



MORUMBI  
SÉCULO



Levante  
essa  
bandeira.



000000

# Morumbi

---

# A História

---



O estádio do Morumbi nasceu de uma ambição, à época, considerada absurda por muitas pessoas. Foi do “louco” sonho de um homem chamado Cícero Pompeu de Toledo, que presidia o São Paulo em 1951, que brotou a idéia de se construir o maior estádio particular do mundo.

Arrojado, Cícero Pompeu de Toledo encomendou ao arquiteto Vilanova Artigas, um dos introdutores do modernismo na arquitetura brasileira, o projeto para o estádio. Artigas deu ao presidente são-paulino o que ele queria. Uma obra moderna para marcar a grandiosidade do clube e da cidade de São Paulo no cenário mundial.

A próxima etapa foi conseguir o apoio de companheiros de direção do clube, encontrar o local que abrigasse uma obra daquela envergadura (112.264 m<sup>2</sup> de área construída num terreno de 154.000 m<sup>2</sup>) e estabelecer uma estratégia para gerar recursos e iniciar a obra.

Na fase dos apoios, o então presidente do São Paulo agregou à campanha o nome de Laudo Natel que se tornou tesoureiro do clube e presidente da comissão de obras para a construção do estádio.

Na tarde do dia 15 de agosto de 1952, nos escritórios da Imobiliária Aricanduva, Cícero Pompeu de Toledo acompanhado de membros de sua diretoria, assinou a escritura dando posse definitiva ao São Paulo Futebol Clube do tão desejado terreno, situado no então distante bairro do Jardim Leonor, um loteamento recém-criado. Naquele mesmo dia as obras eram iniciadas.

O Morumbi foi inaugurado de forma parcial no dia 2 de outubro de 1960 e entrou para a história. O São Paulo enfrentou o Sporting, de Portugal, e venceu por 1 a 0, gol de cabeça do atacante Peixinho, que deu um vôo rasante para meter a bola no gol. Dessa jogada é que foi cunhada a expressão “Gol de Peixinho”. O público do jogo foi de 56.448 pagantes.

Em 25 de janeiro de 1970, totalmente concluído, o Morumbi foi reinaugurado com o São Paulo enfrentando o Futebol Clube do Porto, de Portugal. A partida terminou sem gols.



# O Problema

---



## O Problema do São Paulo

Quando assumiu a diretoria do São Paulo, em abril de 1993, o presidente Fernando Casal De Rey começou a tomar contato com um problema sério: o desgaste da estrutura de um estádio com 25 anos de uso pleno, desde sua inauguração completa, em 1970. As reclamações do povo tornaram a situação mais preocupante: o Morumbi balançava demais.

O Clube encarou com seriedade esta questão e, em outubro de 1994, o problema foi dividido em duas grandes áreas a serem solucionadas: o revestimento da arquibancada e descobrir por que a estrutura do Morumbi vibrava?

A primeira área está praticamente solucionada, com as obras em fase de conclusão. A recuperação das partes externas e internas das arquibancadas e do lado interno está em sua fase final, envolvendo 33.000 m<sup>2</sup> de revestimentos.

A segunda área, a movimentação anormal da estrutura é o que mais preocupava a direção do São Paulo, que firmou convênio com a Escola Politécnica da USP para fazer as medições da estrutura, acompanhando e monitorando as vibrações. A frequência de vibração, medida em Hertz, estava muito baixa (2,5 Hz) e coincidia com o movimento do público na arquibancada. Ou seja, a torcida dava 2 pulos e meio por segundo, comportamento que imediatamente refletia no número de Hertz medido. Descobriu-se que os blocos de fundação, os que ficam sob o solo, apresentavam pequenas fissuras que foram constatadas quando da abertura de alguns desses gigantes.

Os resultados dos exames técnicos não deixaram outra opção ao São Paulo se não a de enviar uma carta ao Contru (Departamento de Controle de Uso de Imóveis da Cidade de São Paulo) pedindo a interdição parcial do estádio até a solução dos problemas.

O São Paulo iniciou os trabalhos para a definição da melhor opção para a solução do problema.



### Um Problema para São Paulo

A interdição parcial do Estádio do Morumbi gerou uma grande lacuna para a população de São Paulo.

Palco dos grandes jogos e das grandes decisões do futebol, o estádio passou a ser rota dos megaeventos musicais. Essa transformação fez do estádio um local de identificação não só com as pessoas do esporte, mas também dos amantes da música. Posteriormente, o Morumbi foi palco do maior momento religioso vivido pelo país, que foi a visita do Papa João Paulo II. De maneira definitiva, o Morumbi passou a fazer parte do cotidiano dos habitantes da cidade.

O ápice da ausência de um local capaz de comportar todos estes megaeventos foi a realização das finais do Campeonato Paulista de 1995 em um local distante da capital, Ribeirão Preto, com um público não condizente com as grandes finais já realizadas no Estádio do Morumbi.



# A Oportunidade

---



A cidade de São Paulo ganha um novo componente de modernidade a cada dia que passa. O Metrô paulistano está entre os mais eficientes, seguros, modernos e limpos de todo o mundo. Os grandes shoppings, as lojas de conveniência e os magazines mais famosos dos Estados Unidos e Europa estão investindo aqui. A cada dia também existe maior preocupação das pessoas com a qualidade de vida. Em todo esse contexto está inserido o de prestação de serviços. A diretoria do São Paulo concluiu que o Morumbi, enquanto prestador de serviços para a população de São Paulo, precisava portanto se modernizar.

Decidiu não se limitar a promover uma simples reforma, mas assumir o compromisso com o população de preparar o estádio para as necessidades das próximas décadas.

O projeto “Morumbi Século 21” parte do princípio de que não se pode tirar do Estádio Cícero Pompeu de Toledo a característica de templo do futebol. O Morumbi, de forma eterna, terá sua imagem ligada ao principal esporte na preferência do brasileiro. Mas será também um empreendimento mutável e enquadrado à filosofia de modernidade.

Portanto, o conceito de estádio multiuso vai transformar o Morumbi em um local que a população de São Paulo merece e precisa ter: versátil, seguro, eficiente, confortável e de fácil acesso para assistir aos maiores acontecimentos esportivos e socioculturais do país.





# A Viabilização

---

# de um Sonho

---



Lançado o desafio o primeiro passo foi contratar uma grande agência de Comunicação e Marketing, a escolhida foi a *MPMLINTAS*, selecionada em função do seu forte planejamento estratégico, que irá nortear todas as ações de comunicação para os vários públicos-alvos. A agência apresentou um planejamento realista e detalhado, que vai envolver toda a população da cidade num objetivo comum: transformar um patrimônio já reconhecido pelos habitantes como imprescindível para o lazer e diversão num dos mais modernos, confortáveis e seguros estádios do planeta.

O segundo passo ocorreu em paralelo ao primeiro. O Escritório de Arquitetura Julio Neves se juntou ao objetivo do São Paulo e passou a trabalhar no projeto arquitetônico do novo Morumbi. A principal diretriz dos arquitetos foi a de elaborar algo que colocasse o estádio de acordo com as necessidades básicas das pessoas que buscam diversão e lazer, sem esquecer da facilidade de acesso e escoamento, segurança e extrema funcionalidade. A modernização do estádio tinha que torná-lo um espaço para todos os fins: do esporte à música, passando pelas artes, convenções e compras.

A partir desta base, Projeto Arquitetônico/Plano de Marketing, partiu-se para o estabelecimento de novas parcerias.



### *Primeiras Parcerias Estabelecidas*

#### *Prestadores de Serviços*

- MPMLINTAS Comunicações Ltda.
- Escritório de Arquitetura Julio Neves
- Banco Bradesco S/A
- Telesp

#### *Veículos de Comunicação*

- Rede Bandeirantes de Rádio e Televisão
- SBT - Sistema Brasileiro de Televisão
- TVA
- Editora Abril
- S/A O Estado de S. Paulo
- A Gazeta Esportiva
- Rádio Jovem Pan
- Radio América
- Rádio Gazeta
- Rádio Globo
- Central de Outdoor

#### *Entidades*

- Governo do Estado de São Paulo
- Prefeitura de São Paulo
- Prefeitura do Município de Campina do Monte Alegre
- FIFA



# Plano de --- Marketing ---



O primeiro passo dado pela MPMLINTAS foi detectar através de pesquisa realizada pelo instituto *Vox Populi* o sentimento da população de São Paulo com relação ao estádio do Morumbi. A pesquisa determinou que o paulistano vê o estádio como símbolo da cidade e um patrimônio comum. Foi no Morumbi que os admiradores do futebol, torcedores das mais diferentes equipes, viveram passagens marcantes de seus times. A imagem do estádio está, acima de tudo, associada a esses grandes momentos, daí o fato de ele ser visto com o máximo carinho. São esses dados que norteiam todo o tema da campanha. O Morumbi é visto pelo paulistano como um patrimônio da cidade e também o único lugar capaz de receber os grandes espetáculos nacionais e internacionais.

A agência elaborou o plano baseada num conceito mundial denominado de *Cause Related Marketing* (Marketing Relacionado a uma Causa). A partir desse conceito, o Morumbi foi concebido como um produto ao qual cada pessoa terá acesso a um pedaço. Quando os pedaços se juntarem, existirá um patrimônio comum que servirá para benefício de todos.

Esse plano de marketing elaborado para a modernização do estádio foi concebido através da percepção do público em relação ao Morumbi. Foram levados em conta a importância que a população dá ao Morumbi; qual a associação de imagem do estádio com a cidade, com os mais diferentes clubes de futebol e como o estádio é visto enquanto local de entretenimento para a população em geral.

Do levantamento obtido com esse questionamento, foram selecionados dez diferentes públicos-alvos, que têm diferentes relações com o estádio. De forma mais genérica, os sentimentos são esses:

- São-paulino vê o estádio com orgulho. O vê como uma propriedade;
- Empresariado vê como uma grande oportunidade de negócios;
- Mídia solicita que o estádio tenha tecnologia atual;
- Torcedores em geral querem de volta o Morumbi, com conforto, comodidade e segurança.



### *A Campanha de Comunicação*

Para atender a todas essas necessidades, portanto, num primeiro momento a campanha é institucional e visa informar os diversos públicos da existência de um movimento em prol da modernização do estádio do Morumbi. Numa segunda fase, a campanha toma um tom mais específico e promocional e se dirige diretamente a cada um desses públicos.

O fio condutor da campanha é um tema especialmente composto de nove filmes que terão a locução feita pelo ator Lima Duarte.

Este tema também estará sendo veiculado nas principais rádios de São Paulo.

#### *Descrição dos Filmes*

“Clip” - um filme criativo e emocional, mesclando imagens da cidade de São Paulo, grandes momentos do estádio, gols marcantes de grandes jogadores e a alegria de várias torcidas.

“Guilherme Arantes / Raça Negra” - o cantor e compositor Guilherme Arantes e o grupo “Raça Negra” participam desses dois filmes no gramado do Morumbi. Estádio totalmente vazio, Guilherme Arantes surge em seu piano, colocado no círculo central do campo, e canta o tema da campanha. A mesma sequência acontece com o grupo “Raça Negra”, que canta o tema numa versão de pagode. A partir desse momento, os filmes convocam as pessoas para participar das ações promocionais.

“Vazio Cheio” - Em contraponto, são colocadas imagens do estádio em festa, cheio de torcedores, e vazio. Confirma-se a necessidade de o Morumbi estar à disposição do povo.

“Estádios do Mundo” - Os principais estádios de algumas das principais cidades de todo o mundo surgem sempre lotados, em grande festa. Em posição oposta, surge o Morumbi vazio, sem vida.

“Torcedor Roxo” - O filme mostra que o estádio do Morumbi é, acima de tudo, um local de entretenimento e confraternização para todas as torcidas. Tudo isso é simbolizado na figura do “Torcedor Roxo”.

A campanha também é composta de spots para rádio, anúncios de páginas dupla e simples para jornais e revistas e outdoors em toda a cidade.



**Morumbi  
Século 21.  
Levante  
essa  
bandeira.**

**1995** ficará para sempre como um ano de triste memória para o nosso futebol. A decisão do campeonato paulista teve que ser realizada fora de São Paulo porque a cidade não tinha um estádio em condições de receber os torcedores. Não podemos admitir que uma grande cidade como São Paulo não tenha um grande estádio. Por isso estamos lançando o projeto Morumbi Século 21 e esperamos contar com o apoio de toda a população. O objetivo do projeto é transformar o Morumbi num dos estádios mais modernos do mundo, com todas as condições de conforto, segurança e comodidade que o torcedor merece. Um estádio totalmente reestruturado e equipado de acordo com a concepção moderna mais avançada. Podendo perfeitamente ser utilizado tanto como palco do futebol como para a realização de espetáculos, já que contará com tecnologia apropriada que garantirá a preservação do gramado. E que terá camarotes empresariais, todos os seus assentos numerados, maiores áreas de circulação interna e externa, novas vias de acesso, novas áreas de estacionamento. Morumbi Século 21. Se você é um apaixonado por futebol ou um fã por grandes espetáculos levante essa bandeira.

**BRANDESCO**  
BANCO OFICIAL DO PROJETO MORUMBI SÉCULO 21

**TELESP**

**ESTADO DE SÃO PAULO**

**JULIO NEVES**

Governo do Estado de São Paulo, Prefeitura de São Paulo.

Página dupla de revista

**Morumbi Século 21.  
Levante essa bandeira.**

**1995** ficará para sempre como um ano de triste memória para o nosso futebol. A decisão do campeonato paulista teve que ser realizada fora de São Paulo porque a cidade não tinha um estádio em condições de receber os torcedores. Não podemos admitir que uma grande cidade como São Paulo não tenha um grande estádio. Por isso estamos lançando o projeto Morumbi Século 21 e esperamos contar com o apoio de toda a população. O objetivo do projeto é transformar o Morumbi num dos estádios mais modernos do mundo, com todas as condições de conforto, segurança e comodidade que o torcedor merece. Um estádio totalmente reestruturado e equipado de acordo com a concepção moderna mais avançada. Podendo perfeitamente ser utilizado tanto como palco do futebol como para a realização de espetáculos, já que contará com tecnologia apropriada que garantirá a preservação do gramado. E que terá camarotes empresariais, todos os seus assentos numerados, maiores áreas de circulação interna e externa, novas vias de acesso, novas áreas de estacionamento. Morumbi Século 21. Se você é um apaixonado por futebol ou um fã por grandes espetáculos levante essa bandeira.

**BRANDESCO**  
BANCO OFICIAL DO PROJETO MORUMBI SÉCULO 21

**TELESP**

**ESTADO DE SÃO PAULO**

**JULIO NEVES**

Governo do Estado de São Paulo, Prefeitura de São Paulo.

Página simples de revista

**Morumbi  
Século 21.  
Levante  
essa  
bandeira.**

**1995** ficará para sempre como um ano de triste memória para o nosso futebol. A decisão do campeonato paulista teve que ser realizada fora de São Paulo porque a cidade não tinha um estádio em condições de receber os torcedores. Não podemos admitir que uma grande cidade como São Paulo não tenha um grande estádio. Por isso estamos lançando o projeto Morumbi Século 21 e esperamos contar com o apoio de toda a população. O objetivo do projeto é transformar o Morumbi num dos estádios mais modernos do mundo, com todas as condições de conforto, segurança e comodidade que o torcedor merece. Um estádio totalmente reestruturado e equipado de acordo com a concepção moderna mais avançada. Podendo perfeitamente ser utilizado tanto como palco do futebol como para a realização de espetáculos, já que contará com tecnologia apropriada que garantirá a preservação do gramado. E que terá camarotes empresariais, todos os seus assentos numerados, maiores áreas de circulação interna e externa, novas vias de acesso, novas áreas de estacionamento. Morumbi Século 21. Se você é um apaixonado por futebol ou um fã por grandes espetáculos levante essa bandeira.

**BRANDESCO**  
BANCO OFICIAL DO PROJETO MORUMBI SÉCULO 21

**TELESP**

**ESTADO DE SÃO PAULO**

**JULIO NEVES**

Governo do Estado de São Paulo, Prefeitura de São Paulo.

1/2 página de jornal

**Morumbi Século 21.  
Levante essa bandeira.**

**1995** ficará para sempre como um ano de triste memória para o nosso futebol. A decisão do campeonato paulista teve que ser realizada fora de São Paulo porque a cidade não tinha um estádio em condições de receber os torcedores. Não podemos admitir que uma grande cidade como São Paulo não tenha um grande estádio. Por isso estamos lançando o projeto Morumbi Século 21 e esperamos contar com o apoio de toda a população. O objetivo do projeto é transformar o Morumbi num dos estádios mais modernos do mundo, com todas as condições de conforto, segurança e comodidade que o torcedor merece. Um estádio totalmente reestruturado e equipado de acordo com a concepção moderna mais avançada. Podendo perfeitamente ser utilizado tanto como palco do futebol como para a realização de espetáculos, já que contará com tecnologia apropriada que garantirá a preservação do gramado. E que terá camarotes empresariais, todos os seus assentos numerados, maiores áreas de circulação interna e externa, novas vias de acesso, novas áreas de estacionamento. Morumbi Século 21. Se você é um apaixonado por futebol ou um fã por grandes espetáculos levante essa bandeira.

**BRANDESCO**  
BANCO OFICIAL DO PROJETO MORUMBI SÉCULO 21

**TELESP**

**ESTADO DE SÃO PAULO**

**JULIO NEVES**

Governo do Estado de São Paulo, Prefeitura de São Paulo.

1/4 de página de jornal

**Levante  
essa  
bandeira.**

**BRANDESCO**  
O BANCO OFICIAL DO PROJETO MORUMBI SÉCULO 21

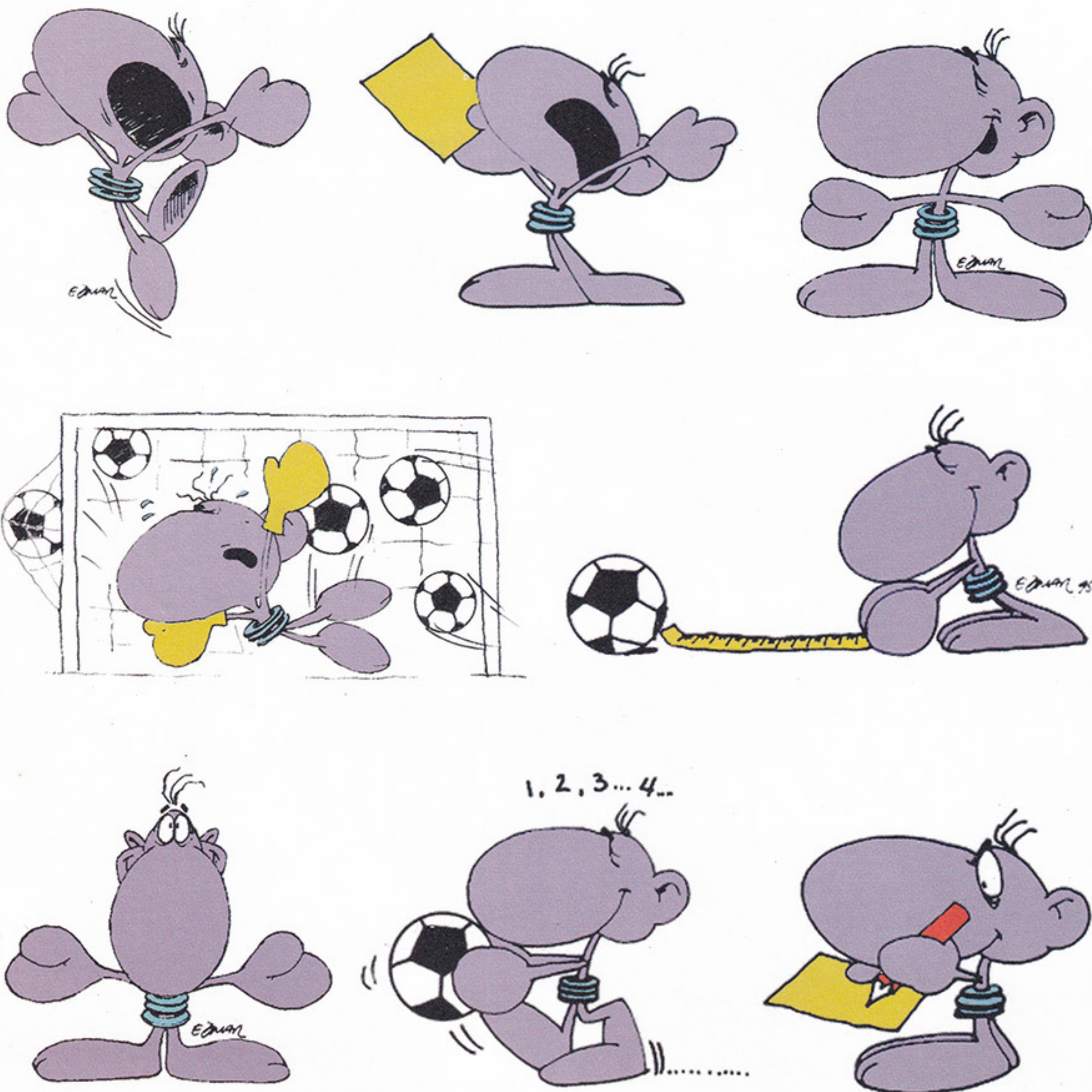
**TELESP**

Outdoor



# O Mascote Oficial





### O Mascote Oficial

O Projeto Morumbi Século 21 terá um mascote oficial. Ele é o brasileiro típico, que adora esportes de uma forma geral. Não pratica nenhum, mas é “técnico” de todos. Não sai do estádio e da frente da tela da TV. Com seu fanatismo, vibra e sofre o tempo inteiro. Para ele todo dia é domingo, é só ter um joguinho para assistir. Sua autenticidade e alegria é o que esperamos ver de volta aos estádios de futebol. Estamos falando do TORCEDOR ROXO.

Criado pelo Diretor de Arte Edmar Salles, o “Torcedor Roxo” não só humaniza a campanha como também será uma das fontes de geração de recursos através de um programa de licenciamento de produtos dirigidos principalmente ao público infanto-juvenil.



Morumbi  
no Contexto  
da Cidade



A Prefeitura da Cidade de São Paulo já possui, há alguns anos, um plano diretor que prevê alterações em grande parte do sistema viário da zona sudoeste da cidade, onde se encontra o estádio do Morumbi. O que aconteceu, portanto, foi uma conjugação de objetivos. Para o São Paulo, incrementar seu empreendimento e torná-lo viável para um novo tempo. Para a Prefeitura, melhoria da qualidade de vida de grande parte dos habitantes da cidade e melhor acesso à região. O projeto do Escritório Julio Neves e o da Prefeitura se casaram.

Um novo acesso vai ligar a Marginal Pinheiros à Rua Jules Rimet (continuação da avenida João Jorge Saad, o principal acesso ao estádio). Ele começará logo após a Usina da Traição (sentido Jockey/Santo Amaro), desembocando num túnel de 820 metros. O túnel termina na rua Padre Lebet. Só isso já resolve um grave problema de acesso ao Real Parque, ao Hospital Albert Einstein e a todos os novos bairros que foram surgindo com a verticalização da Giovanni Gronchi.

O sistema viário formado pelas avenidas Morumbi e Giovanni Gronchi também será beneficiado. Essas avenidas estão com tráfego saturado. Com a criação desse novo sistema, surgirá uma nova avenida, passando por Paraisópolis, terminando próximo à ponte João Dias. Isso vai possibilitar uma ligação com o sistema córrego Águas Espraiadas, ligando a região à BR-116 e rodovia Raposo Tavares. Portanto, vai ser possível sair do ABC e chegar a uma dessas rodovias sem ter que passar pelas Marginais. Isso vai beneficiar a região de Taboão da Serra, Embu e São Roque diretamente.

Com relação ao estádio, a reorganização da Praça localizada em frente, com a ocupação de toda a área disponível para a implantação de novo sistema viário em 2 níveis, visando à eliminação dos cruzamentos existentes e o aumento da Praça Central, que será destinada ao estacionamento de mais de 300 ônibus.

Tal solução além de permitir o acesso de pedestres no nível "Térreo" do Estádio, possibilitará a construção em subsolos de 3 níveis de garagens, com capacidade para 3.000 veículos.

Foi previsto, ainda, o alargamento do nível "Térreo", na Av. Jules Rimet, para implantação de uma calçada bastante larga destinada à circulação de pedestres.



# O Projeto

---

# Arquitetônico

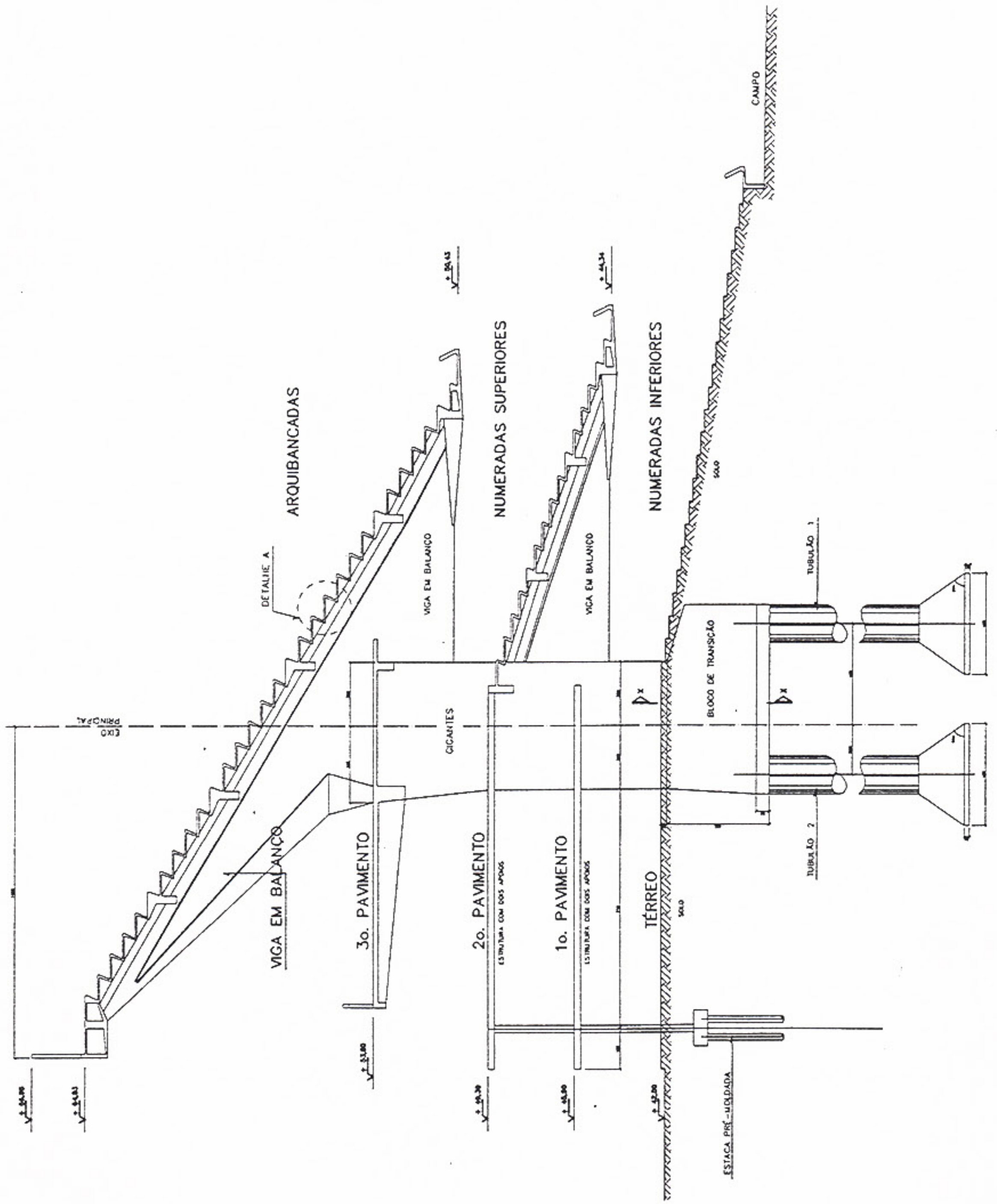
---

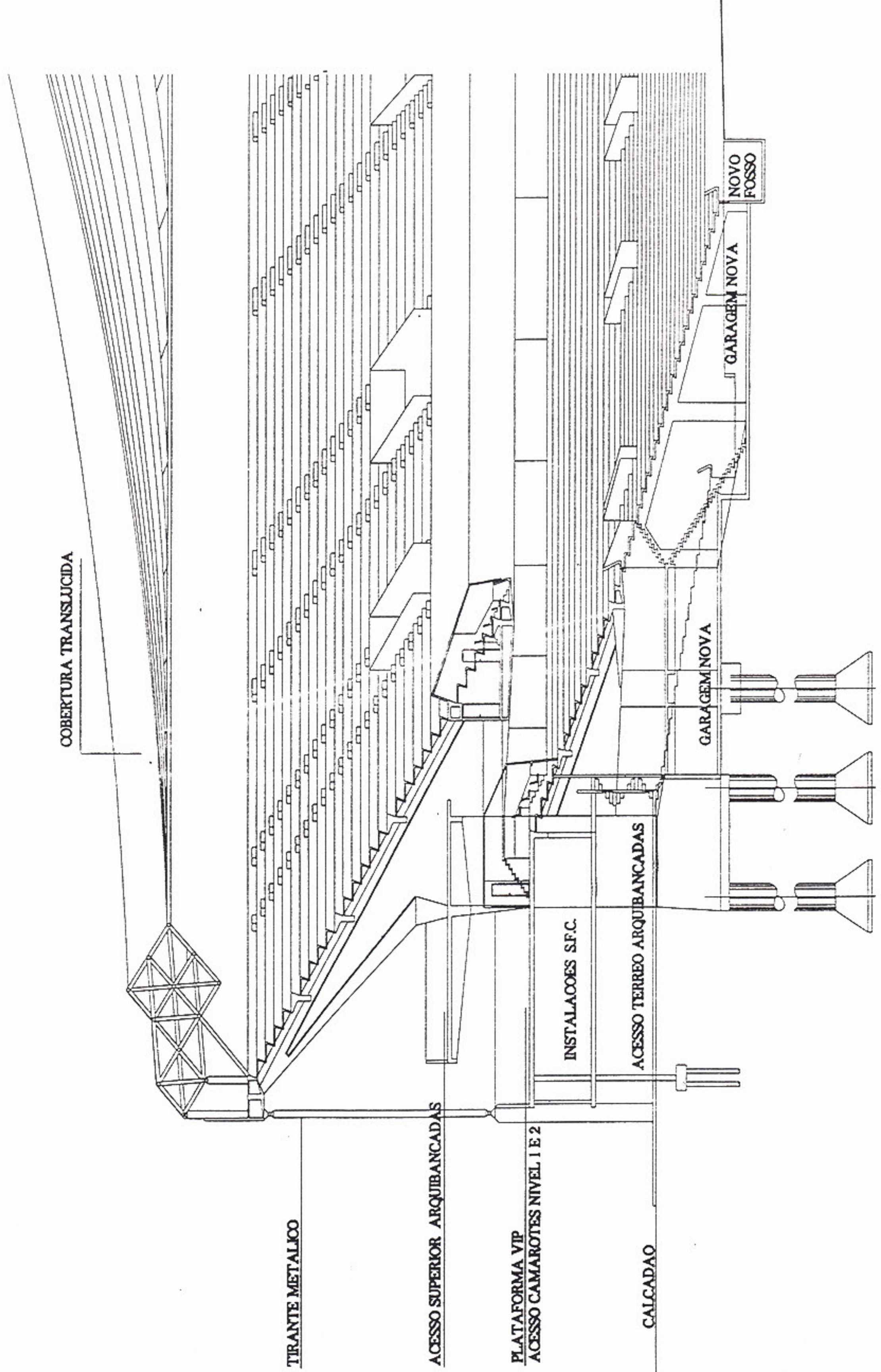


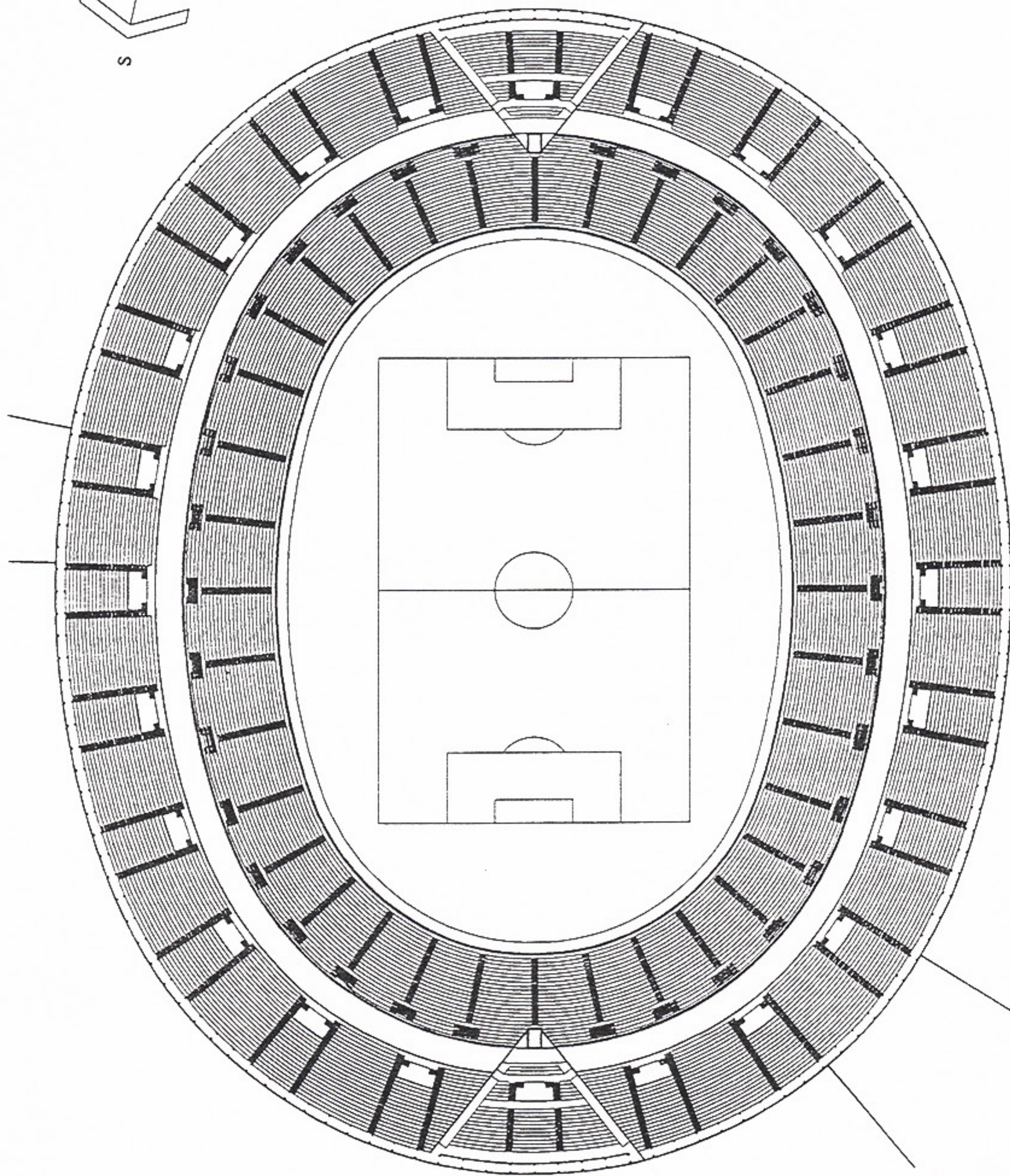
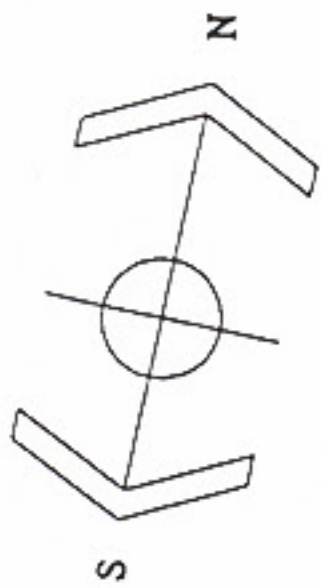
Os arquitetos do Escritório Julio Neves procuraram estabelecer um projeto para que o novo Morumbi privilegie completamente os espectadores em relação à segurança, conforto e comodidade. Outra preocupação foi a de estabelecer áreas de estacionamento dentro do estádio e beneficiar a infra-estrutura e as facilidades para todas as pessoas que forem ao estádio. Prevendo áreas para circulação, bares, lojas e restaurantes.

As plantas e desenhos dão a melhor idéia de como será o novo estádio. Dentro dessa nova concepção, o maior desafio para os arquitetos foi estabelecer de que forma ele será coberto. Haverá uma estrutura partindo de dentro do estádio para fora.

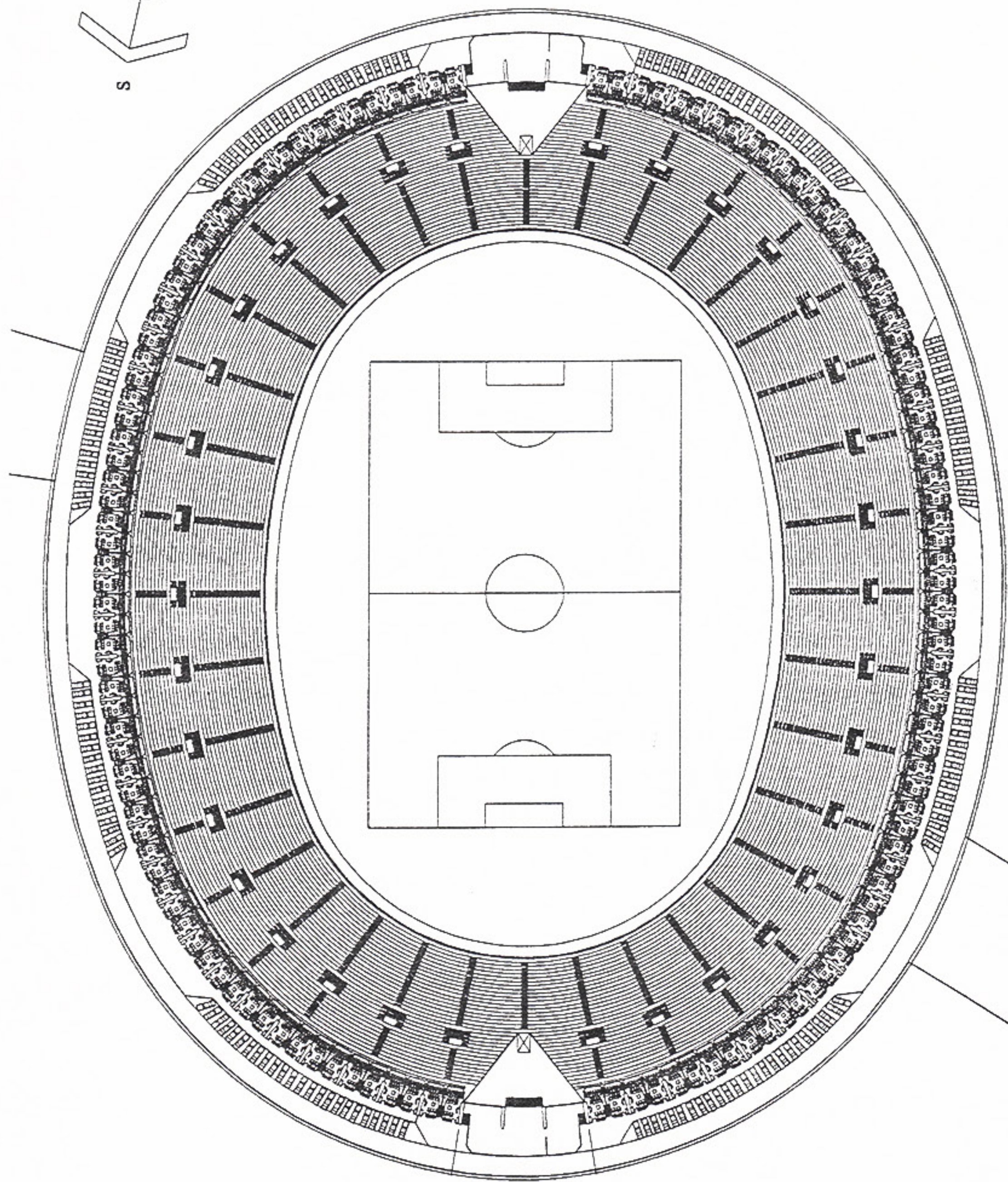
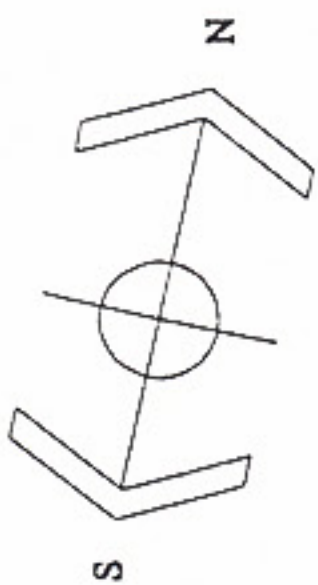
O setor de numeradas inferiores e geral, a parte térrea do estádio, será levantado e ligado à numerada superior e estendido por mais 25 metros, chegando bem próximo ao gramado. Isso vai possibilitar a construção de um novo setor de cadeiras, numa visão bem privilegiada do gramado. Abaixo desse setor o estádio terá uma grande área de estacionamento. Além disso, todos os setores serão modernizados de acordo com normas de regulamentação da Fifa e de um decreto da Prefeitura de São Paulo.



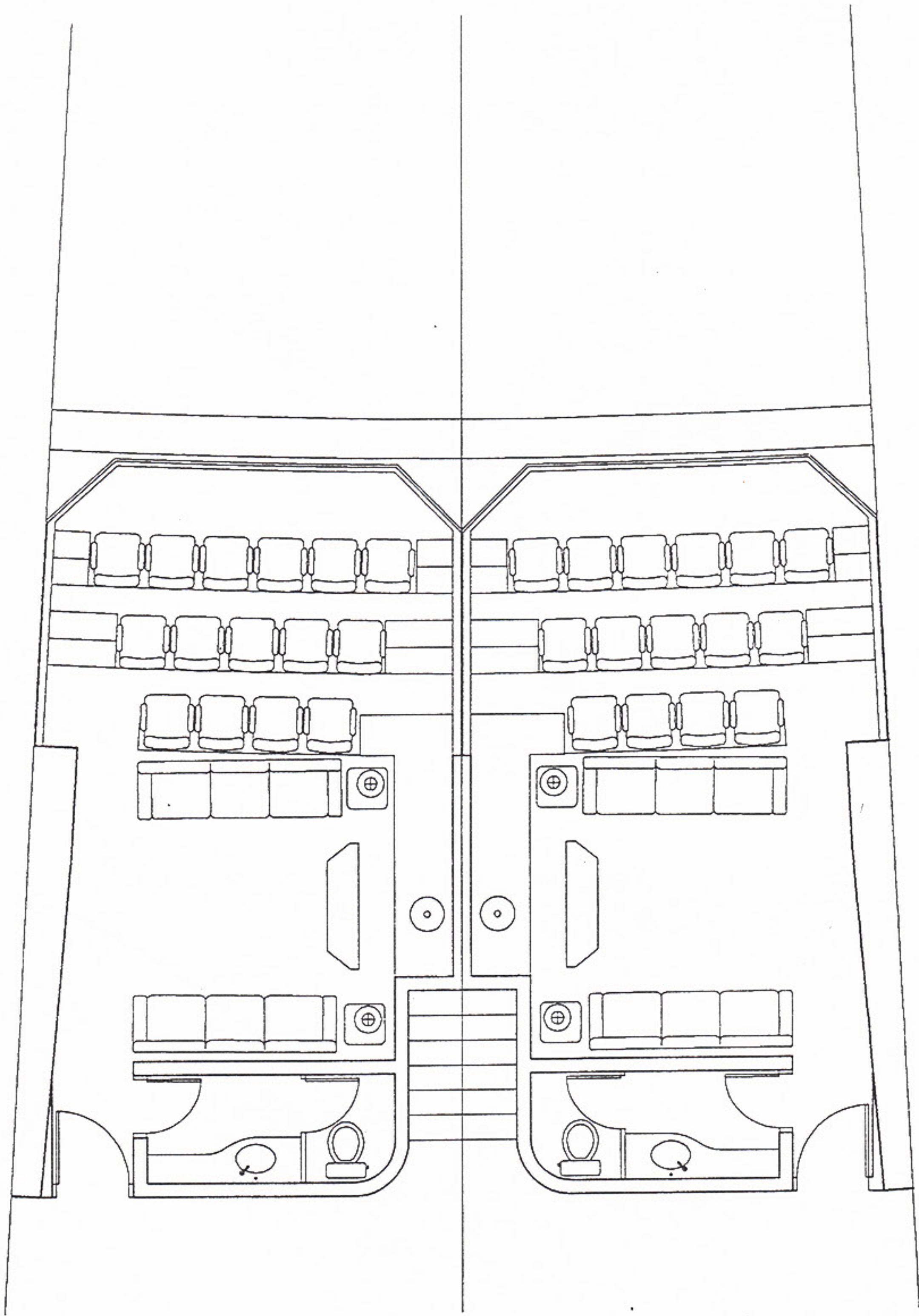




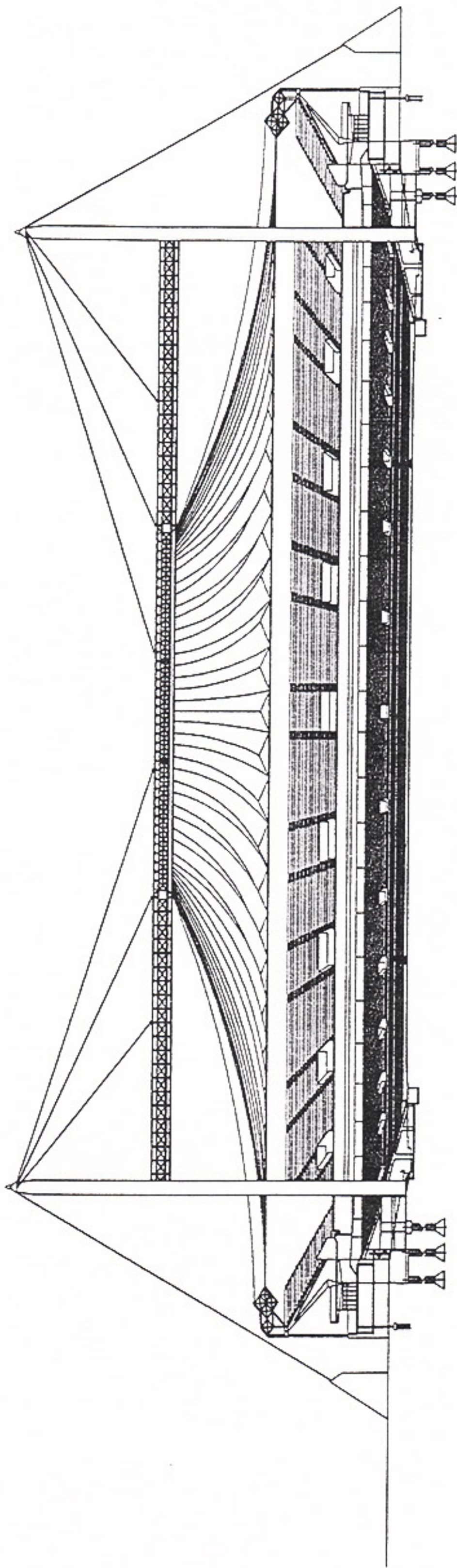


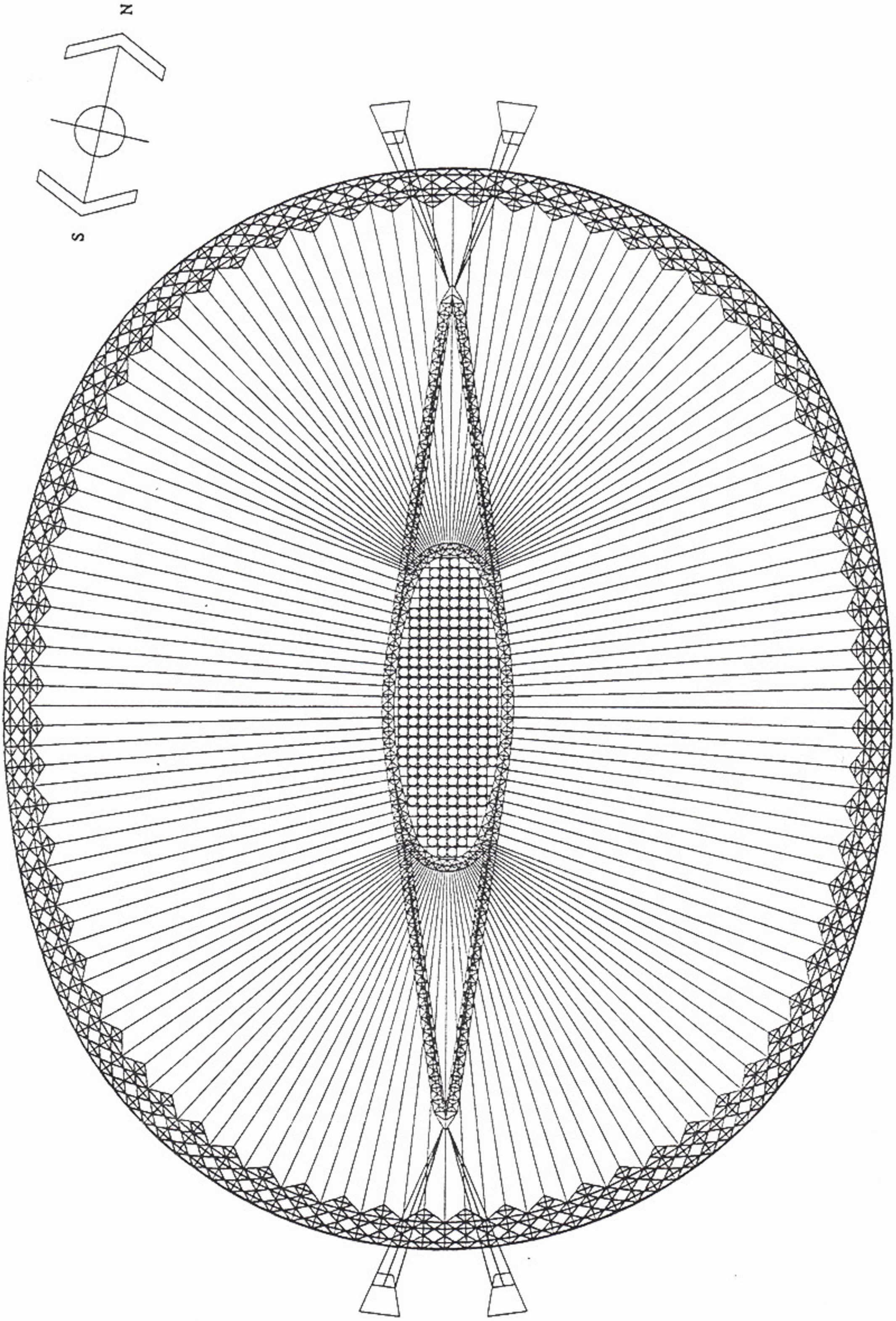


PLANTA PLATAFORMA VIP



PLANTA CAMAROTE NIVEL 1







O cronograma estabelecido pelo São Paulo foi concebido em três etapas que serão seguidas na medida em que os recursos forem levantados. Se o clube tivesse hoje R\$ 40 milhões em mãos em três anos o Morumbi estaria pronto, sendo modernizado por setores.

As etapas estabelecidas são as seguintes:

- 1 - Liberação e detalhamento do projeto executivo para modernização do Morumbi (6 meses) ;
- 2- Paralelamente, correção dos problemas estruturais e liberação progressiva.
- 3- Início das obras de modernização, setor a setor. O Morumbi tem 12 setores, que serão modernizados com adequação do estádio às recomendações da FIFA e normas estabelecidas pela Sehab (Secretaria de Habitação do Município de São Paulo (30 meses) e introdução de todas as benfeitorias propostas.



# A Seriedade do Projeto



O projeto estabelece o compromisso do São Paulo Futebol Clube de garantir para todas as pessoas engajadas na campanha que todo o montante arrecadado será usado exclusivamente nas obras de modernização do estádio. Em nenhum momento será permitido que qualquer importância destinada ao projeto “Morumbi Século 21” seja usada para outras finalidades. Foi com esse mesmo princípio de seriedade que o clube conseguiu, na década de 60, a adesão de um incontável número de pessoas na campanha de construção do Morumbi. O passado é quem mais assegura o crédito do clube nessa nova empreitada.

Com o objetivo de solidificar ainda mais esse compromisso de seriedade, toda a campanha de arrecadação será supervisionada por um Conselho Administrativo intitulado de “Comissão Pró-Estádio”, presidido pelo ex-governador Laudo Natel, patrono da campanha de construção do estádio do Morumbi na década de 50. Essas pessoas emprestarão seu prestígio e idoneidade ao projeto e trabalharão no sentido de garantir que todas as etapas das obras sejam cumpridas.

Prestarão ainda contas periodicamente à opinião pública sobre os recursos gerados e sua destinação.



<i>Morumbi - Estatística</i>	
<i>Inauguração parcial:</i>	02 de outubro de 1960 São Paulo 1 x 0 Sporting (Portugal) Gol: Peixinho
<i>Inauguração total:</i>	25 de janeiro de 1970 São Paulo 0 x 0 Porto (Portugal)
<i>Jogos Realizados:</i>	1.357*
<i>Gols Marcados:</i>	3.449*
<i>Maior público/futebol:</i>	146.082 Corinthians 1 x 2 Ponte Preta (09/10/77)
<i>Maior público extrafutebol:</i>	175.000 Congresso Nacional das Testemunhas de Jeová
<i>Artilheiro:</i>	Raí, 5 gols São Paulo x Noroeste (15/10/92)
<i>Público em 35 anos de estádio:</i>	36.572.407* pessoas
<i>Principais shows:</i>	Michael Jackson, Madonna, Bob Dylan, Canta Brasil, Hollywood Rock
<i>Principais jogos:</i>	Santos x Portuguesa (1973): ambas equipes foram declaradas campeãs paulistas. Corinthians x Palmeiras (1974): o Corinthians vinha de 20 anos sem títulos, alimentava uma grande esperança de vitória, mas acabou frustrado por um gol do atacante Ronaldo. Corinthians x Ponte Preta (1977): o Timão sai de 23 anos de espera, vence a Ponte com um gol de Basílio e promove uma das maiores festas que a cidade já viu. São Paulo x Vasco (1989): o time carioca consegue o título de Campeão do Brasil. São Paulo x Newell's (1992): o time de Telê Santana consegue pela primeira vez o título de campeão da Taça Libertadores da América. São Paulo x Univ. Cat. do Chile (1993): o time brasileiro faz cinco gols nos chilenos e segue para Santiago com o título de bicampeão da Libertadores praticamente assegurado.





<i>Personalidades que passaram pelo estádio:</i>	
<i>Religiosa:</i>	Papa João Paulo II
<i>Artísticas :</i>	Michael Jackson, Madonna, Bob Dylan, Gilberto Gil, Lulu Santos, Duran Duran, Simply Red, Titãs, UB 40, Paralamas do Sucesso, Marina Lima, Bon Jovi, Tears For Fears, Ennye Lennox, Terence Trent Darby, Engenheiros do Hawaii, EMF, Seal, Living Colours, Barão Vermelho, Red Hot Chili Peppers, Nirvana, Aerosmith, Robert Plant, Jorge Benjor, Skank, Fernanda Abreu, Whitney Houston.
*computado até a partida São Paulo 2 x 2 Juventude, em 20 de outubro de 1995	

**ZDL - DORO JR./ WAGNER PRADO - MTB 18.624**  
**Rua Eça de Queirós, 560 - CEP - 04011-032- Vila Mariana**  
**PABX (011) 575.4664**



**MPMLINTAS**

**Ficha Técnica**

Título	Torcedor Roxo
Duração	30''
Produto	Morumbi Século 21
Cliente	São Paulo Futebol Clube
Características	Cine VT
Produtora	VPI
Diretor	Mauro Lima
Diretor Fotografia	Uli Burtin
Cenografia	x-x-x-x-x-x
Montador	Veridiana Ravizza
Trilha	Orchestra & Cia
Locutor	Lima Duarte
Animação	TT1
Pós-Produção	VPI
Diretor Criação	Sebastião Teixeira
Redator	Sebastião Teixeira / Tony Góes
Diretor Arte	João Carlos de Souza Neto(Feijão) / Rubem Sampaio
RTVC Agência	Ismael de Campos / Paulo Pedroso / Marcia Lacaze
Atendimento	Daniel Halasz
Aprovação	Jayme Franco
Data	Novembro-95



**MPMLINTAS**

**Ficha Técnica**

<b>Título</b>	Guilherme Arantes
<b>Duração</b>	60"/30"
<b>Produto</b>	Morumbi Século 21
<b>Cliente</b>	São Paulo Futebol Clube
<b>Características</b>	Cine VT
<b>Produtora</b>	VPI
<b>Diretor</b>	Mauro Lima
<b>Diretor Fotografia</b>	Uli Burtin
<b>Cenografia</b>	x-x-x-x-x-x
<b>Montador</b>	Veridiana Ravizza
<b>Trilha</b>	Orchestra & Cia
<b>Locutor</b>	Lima Duarte
<b>Animação</b>	TTI
<b>Pós-Produção</b>	VPI
<b>Diretor Criação</b>	Sebastião Teixeira
<b>Redator</b>	Sebastião Teixeira / Tony Góes
<b>Diretor Arte</b>	João Carlos de Souza Neto(Feijão) / Rubem Sampaio
<b>RTVC Agência</b>	Ismael de Campos / Paulo Pedroso / Marcia Lacaze
<b>Atendimento</b>	Daniel Halasz
<b>Aprovação</b>	Jayme Franco
<b>Data</b>	Novembro-95



**MPMLINTAS**

**Ficha Técnica**

Título	Vazio Cheio
Duração	15"
Produto	Morumbi Século 21
Cliente	São Paulo Futebol Clube
Características	Cine VT
Produtora	VPI
Diretor	Mauro Lima
Diretor Fotografia	Uli Burtin
Cenografia	x-x-x-x-x-x
Montador	Veridiana Ravizza
Trilha	Orchestra & Cia
Locutor	Lima Duarte
Animação	TT1
Pós-Produção	VPI
Diretor Criação	Sebastião Teixeira
Redator	Sebastião Teixeira / Tony Góes
Diretor Arte	João Carlos de Souza Neto(Feijão) / Rubem Sampaio
RTVC Agência	Ismael de Campos / Paulo Pedroso / Marcia Lacaze
Atendimento	Daniel Halasz
Aprovação	Jayme Franco
Data	Novembro-95



**MPMLINTAS**

**Ficha Técnica**

Título	Clip
Duração	60"/30"
Produto	Morumbi Século 21
Cliente	São Paulo Futebol Clube
Características	Cine VT
Produtora	VPI
Diretor	Mauro Lima
Diretor Fotografia	Uli Burtin
Cenografia	x-x-x-x-x-x
Montador	Veridiana Ravizza
Trilha	Orchestra & Cia
Locutor	Lima Duarte
Animação	TT1
Pós-Produção	VPI
Diretor Criação	Sebastião Teixeira
Redator	Sebastião Teixeira / Tony Góes
Diretor Arte	João Carlos de Souza Neto(Feijão) / Rubem Sampaio
RTVC Agência	Ismael de Campos / Paulo Pedroso / Marcia Lacaze
Atendimento	Daniel Halasz
Aprovação	Jayme Franco
Data	Novembro-95



**MPMLINTAS**

**Ficha Técnica**

<b>Título</b>	Estádios do Mundo
<b>Duração</b>	30"
<b>Produto</b>	Morumbi Século 21
<b>Cliente</b>	São Paulo Futebol Clube
<b>Características</b>	Cine VT
<b>Produtora</b>	VPI
<b>Diretor</b>	Mauro Lima
<b>Diretor Fotografia</b>	Uli Burtin
<b>Cenografia</b>	x-x-x-x-x-x
<b>Montador</b>	Veridiana Ravizza
<b>Trilha</b>	Orchestra & Cia
<b>Locutor</b>	Lima Duarte
<b>Animação</b>	TT1
<b>Pós-Produção</b>	VPI
<b>Diretor Criação</b>	Sebastião Teixeira
<b>Redator</b>	Sebastião Teixeira / Tony Góes
<b>Diretor Arte</b>	João Carlos de Souza Neto(Feijão) / Rubem Sampaio
<b>RTVC Agência</b>	Ismael de Campos / Paulo Pedroso / Marcia Lacaze
<b>Atendimento</b>	Daniel Halasz
<b>Aprovação</b>	Jayme Franco
<b>Data</b>	Novembro-95



**MPMLINTAS**

**Ficha Técnica**

<b>Título</b>	Raça Negra
<b>Duração</b>	60"/30"
<b>Produto</b>	Morumbi Século 21
<b>Cliente</b>	São Paulo Futebol Clube
<b>Características</b>	Cine VT
<b>Produtora</b>	VPI
<b>Diretor</b>	Mauro Lima
<b>Diretor Fotografia</b>	Uli Burtin
<b>Cenografia</b>	x-x-x-x-x-x
<b>Montador</b>	Veridiana Ravizza
<b>Trilha</b>	Orchestra & Cia
<b>Locutor</b>	Lima Duarte
<b>Animação</b>	TT1
<b>Pós-Produção</b>	VPI
<b>Diretor Criação</b>	Sebastião Teixeira
<b>Redator</b>	Sebastião Teixeira / Tony Góes
<b>Diretor Arte</b>	João Carlos de Souza Neto(Feijão) / Rubem Sampaio
<b>RTVC Agência</b>	Ismael de Campos / Paulo Pedroso / Marcia Lacaze
<b>Atendimento</b>	Daniel Halasz
<b>Aprovação</b>	Jayne Franco
<b>Data</b>	Novembro-95

**DIGITALIZAÇÃO, TRATAMENTO, EDIÇÃO E MONTAGEM**

**MICHAEL SERRA**

**ARQUIVO HISTÓRICO DO  
SÃO PAULO FUTEBOL CLUBE**

**2025**



**ONDE A MOEDA CAI DE PÉ**