

QUANTO VALE UM CENTÉSIMO DE SEGUNDO

LEONARDO ARAUJO
Dirigente do A.C. Milan
leonardo@leonardoweb.com.br
www.leonardoweb.com.br

São 5h30 da manhã do domingo, 17 de agosto, aqui em Milão. Madruguei para ver o revezamento 4x100 medley, última prova de Michael Phelps em Pequim. Como eu, boa parte do mundo assistiu à prova esperando testemunhar um momento único na história do esporte: a conquista do oitavo ouro em uma mesma Olimpíada por um mesmo atleta.

Tudo parecia conspirar a favor, em uma história cheia de aspectos mitológicos. Para começar tem a questão do número 8 na China. A numerologia na cultura chinesa tem impacto até sobre a economia do país. O número 8, em mandarim pronunciado “bah”, soa similar a “fah”, que quer dizer prosperidade e sorte. Para ter idéia, empresas de telefonia cobram extra para cada 8 em números de telefone. Não por acaso, a abertura dos jogos aconteceu no dia 8/8/8 às 8h08.

Nos EUA, as 8 conquistas de Phelps vêm sendo comparadas aos 12 trabalhos de Hércules. Tudo porque o “feito phelpiano” era considerado impossível. E o esporte ganha mais uma história de superação e demonstração de que nada é impossível, desde que se tenha imaginação.

Por muitos anos será contada a história do garoto dos braços mais compridos do que o normal, do torso desproporcional em relação às pernas, de quem já se falava por ter competido com apenas 15 anos em Sidney 2000 e que, além das medalhas, quebrou 7 recordes em Pequim. Vamos lembrar da prova em que nadou os últimos 50m sem enxergar, pois seus óculos encheram d'água, e da sua comemoração entusiasmada quando sua equipe venceu de forma espetacular contra um nadador francês que detinha o recorde mundial e liderava até a última virada. E vamos lembrar principalmente da prova em

que venceu pela diferença de 0,01 segundo. Um centésimo de segundo que garantiu o “strike”.

Nos EUA, a saga de Phelps é o driver principal para os negócios esportivos envolvendo a Olimpíada. Tudo foi construído em torno da sua caminhada épica. A NBC, que pagou US\$ 894 milhões pelos direitos de transmissão para o mercado norte-americano, conseguiu convencer os organizadores de Pequim a mudar, pela primeira vez na história, o horário das provas de natação para o período da manhã, garantindo a transmissão ao vivo em horário nobre nos EUA. E funcionou. Além do que já havia arrecadado com venda de publicidade (algo em torno de US\$ 1 bi), a emissora fechou mais US\$ 10 milhões em contratos durante os três primeiros dias dos jogos. Isso porque, até o momento, a audiência de Pequim 2008 está 21% superior a Atenas 2004, com uma média de 31 milhões de espectadores em território norte-americano. Na última prova de Phelps, a audiência atingiu 40 milhões de espectadores, o evento mais assistido da emissora num sábado à noite desde 1990. A dependência em relação ao nadador é tão clara que na última quarta-feira, sem Phelps no Cubo D'água, a audiência ficou 16% abaixo da média. Não é à toa que nos EUA já estão chamando os Jogos Olímpicos de “The Phelps Show”.

Seus patrocinadores também comemoram. A Visa, parceira de Phelps há seis anos, veiculou anúncio logo após a conquista de seu 11º ouro em Olimpíadas (o quinto em Pequim), parabenizando-o pela marca histórica. Novo anúncio foi ao ar depois da oitava medalha. Além disso, Phelps é o personagem central da campanha da empresa para os Jogos Olímpicos, intitulada “Go world”, criada pela TBWA/Chiat/Day. Vale conferir: www.visa.com/goworld.

visa.com/goworld.

Além da Visa, Phelps tem contratos com AT&T, Kelloggs, Hilton, Power Bar, Speedo, Omega, PureSport e Rosetta Stone, o que lhe rende um faturamento anual estimado em US\$ 5 milhões. Bem abaixo do que faturam atletas como Tiger Woods, Kaká, Kobe Bryant, Raikonen e Federer. Diferentemente de jogadores de futebol e tênis, pilotos de Fórmula 1 e atletas de outros esportes de massa, a maioria dos atletas olímpicos tem grande exposição durante os jogos e depois passam quatro anos distantes do grande público. Mesmo assim, Phelps fatura dez vezes mais do que as grandes estrelas da natação mundial.

Suas conquistas em Pequim já lhe renderam mais de US\$ 1,68 milhão em premiações, sendo US\$ 1 milhão oferecidos pela Speedo quando igualou o recorde de sete medalhas de ouro em uma única edição dos jogos.

Especialistas em marketing esportivo nos EUA calculam que o feito inédito poderá gerar a Phelps algo entre US\$ 40 e US\$ 60 milhões anuais em contratos de endorsement, o que o colocaria entre os cinco atletas mais bem pagos do mundo. Mas para isso ele terá outro grande desafio pela frente: fazer com que sua imagem transcenda as piscinas, trabalhando seu lado celebridade tanto quanto tem trabalhado seu lado atleta, aumentando sua presença na mídia após os jogos. Nada fácil para quem nada 20 mil metros em 5 horas diárias, durante seis dias por semana, e para quem já anunciou que pretende competir em Londres 2012.

Mas, em se tratando de Phelps, melhor não duvidar.