



SPFC

Revista

O GLOBO • ANO 4 • Nº 171 • 4 DE NOVEMBRO DE 2007

Supernegócio

Saiba como uma gestão rigorosa transformou o São Paulo no maior time de futebol do país

Não tem sido fácil a vida do torcedor carioca neste Campeonato Brasileiro (posso falar em nome dos vascaínos...), mas admitir a superioridade do São Paulo vai além das paixões futebolísticas. Colecionando vitórias seguidas dentro e fora dos campos (não tem problemas financeiros ou troca-troca de técnicos, e já é visto como o favorito para 2008!), o time pentacampeão atingiu um patamar que tem deixado os demais no banco dos reservas. Para mostrar que essa história de sucesso vai além da bola no pé, o repórter Aydano André Motta (flamenguista, diga-se) foi a São Paulo e entrou no QG do clube, visitando áreas como o moderno centro de recuperação, na Barra Funda, o Centro de Formação de Atletas, em Cotia, e o vestiário, no Morumbi, locais geralmente fechados aos torcedores e à imprensa. A partir da página 26, ele revela os trunfos e os segredos que têm feito a glória do tricolor paulista.

Marcelo Balbio, editor assistente

Expediente

• Editora: Isabel De Luca (ideluca@oglobo.com.br) • Editor assistente: Marcelo Balbio (balbio@oglobo.com.br)
 • Projeto gráfico: Renata Maneschy • Diagramação: Mariana Bernardes • Fotografia: André Coelho, Camilla Maia e Marizilda Cruppe • Produção: Alice Autran Garcia • Foto da capa: Camilla Maia, com produção de Janaina Mello e arte de André Mello



Cultura 12

O marketing de guerrilha é a nova onda do cinema nacional



Perfil 16

Tony Bellotto se equilibra entre a música e a literatura

Sei lá, mil coisas 04
 Entrevista 06
 Comportamento 08
 Cultura 12
 Perfil 16
 Gente fina 19
 Cidade 20
 Cláudio Paiva 22
 Martha Medeiros 24
 Capa 26
 Moda de rua 32
 Colunista convidado 35
 Achados imperdíveis 36
 Beleza 38
 Decoração 40
 José Hugo Celidônio 51
 Alberto Goldin 52
 Cartas 53
 Horóscopo 54
 Paulo Coelho 55
 Jogos 56
 Quadrinhos 58

Revista

O GLOBO ANO 4 • Nº 171 • 4 DE NOVEMBRO DE 2007



Moda de rua 32

Clicamos a estilíssima platéia do TIM Festival



Decoração 40

O papel de parede está na moda — de novo

Com um projeto sólido e sustentável, o São Paulo ganha títulos seguidos e vira um clube sem paralelos na história do futebol brasileiro

Por Aydano André Motta

O dono da bola

Não deixa de ser uma ironia, para quem enxerga o futebol como um atraso só. Nos últimos anos, a tal maior paixão brasileira anda com cara de reino absolutista, como aqueles da Idade Média. Seu monarca, amado por muitos e invejado por todos os outros, veste três cores e se mantém no poder conjugando tradição e modernidade, num vaivém típico dos melhores estadistas. Celebra o passado, mas não pára de investir no crescimento patrimonial; pratica rigorosos preceitos de gestão financeira, sem abrir mão das sedutoras ousadias do marketing; por fim, pavimenta o futuro na aposta radical em novos talentos.

A fórmula, real toda vida, é do São Paulo — e o resultado está aí, no topo da tabela do Campeonato Brasileiro. Os títulos de 2006 e 2007 garantem ao clube o pentacampeonato nacional, façanha só alcançada pelo Flamengo, 15 anos atrás. E, todos os especialistas apontam, o São Paulo já é o grande favorito para 2008, muito antes de a temporada começar. Faz sentido. Discussões futebolísticas à parte, nenhum outro clube no país tem projeto tão sólido e sustentável como o tricolor paulista, numa trajetória que vem de longe.

— O São Paulo é independente por se sustentar sozinho. No Brasil, os clubes são frágeis porque de-

pendem de ajuda financeira — aponta Marco Aurélio Cunha, ortopedista que se transformou em superintendente de futebol e paradigma de dirigente profissional no Brasil.

O sucesso tem, como grande símbolo, o Morumbi, estádio que o São Paulo levou 13 anos para construir, mas hoje garante a maior parte das receitas do clube. A busca constante por eficiência garante façanhas como a registrada no último clássico contra o Corinthians, no domingo 7 de outubro — do público de mais de 38 mil pessoas, apenas 90 não pagaram ingresso. (Platéia semelhante no Maracanã significa perto de seis mil não-pagantes.) Inaugurado em duas etapas — outubro de 1960 e dezembro de 1970 —, já teve capacidade para 150 mil espectadores, mas, como vários estádios, encolheu ao se adequar às normas da Fifa. Hoje, abriga no máximo 72.809 torcedores.

— Temos a cultura de cuidar do patrimônio e torná-lo eficiente — ensina João Paulo de Jesus Lopes, assessor especial da presidência e secretário-adjunto de Transportes Metropolitanos do estado de São Paulo. — O ingresso aqui é dos mais baratos do país e o preço muda de acordo com o adversário e a importância do jogo e da competição. Em 2007, o Morumbi vai gerar para o clube uma receita de R\$ 5 milhões — contabiliza ele. ▶





► O estádio foi se transformando numa mina de ouro a partir do meio dos anos 80 e hoje obedece ao conceito de “dia do jogo”, muito comum na Europa — o público não vai apenas para o jogo, chega bem antes e vai embora bem depois, atraído por eventos promocionais, restaurantes temáticos e lojas, como a que a Reebok, fornecedora de material esportivo que acaba de renovar o contrato com o clube, inaugurou no andar térreo. Com vista para o campo, tem 700 metros quadrados e mexe com os corações tricolores por exibir, em pedestais destacados, os três últimos troféus conquistados: da Libertadores e do Mundial de 2005 e do Brasileiro de 2006 — o de 2007 está a caminho.

Decorada com charges de ídolos do clube — Zizinho, Bauer, Canhoteiro, Careca — desenhadas por Paulo

Caruso, a loja foi aberta em agosto e, no primeiro jogo em que funcionou, vendeu R\$ 40 mil. Nas prateleiras e araras, farto material temático (só não tem a camisa 1 de Rogério Ceni, que se esgotou no dia da abertura), além de um item que, de novo, sinaliza para o futuro: o Pernalonga são-paulino. O personagem do desenho metido no uniforme tricolor — custa salgados R\$ 99, mas vende como água — marca a parceria do São Paulo com a Warner, a segunda empresa de franquias do mundo. Os americanos vão administrar as marcas do clube, no primeiro acordo do gênero no esporte brasileiro.

O profissionalismo sobe pelas paredes do estádio. Aparece suntuoso nos camarotes corporativos do segundo andar, num luxo que lembra, ao olhar carioca, o pouso da mordomia na Passarela do Samba.

A LG, patrocinadora que tem o nome na camisa do time de futebol — a R\$ 15 milhões anuais, o maior do país —, ocupa o maior delecto. Mais impressionante é o oferecido pelo São Paulo aos times que vão jogar no Morumbi. Um bar refrigerado, decorado com bom gosto e TVs de plasma, serve de ante-sala às 50 cadeiras que, protegidas por um vidro, permitem visão total do gramado.

A aposta na construção foi do presidente que dá nome ao gigante, Cícero Pompeu de Toledo, ainda nos anos 50. Era um passo na contramão, num país onde a grande maioria das arenas, ainda atualmente, é pública. Durante a construção, foram 13 anos sem um título sequer, jejum interrompido com a conclusão da obra, em 1970, quando o presidente era Laudo Natel — também governador biônico de São

Paulo e um dos civis mais poderosos da então ditadura militar.

Eis aí um dado essencial para decifrar a força tricolor. Seus dirigentes formam, desde a fundação, em 1935, uma coleção de sobrenomes quatrocentões, patriarcas de famílias da mais sólida elite paulistana — e brasileira. Na galeria de ex-presidentes, tem Portugal Gouvêa, Machado de Carvalho, Nunes Galvão, Mesquita Pimenta... E mais: Amador Aguiar, antes, durante e depois de inventar o Bradesco, foi tesoureiro do São Paulo. Hoje, são conselheiros influentes o tributarista Ives Gandra Martins e os advogados Antônio Mariz de Oliveira e Carlos Miguel Aidar. Tropa de elite é isso aí.

— A couraça de integrante da elite tem importância, sim — referenda o presidente do clube, Juvenal Ju-

O estádio

Construído ao longo de 13 anos, o Morumbi é hoje uma mina de ouro — só em 2007, vai gerar uma receita de R\$ 5 milhões para o clube. Em dia de jogo, o público chega bem antes e vai embora bem depois, atraído por eventos promocionais, restaurantes e lojas como a da Reebok (à extrema esquerda, em cima). A sede social (à extrema esquerda, embaixo) veio depois do estádio e tem 20 mil sócios. O memorial guarda a história do clube, com destaque para uma estátua de Leônidas da Silva (à esquerda), o inventor da bicicleta, que jogou no São Paulo de 1942 a 1951. E Terto, titular nos anos 70 (à direita), dá aula para a garotada: “O Kaká começou aqui”, diz



vêncio, um advogado de 69 anos. — O orgulho de nossa postura funciona como uma camisa-de-força. Por aqui, não aparecem parcerias mirabolantes — acrescenta, numa farpa ao rival Corinthians, hoje afundado em dívidas após um acordo com aventureiros que deixou o clube mais popular do estado à beira da segunda divisão.

No Morumbi, o culto ao clube começa no futebol, motivo de os são-paulinos terem trocado o Canindé, sede original vendida à Portuguesa, pelo descampado numa região então esquecida da Zona Sul da capital. O estádio veio primeiro, o clube social nasceu em seguida — e o bairro foi ocupado mais adiante, com mansões luxuosas, endereço de famosos como Silvio Santos e o Palácio dos Bandeirantes, sede do governo estadual, que até 2010 tem o pal-

meirense José Serra como inquilino.

Na parte social, o São Paulo é organizado e confortável, sem maiores luxos. São 20 mil sócios, que pagam cerca de R\$ 150 mensais por pessoa para frequentar as cinco piscinas, as oito quadras de tênis, os jardins superconservados e os cinco ginásios poliesportivos.

Mas a paixão, por lá, é mesmo o futebol. O memorial, no andar intermediário do estádio — em frente ao salão nobre, que atualmente exhibe uma exposição da tricolor Tomie Othake —, lembra ao mundo que o tempo não altera as convicções do São Paulo. Tanto que o ídolo supremo segue sendo um craque que quase ninguém viu, por ter jogado lá de 1942 a 1951, tempo do futebol antediluviano. Comprado do Flamengo na então mais cara transação

do esporte na América do Sul, Leônidas da Silva, o inventor da bicicleta, conquistou cinco títulos paulistas e é cultuado até hoje. Sua foto está espalhada por centros de treinamento, salas e vestiários. No segundo andar do memorial, um boneco em tamanho natural reproduz o lance famoso. Para servir de inspiração.

Há história em outros pontos. Num dos campos de futebol soçaite da sede social, meninos têm aula com Terto, ex-ponta-direita (posição lamentavelmente extinta nos jogos de hoje), titular do profissional na década de 1970, que ensina a disciplina e os segredos necessários a quem quer virar jogador. Todos por ali conhecem a curta, mas profícua, história do campinho.

— O Kaká começou aqui — conta o ex-jogador de 61 anos, referindo-se ao pro-

vável melhor jogador do mundo (a ser consagrado em dezembro, na eleição da Fifa), que deu no campinho seus primeiros chutes.

Claro que todos os meninos param hipnotizados quando Terto desfia as histórias da época de profissional. E, no bojo, ensina o “jeito São Paulo”:

— Tenho toda a liberdade para trabalhar, mas aqui tem de saber onde pisar. É cada um no seu lugar.

Mais do que uma história de sucesso, Kaká tem a cara que o São Paulo gosta de exibir. Lá, a preferência é por ídolos bonitos ou intelectualizados — Raí, Leonardo, Oscar, Rogério Ceni são alguns exemplos —, exatamente como o hoje astro do Milan que, ainda por cima, é sócio desde criança. Filho de um dono de laboratório, morador do Morumbi, Kaká cresceu lá dentro, repetem todos, orgulhosos. ▶

► Hoje, Kaká é um dos parâmetros para os meninos do Centro de Formação de Atletas Presidente Laudo Natel, em Cotia, região metropolitana da capital, a jóia da coroa são-paulina. É na área de 220 mil metros quadrados, com dez campos, que o clube prepara seus futuros craques, numa estrutura só encontrada em poucos lugares da Europa. Sob o comando do preparador físico Bebeto de Oliveira, são 114 rapazes, entre 14 e 20 anos, trazidos de vários lugares do Brasil, que treinam em dois períodos e estudam num colégio particular na cidade, com tudo pago pelo clube. Oito deles, da equipe de juniores, estão na faculdade, também bancada por um convênio.

Eles dormem em alojamentos duplos, com banheiro privativo, telefone e internet (monitorada, por conta dos hormônios em ebulição). No refeitório, o rígido código disciplinar recrimina até o mero arrastar de uma cadeira. Toda a educação possível para que não se percam talentos como Caio Lucas Fernandes, de 13

anos, cuja qualidade com a bola o transformou em exceção precoce. Meia-atacante de muitas pedaladas, “como Robinho”, filho de um azulejista e uma empregada doméstica, ele mora numa favela de Cotia. Ou morava — agora, fica no Centro de Formação o mais que pode. E olha que só vai jogar em 2009.

— Fazer o quê? É a disciplina. Tem que obedecer, porque chegar aqui é difícil e ficar, mais ainda — constata, num sorriso tímido. — Tenho vários amigos que foram para o lado errado, mas não vai acontecer comigo.

Um bom exemplo para Caio dorme no alojamento vizinho. Aislam Paulo Lotici Back, de 19 anos, zagueiro e, tudo indica, futuro capitão do time profissional, está no caminho, bem no estilo de ídolo que o clube cultua. Louro, 1,93m de altura, ajuda a conscientizar os outros:

— Sou São Paulo de coração e entendo a importância de estar aqui. Temos as condições para fazer tudo certo, e sempre melhor.

Manter o centro onde se

formam craques como Aislam custa US\$ 2,5 milhões, mas compensa — e como. Nos últimos 11 anos, o São Paulo ganhou nada menos do que US\$ 105 milhões com a venda de jogadores formados por lá, o que dá quase US\$ 11 milhões de retorno. Fabricar craque é um supernegócio.

— Lá está o nosso futuro, muito além da mera formação de jogadores. Queremos times com a consciência correta para representar o São Paulo — traduz Marco Aurélio Cunha. — E financeiramente é muito compensador.

O superintendente recebe no mínimo dez DVDs por semana, com imagens de jogadores se oferecendo para atuar no clube. Até de graça.

— É só para usar como vitrine. Passar por aqui dá currículo — orgulha-se ele.

O eventual escolhido não vai ficar milionário. Numa lição a muito cartola perdulário que anda por aí, ninguém no elenco tricolor ganha mais de R\$ 100 mil mensais. A exceção é o ídolo Rogério Ceni, que recebe mais do dobro disso. A gestão financeira é tratada

com rigor religioso. A conta tem de fechar.

Os eleitos pelo São Paulo têm um outro centro de treinamento, na Barra Funda, Zona Oeste da capital, fechado aos torcedores — nem conselheiro entra —, onde, escoltado pelas fotos dos três times campeões do mundo, a equipe profissional se aprimora para as competições. São quatro campos, a concentração e o Reffis (núcleo de Reabilitação Esportiva, Fisioterápica e Fisiológica), centro de recuperação ultramoderno, no qual os jogadores contam, além dos equipamentos, com profissionais que vão dos médicos a um podólogo, para evitar problemas com unhas.

O São Paulo foi o primeiro clube a investir em instalações tão sofisticadas (hoje, o Santos tem centro semelhante). Custaria R\$ 1,5 milhão para montá-lo, se o clube não tivesse optado por estabelecer parcerias com os fabricantes das máquinas e equipamentos.

— Só temos de pagar os funcionários — revela Marco

Fotos de Odival Reis/“Diário de S. Paulo”



Aurélio, falando dos nove empregados, sendo quatro fisioterapeutas, que trabalham lá.

Alguns diplomas do Reffis estão no quadro do corredor que leva ao refeitório dos profissionais: cartas do médico Luis Serratos, do Real Madrid, e Juan Bautista Lojan, do Valencia, pela recuperação de jogadores que vieram da Europa curar contusões graves. Ricardo Oliveira, Roque Júnior e Edmilson foram alguns pacientes famosos. Um craque do empresariado também se tratou por lá: Antonio Ermírio de Moraes, corintiano de quatro costados.

— Cuidamos de todas as etapas do trabalho, para evitar os erros que levam às derrotas — arremata Marco Aurélio.

E os títulos seguidos estão aí para atestar o acerto do clube que virou bicho-papão.●

► NO GLOBO ONLINE: Assista aos vídeos que mostram a estrutura são-paulina (www.oglobo.com.br/esportes) e veja mais sobre os bastidores do clube no site da turma de Ancelmo Gois (<http://oglobo.globo.com/rio/ancelmo/>)

Os atletas

Nas fotos à esquerda, o centro de formação de atletas que o clube mantém em Cotia, onde 114 meninos entre 14 e 20 anos, trazidos dos mais diferentes cantos do Brasil, são treinados para serem futuros craques. Desde 1996, o São Paulo ganhou US\$ 105 milhões com a venda de jogadores formados por lá. À direita, o atacante Aloísio se trata no Reffis, ultramoderno centro de recuperação montado na Barra Funda, onde a equipe profissional se aprimora para as competições

Rogério Ceni, um goleiro rumo à presidência do clube

Nelson Coelho/14-9-2007

No intervalo da final da Libertadores de 2005, entre São Paulo e Atlético, o centroavante Aloísio, do time paranaense, caminhava para o vestiário quando foi abordado pelo goleiro adversário:

— Você gostaria de jogar no São Paulo?

O atacante admirou-se, mas o colega o tranqüilizou.

— Joga sua bola, sem problema. Mas acho que você tem o perfil para fazer sucesso com a gente — completou.

Aloísio jogou normalmente — teve boa atuação, inclusive —, mas, depois, acertou sua transferência, e acabou campeão mundial pelo clube paulista, em mais uma contribuição de seu interlocutor no campo, Rogério Ceni, o goleiro que é artilheiro, capitão do time, maior ídolo e, apostam os conhecedores da alma tricolor, futuro presidente do clube.

O paranaense de 34 anos que é hoje o



O maior ídolo do time tem também o maior salário

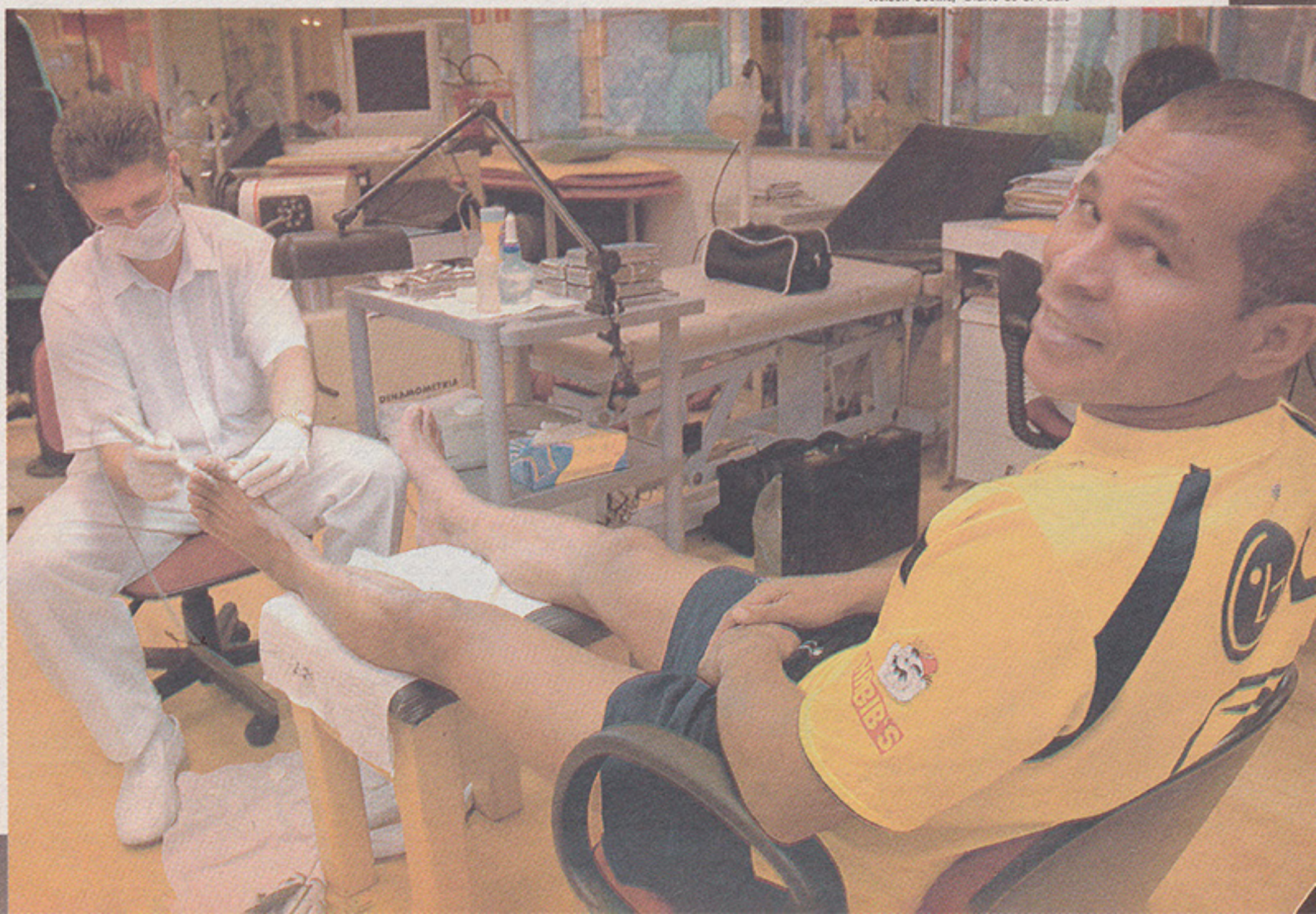
maior goleiro-artilheiro da história do futebol está há 17 anos no São Paulo, onde chegou ainda nos tempos de Telê Santana. *Workaholic*, joga praticamente todas as partidas — em 2007, ficou fora de apenas duas, por contusão —, comanda o grupo de jogadores profissionais e se transformou numa espécie de “dirigente de campo”. É,

também, um dos jogadores mais bem pagos do Brasil, com salário acima de R\$ 200 mil mensais.

— Está barato. O Rogério nos dá, de retorno, o dobro do que ganha — elogia o superintendente Marco Aurélio Cunha.

O camisa 1 vai ser eternizado como personagem entre os produtos que serão criados na franquia com a Warner. Morador de uma casa ao lado do Morumbi, Rogério Ceni estará ligado ao São Paulo para sempre.

Nelson Coelho/“Diário de S. Paulo”



DIGITALIZAÇÃO, TRATAMENTO, EDIÇÃO E MONTAGEM
MICHAEL SERRA

ARQUIVO HISTÓRICO
JOÃO FARAH
2025



ONDE A MOEDA CAI DE PÉ