

## Uma marca tricampeã

Katia Simões

**Quando ninguém falava em marketing esportivo, a Athleta tornou-se a grife oficial da seleção canarinho. Agora, está de volta ao campo**



**“De 1954 a 1977, a Athleta vestiu a seleção brasileira. Estamos reeditando camisas históricas e relançando a marca”**

Antonio Bulgarelli, herdeiro da Athleta



O letreiro apagado pelo tempo passa despercebido por quem circula pela rua Siqueira Bueno, no bairro paulistano do Belenzinho. Mas basta prestar um pouco de atenção para enxergar os traços elegantes que um dia identificaram a Malharia Santa Isabel, referência de moda esportiva nos anos 40.

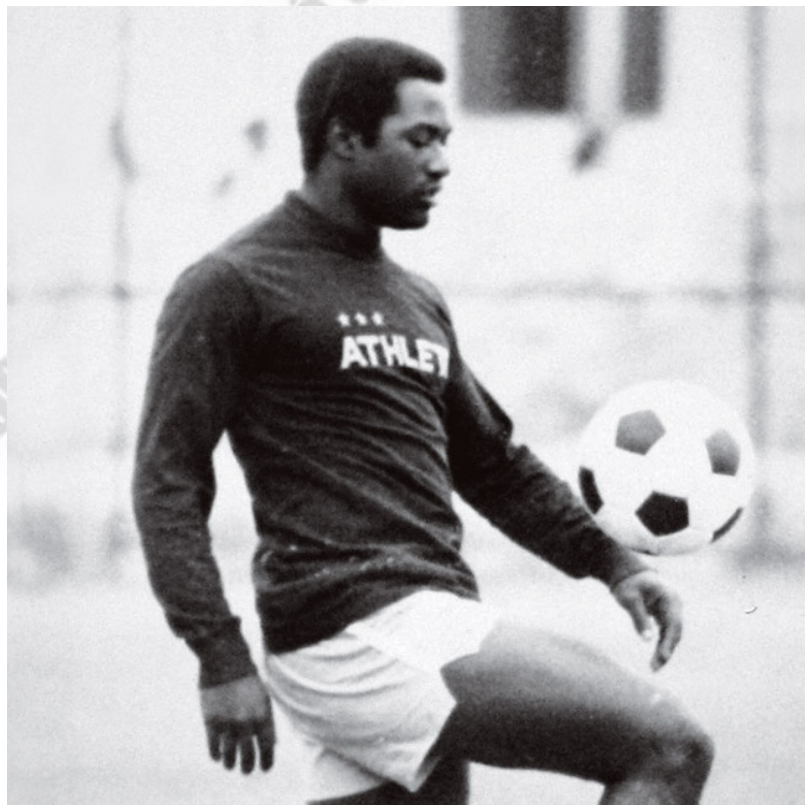
O que poucos sabem é que, nesse imenso galpão desativado desde a década de 90, foi criada a camisa canarinho usada pelos jogadores da seleção brasileira de futebol entre 1954 e 1977. Fundada por Antonio Pádua de Oliveira em 1935, a empresa escolheu a marca Athleta para identificar seus artigos esportivos. No início, fabricava meias e camisas para a prática de esportes amadores. Mal sabia Oliveira que a história da empresa familiar se confundiria com a da seleção brasileira.

A malharia, que chegou a ter 250 funcionários, não existe mais. Sucumbiu à sequência de planos econômicos e à chegada ao país de gigantes do esporte, como Adidas e Nike. A marca, contudo, resistiu ao tempo sob os cuidados do neto de Oliveira, Antonio Bulgarelli, de 53 anos. E retornou ao mercado em setembro de 2009, licenciada pelo Grupo TBC (The Brand's Company), empresa especializada no direcionamento, introdução e desenvolvimento de marcas. A retomada começou com o projeto "A Camisa dos Campeões", uma reedição limitada de mil exemplares dos 31 modelos usados pelos jogadores nas Copas de 1958, 1962 e 1970. Acompanhada de uma etiqueta com a história da Copa e do atleta, cada camisa custa R\$ 1.050: toda a renda será revertida para a Associação dos Campeões Mundiais do Brasil, que tem como objetivo garantir um futuro digno para atletas que já passaram pela seleção. "Quando decidimos investir na Athleta, reeditando camisas históricas, não imaginávamos a força que a marca tinha na memória dos brasileiros", diz Hayo Cohen, 46 anos, dono da TBC.

A receptividade, segundo o empresário, foi confirmada com o lançamento da primeira coleção de moda da Athleta, distribuída em 100 pontos de venda pelo Brasil. Como não é mais marca oficial dos times brasileiros de futebol, o objetivo é usar sua força histórica para lançar modelos inspirados no estilo de vida do esporte. "Até 2014, a Athleta deverá ser a mais importante entre as dez marcas do portfólio da TBC, com uma previsão de faturamento de R\$ 100 milhões ao ano", afirma Cohen.

## PONTO DE ENCONTRO

Quem é convidado por Bulgarelli para visitar o galpão do bairro do Belenzinho relembra com facilidade um tempo em que os jogadores de futebol eram pessoas simples. As paredes estão forradas de fotos antigas e de autógrafos que hoje valem uma fortuna — o mais notório deles é o do rei Pelé, que sublinha uma carta de agradecimento pelo recebimento de um lote de dez camisas. O acervo, bastante empoeirado, deverá virar museu no futuro. A ideia é reativar, também, velhas máquinas, como a listadora circular que um dia foi usada para compor as camisas do Flamengo e do São Paulo dois dos 80 clubes que tiveram seus uniformes fornecidos pela Athleta ao longo de quase três décadas. A empresa vestiu também times internacionais, como o Benfica, de Portugal, e o americano New York Cosmos, onde Pelé encerrou sua carreira.



***“A camisa da Athleta era de algodão. Quando chovia, pesava uns 10 quilos. Para tirar, era preciso ajoelhar, levantar os braços e pedir para alguém puxar. Sinto saudade daqueles tempos”***

Edu, 70 anos, tricampeão do mundo em 1970 e jogador do Santos de 1965 a 1979

“Mesmo antes de fazer as camisas da seleção, a malharia era ponto de encontro dos jogadores”, lembra Bulgarelli. Eles iam buscar suas camisetas pessoalmente, davam palpites nos modelos e posavam gratuitamente para as campanhas da marca. Ninguém ganhava um centavo por isso. De tanto insistir, o Pelé acabou aceitando de presente um Fusca, que deu para o pai. Naquela época não se falava em marketing esportivo.

Outra curiosidade: as camisas dos clubes e, principalmente, da seleção, não podiam exibir qualquer tipo de patrocínio. A marca Athleta só figurava nos uniformes feitos para os treinos, usados pela primeira vez no início dos anos 60 pelo time do Corinthians mais precisamente por um garoto potencialmente talentoso, porém brigão: Roberto Rivelino. Naquele tempo, ninguém imaginava que, um dia, as empresas pagariam verdadeiras fortunas para patrocinar os times — ou que os atletas ganhariam status de garotos-propaganda. Hoje, quatro décadas depois de a seleção sagrar-se tricampeã do mundo, em 1970, o futebol responde por 63% dos investimentos em patrocínio no Brasil, e sua indústria movimenta mais de R\$ 250 bilhões por ano, segundo estimativas do Fórum Internacional de Futebol.

## **ESTRELAS NO PEITO**

Foi a camaradagem firmada entre os atletas e os dirigentes do futebol que abriu as portas da antiga Confederação Brasileira de Desportos (CBD) à Athleta. Entre 1954 e 1977, coube à malharia do Belenzinho fabricar a camisa canarinho. A produção era praticamente artesanal: os croquis eram feitos à mão em folhas de sulfite e os números bordados em ponto cheio. “A lista de pedidos era manuscrita a caneta, com o nome dos jogadores e as peças que cada um precisava, da sunga ao agasalho de treino”, diz Bulgarelli. “Não se cobrava nada por isso. Era pura cortesia. O faturamento da empresa vinha da venda da réplica das camisas para o varejo, e também das coleções de moda.”

Como agradecimento, alguns clubes, como o Santos — um dos poucos que cruzavam o mundo em torneios internacionais, prestavam favores à empresa. “Os donos da Athleta pediam aos jogadores que trouxessem na mala algumas camisas dos times estrangeiros. Desse modo, podiam conferir o tecido, o tipo de acabamento e até o peso”, conta Bulgarelli. “Foi assim que perceberam que as camisas que fabricavam levavam vantagem frente às estrangeiras. Eram as únicas com detalhe de tricô na cava, o que facilitava a movimentação dos jogadores.”





***“Tenho orgulho de ter sido um 'atleta' da Athleta. Guardei uma réplica idêntica da amarelinha que eu usava quando levantei a taça no México”***

Carlos Alberto Torres, 65 anos, capitão da seleção brasileira na Copa de 1970 e titular do Santos de 1965 a 1975

Se hoje trocar camisas é um hábito cultivado até nas divisões de base do futebol, nos idos de 70 isso era proibido. As grossas amarelinhas, confeccionadas em 100% algodão, valem hoje uma fortuna, porque eram contadas. “O único jogador que podia trocar a camisa era o Pelé. Na Copa de 1970, levou uma extra para presentear o capitão inglês Bobby Moore”, lembra Carlos Alberto Torres, capitão do Tri. “As camisas eram valorizadas pela dificuldade que as pessoas tinham em consegui-las”. Ainda hoje são disputadas em leilões e fazem a alegria dos colecionadores.



***“Foi uma época de ouro para o futebol brasileiro. Os jogadores freqüentavam a sede da Athleta. Fiz grandes amigos lá. Mesmo depois que a marca deixou de responder pelos uniformes da seleção, eles continuaram confeccionando minhas meias”***

Emerson Leão, 60 anos, tricampeão do mundo, foi goleiro de 1968 a 1988

Orgulhoso, Bulgarelli lembra que foram o pai, Giuseppe Carlo Bulgarelli, e o tio, Plínio Figueiredo Cunha, que desenharam a camisa amarela com gola redonda e punhos verdes usada na Copa de 70. O modelo virou ícone da marca e símbolo de uma era vencedora. Em 2007, foi considerado pelo Times Online, um dos sites mais tradicionais da Inglaterra, como o uniforme mais bonito da história, superando rivais como o Real Madrid, de 1960, e a Argentina, de 1998. Também foi de Giuseppe e Plínio a ideia de bordar as duas estrelas de bicampeão do mundo acima do brasão da seleção, exibidas pela primeira vez durante uma partida amistosa no Maracanã, em 1968. João Saldanha, técnico do Brasil na época, proibiu o uso das estrelas na Copa de 70. Tricampeão no México, o Brasil nunca mais tirou as estrelas do peito. São cinco, e, quem sabe, em junho virá a sexta.

## ATHLETA/TBC



**Fundação:** 1935

**Sede:** São Paulo, SP

**O que faz:** produz coleções de moda inspirada em esportes, principalmente futebol. Tem 40 fábricas licenciadas e espera somar 300 pontos de venda até o fim deste ano

**Nº de funcionários:** 60

**Faturamento projetado:** R\$ 100 milhões por ano até 2014



**Fonte:** Pequenas Empresas & Grandes Negócios, maio 2010. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com>>. Acesso em: 7 jun. 2010.