRON; LOUGHHEAD; BRAY, 2005; WOLFSON; WAKELIN; LEWIS, 2005). Assim, enquanto Nevill e Holder (1999) sugerem que a multidão de torcedores é o fator mais associado com a HA, outros estudiosos (POLLARD, 1986; SALMINEN, 1993; STRAUSS, 2002) relatam que nem sempre uma multidão de torcedores a favor resulta em uma melhor *performance* do time da casa. Já Schwartz e Barsky (1977) sugerem não ser o número total de torcedores que está relacionado com a HA, mas sim a “densidade da torcida” – razão entre o número absoluto de torcedores e a capacidade do estádio.

Ainda sobre essa controvérsia, existem estudos (GREER, 1983; THIRER; RAMPEY, 1979; ZELLER; JURKOVAC, 1988) envolvendo a influência do número absoluto de torcedores e/ou “densidade da torcida” no resultado da partida e no comportamento dos atletas e dos árbitros que proporcionaram evidências acerca do relacionamento favorável entre número de torcedores e a HA. Em pesquisa relativamente recente, Nevill, Balmer e Williams (1999) observaram um aumento significativo no percentual de pontos ganhos em casa quando os times jogaram na presença de grande multidão de torcedores. Em trabalho anterior, Nevill, Newell e Gale (1996) verificaram que o número total de torcedores que comparecem aos estádios está positiva e significativamente associado à HA nas Ligas de Futebol Inglesa e Escocesa.

Em contraste com os resultados de Nevill e de outros autores, Dowie (1982), em estudo da Liga Inglesa de Futebol, observou que o número absoluto de torcedores não exerceu efeito significativo na HA. Pollard (1986), em estudo que considerou as quatro divisões do futebol inglês, também não observou efeito do número de torcedores, assim como da “densidade da torcida”, na HA. Agnew e Carron (1994), em estudo no hóquei, também obtiveram resultados contrários à hipótese de que o número absoluto de torcedores está associado ao resultado final da partida.

¹ Vide website oficial de estatísticas da Confederação Brasileira de Futebol (CBF): <http://200.159.15.35/seriea/estatisticas.aspx>.

As explicações oferecidas pelos estudiosos que encontraram relação positiva entre HA e número de espectadores a favor referem-se: a) ao efeito motivacional nos atletas que atuam “em casa”, e b) à intimidação dos adversários e dos árbitros. Na outra vertente, o número de torcedores é considerado um fator gerador de ansiedade e pressão social. Além do mais, a qualidade dos desportistas é discutida, ou seja, as equipes/os atletas que apresentarem as melhores qualidades físicas, técnicas, táticas e psicológicas se sobressairão independentemente do número de torcedores contrários.

Tendo em vista a aparente inexistência de estudos sobre HA no futebol brasileiro profissional, considerando que os resultados de várias pesquisas sobre a influência da torcida na HA não são conclusivos, e diante da estrita relação envolvendo torcedores e clubes de futebol no país – no Brasil não possuir ou não demonstrar afeição por algum time é fato muito incomum (DAMO, 2001) –, os objetivos deste estudo foram verificar: a) se o fenômeno de HA existiu na série A do Campeonato Brasileiro de Futebol do ano de 2005 (CB2005); b) se o público médio presente nos estádios teve poder explicativo sobre a média de pontos ganhos, nos jogos em casa, dos clubes participantes.

MÉTODOS

Base de Dados

Os dados foram obtidos do *website* oficial de estatísticas da CBF (<http://200.159.15.35/seriea/estatisticas.aspx>) e de outro *website* que disponibilizava informações detalhadas sobre todas as partidas do CB2005 (<http://www.infobola.com.br/brasileiro/2006/chances.aspx>).

Os dados incluíam o número de pontos ganhos e a média de público das 22 equipes no campeonato em questão, a saber: Atlético-MG, Atlético-PR, Botafogo, Brasiense, Corinthians, Coritiba, Cruzeiro, Figueirense, Flamengo, Fluminense, Fortaleza, Goiás, Internacional, Juventude, Palmeiras, Paraná, Paysandu, Ponte Preta, Santos, São Caetano, São Paulo e Vasco. Tais equipes jogaram em grupo único, todas contra todas, em turno e retorno.

Cuidados éticos

O presente estudo não envolveu experimentação com humanos ou animais, mas foi conduzido em total conformidade com os parâmetros éticos descritos pelo Conselho Nacional de Saúde (CNS, 1996). Os dados utilizados para o desenvolvimento deste estudo foram publicados nos *websites* mencionados e estão acessíveis

a todo e qualquer interessado. Vale frisar que as equipes citadas no presente estudo são constantemente expostas a análises de seus rendimentos e têm seus nomes, cotidianamente, veiculados pela mídia impressa, televisiva e radiofônica.

Procedimentos e análise

Os dados foram impressos dos *websites* mencionados e lançados no Statistical Package for Social Sciences (SPSS). Seguindo a tendência da pesquisa em HA (MOORE; BRYLINSKY, 1995), o *design* do presente estudo foi do tipo *ex-post facto*.

Na análise dos dados, empregou-se estatística descritiva para verificar se houve HA – de acordo com a definição de HA proposta por Courneya e Carron (1992) –, ou seja, se considerados todos os jogos disputados em casa pelas 22 equipes do CB2005 o percentual de vitórias foi superior a 50%.

Com o intuito de acrescentar subsídios para a discussão o teste de Aderência Qui-Quadrado comparou as proporções de vitórias e não-vitórias em casa (empates e derrotas) com as mesmas proporções nos jogos disputados fora.

Regressão linear, simples e múltipla também foram utilizadas (*vide* NORUSIS, 1998). No modelo de regressão linear simples (MRLS) a variável independente foi: (a) *média de público das equipes do CB2005*. No modelo de regressão linear múltipla (MRLM) as variáveis independentes foram: (a) *média de público das equipes do CB2005* e (b) *classificação das equipes no CB2004* (à equipe campeã da série B desse ano foi atribuída a 23ª posição e à vice-campeã, a 24ª). Em ambos os modelos a variável dependente foi a *média de pontos ganhos dentro de casa*.

Correlação de Pearson foi empregada para verificar se o percentual de vitórias em casa associou-se com a colocação final no campeonato. Tal procedimento foi utilizado porque as variáveis eram quantitativas e, de acordo com resultado do teste de Shapiro-Wilk ($p > 0,05$), os dados apresentaram distribuição normal.

RESULTADOS

A figura 1 considera todas as equipes e os 924 jogos do CB2005 e apresenta o percentual de vitórias e não-vitórias (empates ou derrotas) nos jogos dentro de casa e nos jogos fora de casa. Observa-se que os times que jogaram em casa venceram 50,9% dos seus jogos e empataram ou perderam 49,1%. Desse modo, de acordo com a conceituação de HA proposta por Courneya e Carron (1992) e respaldada por outros autores (BROWN et al., 2002; POLLARD, 2006a; CARRON; LOUGHHEAD; BRAY, 2005), houve HA no CB2005, visto que o aproveitamento de vitórias em casa foi superior a 50% dos jogos disputados.

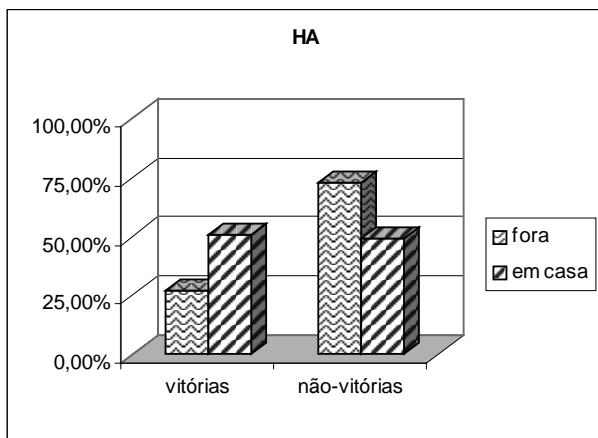


Figura 1: HA: Percentual de vitórias e não-vitórias (empates ou derrotas) do CB2005 de acordo com o fator local (jogar em casa ou jogar fora de casa).

Na figura 1 também é possível visualizar que o percentual de vitórias nos jogos fora de casa foi de 27,06% e o de não-vitórias (empates ou derrotas) de 72,94%. Conforme mencionado na seção metodológica do presente estudo, o teste de Aderência do Qui-Quadrado foi utilizado para comparar as proporções de vitórias e não-vitórias em casa (empates e derrotas) com as mesmas proporções nos jogos disputados fora de casa. Essa comparação apresentou diferença estatisticamente significativa ($\chi^2 = 55,07$; gl = 1; $p = 0,00$), ou seja, quando jogaram fora de casa os times venceram menos do que quando jogaram em casa. Tal resultado indica que no campeonato em questão jogar em casa foi, de fato, uma vantagem.

Conforme coeficiente de Correlação de Pearson ($r = -0,73$; $p = 0,00$) houve associação moderada (vide BARBETTA, 2004), negativa e estatisticamente significativa envolvendo o percentual de vitórias em casa e a colocação final do CB2005; isto é, as equipes que tiveram maior aproveitamento em casa (maior número de pontos ganhos em casa) tenderam a ocupar melhores posições (“posições menores”; por exemplo: 1ª, 2ª, 3ª) na tabela de classificação.

Terminada a exposição dos resultados orientada à questão da HA, a análise volta-se para a relação entre número médio de torcedores em campo e média de pontos ganhos em casa. A esse respeito a tabela 1 mostra os resultados do MRLS, enquanto a tabela 2 apresenta os resultados do MRLM. É importante frisar que, para ambos os modelos, foram atendidos os pré-requisitos necessários para a adoção desse tipo de regressão que são: independência das observações, normalidade da distribuição dos valores da variável dependente e relação linear entre a variável dependente e

independente (NORUSIS, 1998). Ademais, executou-se a análise de resíduos que se mostraram independentes, lineares, normais e com variância constante.

Tabela 1 – Resultados do MRLS

Teste do Modelo			Coeficientes do Modelo	
Teste-F	Valor p	R ²	β_0	β_1
0,02	0,89	0,00	1,72**	0,00

** $p \leq 0,01$

O valor p exibido na tabela 1 indica que a variável independente *média de público das equipes do CB2005* não teve poder explicativo sobre a variável dependente *média de pontos ganhos nos jogos dentro de casa*. Logo, não é plausível a previsão do aproveitamento de uma equipe, nos jogos disputados em casa, a partir da quantidade de torcedores que vão ao campo. O valor do R² mostra que a variável independente em questão não explicou a variação da variável dependente. Por fim, uma vez que o modelo não foi significativo, a análise dos seus coeficientes β_0 (*constante*) e β_1 (*média de pontos ganhos nos jogos dentro de casa*) não agrega informação substantiva para a questão em investigação.

A tabela 2 apresenta os resultados do MLRM e permite notar, dado o valor do teste F e o seu conseqüente nível de significância ($p = 0,03$), que tal modelo é significativo; ou seja, o conjunto de variáveis independentes teve poder explicativo sobre a variável dependente. Todavia, nota-se que foi a inclusão da variável independente *classificação das equipes no CB2004* que fez com que o modelo se tornasse significativo e de 0% passasse a explicar 23,3% da variância total da variável dependente.

As variáveis independentes desse modelo foram centralizadas e, portanto, a sua constante reflete a média de pontos obtidos dentro de casa por um time que ficou no “meio da tabela” (11^a colocação) do CB2004 e que possui a média de público do CB2005. Nota-se ainda que, como no MRLS, β_1 (*média de pontos ganhos nos jogos dentro de casa*) não se associou significativamente com a variável dependente. Já β_2 (*classificação das equipes no CB2004*) se associou com a variável dependente de modo que, quanto pior a colocação de um time no CB2004, menor foi a média predita de pontos obtidos dentro de casa no CB2005.

Tabela 2 – MRLM

Teste do Modelo			Coeficientes do Modelo		
Teste-F	Valor p	R ² Ajustado	β_0	β_1	β_2
4,20	0,03	0,23	1,76**	0,00	-0,03**

** $p \leq 0,01$

DISCUSSÃO

Os resultados indicaram que existiu HA no CB2005, o que condiz com as assertivas de pesquisadores da área (BRAY; JONES; OWEN, 2002; BRAY; WIDMEYER, 2000; BROWN et al., 2002; CARRON; LOUGHHEAD; BRAY, 2005; POLLARD, 2006a; SCHWARTZ; BARSKY, 1977). Mostraram ainda que a proporção de vitórias em casa foi estatisticamente superior à proporção de vitórias fora de casa e que quanto maior o percentual de vitórias em casa melhor tende a ser a colocação do time no campeonato. Sumarizando: no CB2005, como em outros campeonatos de vários esportes em vários locais do mundo, jogar em casa foi mais vantajoso do que jogar fora de casa (BRAY; MARTIN, 2003; CLARKE; NORMAN, 1995; COURNEYA; CARRON, 1992; JACKLIN, 2005; NEVILL; HOLDER, 1999; POLLARD, 2006b).

O MRLS e o MRLM mostraram que a média de pontos ganhos nos jogos em casa, dos 22 clubes participantes da série A do CB2005, não dependeu do público médio presente no estádio e corrobora achados que não observaram impacto favorável da multidão de torcedores na HA (AGNEW; CARRON, 1994; DOWIE, 1982; POLLARD, 1986; SALMINEN, 1993; STRAUSS, 2002). O fato de a média de torcedores nos estádios não explicar o aproveitamento das equipes em seus jogos dentro de casa indica que a crença dos torcedores de que a sua presença nos estádios contribui decisivamente para o sucesso de sua equipe pode ser, como já sinalizado por outros estudiosos (WOLFSON; WAKELIN; LEWIS, 2005), errônea. Logo, a questão que se impõe é a qualidade dos desportistas. Objetivamente falando, se o time for ruim – do ponto de vista técnico e tático; e mal preparado, no aspecto fisiológico e psicológico – não é um campo repleto de torcedores a favor que determinará um resultado positivo. Ademais, é provável que mais torcedores compareçam aos estádios em função do sucesso do seu time na temporada, e não que o sucesso das equipes seja fruto da presença maciça da torcida.

Se tal inferência é contra-intuitiva e, muito provavelmente, não reflete a crença de uma nação apaixonada por futebol; treinadores, dirigentes e outros profissionais vinculados à modalidade podem conscientizar-se de que arquibancada lotada não ganha jogo. Certamente, mais importante do que uma torcida fanática é proporcionar ao plantel de atletas uma estrutura de excelência e um treinamento qualificado. De fato, quando bem estruturadas, equipes com poucos torcedores (São Caetano dos anos de 2001 e 2002), comparadas a “times de massa” (por exemplo: Flamengo), podem fazer boas campanhas em competições expressivas; o oposto também é pertinente.

É importante pontuar que, embora *fator influência da multidão de torcedores*, neste estudo, não esteja associado ao aproveitamento de pontos dentro de casa, o

montante de torcedores que uma equipe possui é uma importante fonte de renda, e esta, quando bem administrada, pode ser revertida em investimento e estrutura para o clube. Assim, sobretudo em um país no qual os times de futebol têm grande importância cultural (*vide* DAMO, 2001), a quantidade de torcedores exerce influência, não necessariamente no estádio, no desempenho de clubes de futebol.

Contrariamente ao que ocorreu com a média de torcedores, o MRLM mostrou que houve dependência entre a média de pontos ganhos nos jogos dentro de casa durante o CB2005 e a campanha do CB2004. Tal constatação fornece mais um indício de que, conforme relatado por outros autores (AGNEW; CARRON, 1994; DOWIE, 1982; POLLARD, 1986; SALMINEN, 1993; SCHWARTZ; BARKSY, 1977; STRAUSS, 2002), a qualidade dos atletas, durante um determinado intervalo de tempo, é um fator que potencializa ou não a ocorrência da HA.

É importante frisar que o presente estudo é limitado por, pelo menos, duas questões. Em primeiro lugar, o presente estudo não considerou todas as variáveis que teoricamente (por exemplo: *familiaridade com o local do jogo*; *fator viagem*) podem influenciar o fenômeno de HA. Contudo, sabe-se que considerar todas as variáveis que influenciam um determinado fenômeno nunca é uma tarefa fácil. Outra limitação do presente estudo versa sobre a análise de apenas uma temporada competitiva e não de um vasto período de tempo. Uma análise de todos os Campeonatos Brasileiros, por exemplo, certamente traria mais informações a respeito da relação entre torcida e HA.

Apesar das limitações mencionadas, o presente estudo representa uma contribuição importante para a literatura, uma vez que investigou uma relação (*torcida-performance* esportiva) que desperta grande interesse do público leigo e especializado e que ainda carece de investigação sistematizada. Nesse ínterim, Córrea e colaboradores (2002) afirmam que, apesar da grande popularidade do futebol no Brasil, existem poucos estudos sistematizados sobre essa modalidade esportiva.

É importante deixar claro que a principal conclusão deste estudo foi que a média de torcedores presentes ao estádio não teve poder explicativo sobre a média de pontos ganhos nos jogos disputados pelas 22 equipes participantes do CB2005. Contudo, a classificação das equipes no CB2004 teve poder explicativo sobre o aproveitamento médio de pontos de cada um dos 22 clubes analisados. Noutras palavras, estádio cheio não ajudou as equipes de casa a vencerem seus jogos, mas a qualidade do grupo de jogadores durante um determinado período de tempo (mensurada pela classificação das equipes no Campeonato Brasileiro do ano anterior – CB2004) foi uma variável que influenciou significativamente o sucesso ou o fracasso de um determinado clube de futebol no CB2005. Outra conclusão deste estudo – não tão impactante como a anteriormente mencionada e que, provavel-

mente, já é de conhecimento do público amante do futebol – foi que jogar em casa rendeu mais dividendos do que jogar fora de casa.

Por fim, vale ressaltar que, embora o fenômeno da HA seja conhecido e bem documentado, as causas que o geram ainda não estão completamente estabelecidas. Especificamente sobre o papel da torcida nesse fenômeno são necessárias mais investigações. Por exemplo, apesar da dificuldade de obter dados oficiais detalhados acerca do número de torcedores que acompanham os quase 1.000 jogos do Campeonato Brasileiro, um próximo estudo poderia considerar não valores médios, mas sim o público de cada jogo e o resultado de cada partida. Futuros projetos podem ainda adotar abordagens qualitativas, como a condução de entrevistas com jogadores e torcedores, a fim de acrescentar informações em relação à influência da torcida no resultado dos jogos e no estado emocional dos desportistas. De qualquer forma, conforme já pontuado por outros autores (CARRON; LOUGHHEAD; BRAY, 2005; WOLFSON; WAKELIN; LEWIS, 2005), mais estudos sobre a influência da torcida no esporte e na HA podem e devem ser desenvolvidos a fim de esclarecer em que condições a quantidade de torcedores exerce, ou não, efeito positivo na *performance* de times que jogam em casa.

Professional soccer: full stadiums do not help teams to win games

ABSTRACT: The purposes of this study were to verify (a) if the Home Advantage (HA) – tendency of the teams, when playing at home win more than 50% of the games – occurred in the 2005 Soccer Brazilian National Soccer Championship (CB2005); and (b) if the amount of public in the stadiums explained the average of won points, in the games at home, of the clubs that took part in the CB2005. The data were gathered from two statistical official websites and were analyzed through descriptive statistics and linear regression. The results showed that (a) when playing at home the soccer clubs obtained better results than when playing as guests, and (b) the supporters' average presence in the stadiums had no statistical influence in the performance of the teams when they played at home.

KEY WORDS: Fans' influence; home advantage; professional soccer.

Fútbol profesional: “campo lleno” no ayuda a ganar la partida

RESUMEN: Este estudio tuvo dos objetivos (a) verificar el fenómeno Home Advantage (HA) – que es la tendencia de los equipos lograren mas de 50 por ciento de victorias jugando en su casa, como se paso en la serie A de lo Campeonato Brasileño de Fútbol en 2005 (CB2005); y (b) se el publico de los estadios tuvo el poder de influencia sobre los puntos agregados. Los dados fueran obtenidos de dos websites oficiales de estadísticas y fueran considerados por estadísticas descriptivas y regression linear. Los resultados apuntaran que (a) jugando en su

casa los clubes participantes do CB2005 lograran mejores resultados si relacionado cuando jugaran fuera de casa e (b) la media de torcedores en los estadios no tuvo influencia en el rendimiento de los equipos cuando jugaran en su casa.

PALABRAS CLAVES: Influencia de la torcida; Home Advantage; fútbol profesional.

REFERÊNCIAS

AGNEW, G. A.; CARRON, A.V. Crowd effects and the home advantage. *International Journal of Sport Psychology*, v. 25, p. 53-62, 1994.

BARBETTA, P. A. *Estatística aplicada às ciências sociais*. 5. ed. Florianópolis: Editora da Universidade Federal de Santa Catarina, 2004.

BRAY, S. R.; JONES, M. V; OWEN, S. The influence of competition location on athletes' psychological states. *Journal of Sport Behavior*, v. 25, n. 3, 2002.

BRAY, S. R.; MARTIN, K. A. The effect of competition location on individual athlete performance and psychological states. *Psychology of Sport and Exercise*, p. 117-123, 2003.

BRAY, S. R.; WIDMEYER, W. N. Athletes' perceptions of the home advantage: an investigation of perceived causal factors. *Journal of Sport Behavior*, v. 23, n. 1, p. 1-10, 2000.

BROWN, T. D.; RAALTE, J. J. L. V.; BREWER, B. W.; WINTER, C. R.; CORNELIUS, A. E. World cup soccer home advantage. *Journal of Sport Behavior*, v. 25, n. 2, p. 134-144, 2002.

CARRON, A. V.; LOUGHHEAD, T. M.; BRAY, S. R. The home advantage in sport competitions: Courneya and Carron's (1992) conceptual framework a decade later. *Journal of Sport Sciences*, v. 23, n. 4, p. 395-407, 2005.

CLARKE, S. R.; NORMAN, J. M. Home ground advantage of individual clubs in English soccer. *The Statistician*, p. 509-521, 1995.

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL. *Estatísticas do Campeonato Brasileiro de Futebol*. 2006. Disponível em: <<http://200.159.15.35/seriea/estatisticas.aspx>>. Acesso em: 21 set. 2006.

CONSELHO NACIONAL DE SAÚDE. *Resolução nº 196 de 10 de outubro de 1996*. 1996. Disponível em: <www.conselho.saude.gov.br/docs/Resolucoes/Reso196de96.doc>. Acesso em: 23 set. 2006.

CÔRREA, D. K. A.; ALCHIERI, J. C.; DUARTE, L. R. S.; STREY, M. N. Excelência na produtividade: a performance de jogadores de futebol profissional. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, v. 15, n. 2, p. 447-460, 2002.

COURNEYA, K. S.; CARRON, A. V. The home advantage in sport competitions: a literature review. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, v. 14, p. 13-27, 1992.

DAMO, A. S. Futebol e estética. *São Paulo em Perspectiva*, v. 5, n. 3, p. 82-91, 2001.

DOWIE, J. Why Spain should win the World Cup? *New Scientist*, p. 693-695, 1982.

GREER, D. L. Spectator booing and the home advantage: a study of social influence in the basketball arena. *Social Psychology Quarterly*, p. 252-261, 1983.

INFOBOLA. *Site de estatísticas do futebol brasileiro*. Disponível em: <<http://www.infobola.com.br/brasileiro/2006/chances.aspx>>. Acesso em: 19 set. 2006.

JACKLIN, P. B. Temporal changes in home advantage in English football since the second war: what explanations improved away performance? *Journal of Sport Sciences*, v. 23, n. 7, p. 669-679, 2005.

MOORE, J. C.; BRYLINSKY, J. Facility familiarity and the home advantage. *Journal of Sport Behavior*, v. 18, n. 3, p. 302-311, 1995.

NEVILL, A. M.; BALMER, N.; WILLIAMS, M. Crowd influence on decisions in association football. *The Lancet*, 1999.

NEVILL, A. M.; HOLDER, R. L. Home advantage in sport: An overview of studies on the advantage of playing at home. *Sports Medicine*, p. 221-236, 1999.

NEVILL, A. M.; NEWELL, S.; GALE, S. Factors associated with home advantage in English and Scottish Soccer. *Journal of Sports Sciences*, n. 14, n. 2, p. 181-186, 1996.

NORUSIS, M. J. *SPSS 8.0. Guide to data analysis*. New Jersey: Prentice Hall, 1998.

POLLARD, R. Home advantage in soccer: a retrospective analysis. *Journal of Sport Sciences*, n. 4, p. 237-248, 1986.

_____. Home advantage in soccer: variations in its magnitude and a literature review of the inter-related factors associated with its existence. *Journal of Sport Behavior*, v. 29, n. 2, 2006a.

_____. Worldwide regional variations in home advantage in association football. *Journal of Sport Sciences*, v. 24, n. 3, p. 231-240, 2006b.

SALMINEN, S. The effects of audience on the home advantage. *Perceptual and Motor Skills*, p. 1.123-1.128, 1993.

SCHWARTZ, B.; BARSKY, S. The home advantage. *Social Forces*, v. 55, p. 641-661, 1977.

SMITH, D. R. Disconnects between popular discourse and home advantage research: what can fans and media tell us about the home advantage phenomenon? *Journal of Sports Sciences*, v.23, n. 4, p. 351-364, 2005.

STRAUSS, B. The impact of supportive spectator behavior on performance in team sports. *International Journal of Sport Psychology*, v. 33, p. 372-390, 2002.

THIRER, J.; RAMPEY, M. Effects if abusive spectator behaviour on the performance of home and visiting intercollegiate basketball teams. *Perceptual and Motor Skills*, p. 1.047-1.053, 1979.

WOLFSON, S.; WAKELIN, D.; LEWIS, M. Football supporters' perceptions of their role in the home advantage. *Journal of Sports Sciences*, v. 23, n. 4, p. 365-374, 2005.

ZELLER, R.; JURKOVAC, T. Doming the stadium: the case for baseball. *Sport Place International*, v. 3, p. 35-38, 1988.

Recebido: 17 dez. 2007

Aprovado: 9 jun. 2008

Endereço para correspondência

Edson Soares Medeiros Filho

Universidade Presidente Antônio Carlos – Faculdade de Educação Física

Rua Henrique Rubim, 701 – Bairro Niterói

São Gonçalo do Rio Abaixo-MG

CEP 35935-000