

**FACULDADE CÁSPER LÍBERO**  
**MESTRADO EM COMUNICAÇÃO**

**CELSO DARIO UNZELTE**

**FUTEBOL EM REVISTA NO BRASIL: DOS PRIMEIROS TÍTULOS**  
**À RESISTENTE *PLACAR***

SÃO PAULO, 2015

**FACULDADE CÁSPER LÍBERO**  
**MESTRADO EM COMUNICAÇÃO**

CELSO DARIO UNZELTE

**FUTEBOL EM REVISTA NO BRASIL: DOS PRIMEIROS TÍTULOS**  
**À RESISTENTE *PLACAR***

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação. Linha de Pesquisa: Produtos Midiáticos, Jornalismo e Entretenimento, sob orientação da Profa. Dra. Dulcília Helena Schroeder Buitoni.

Unzelte, Celso Dario

Futebol em revista no Brasil: dos primeiros títulos à resistente Placar

Celso Dario Unzelte – São Paulo, 2015.

227 f. 30 cm

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Dulcília Helena Schroeder Buitoni.

Dissertação (mestrado) – Faculdade Cásper Líbero, Programa de Mestrado em Comunicação

1. Jornalismo esportivo no Brasil. 2. Imprensa especializada sobre futebol: um histórico. 3. Futebol em revistas. 4. Revista Placar.

I. Buitoni, Dulcília Schroeder. II. Faculdade Cásper Líbero,

Programa de Mestrado em Comunicação. III. Futebol em revista no Brasil: dos primeiros títulos à resistente Placar

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Autor: CELSO DARIO UNZELTE

"FUTEBOL EM REVISTA NO BRASIL: DOS PRIMEIROS TÍTULOS À  
RESISTENTE PLACAR"



---

Prof. Dr. Flavio de Campos  
Universidade de São Paulo - FFLCH/USP



---

Prof. Dr. Carlos Roberto da Costa  
Faculdade Cásper Líbero - FCL



---

Profa. Dra. Dulcilia Helena Schroeder Buitoni  
Faculdade Cásper Líbero - FCL

Data da Defesa: 30 de setembro de 2015

## **AGRADECIMENTOS**

*Para Patrícia, minha saúde e minha felicidade.*

*Aos meus filhos Carolina, Beatriz e Daniel, pelo empréstimo do tempo e da alegria de  
viver.*

*À professora Dulcília, pelo apoio e incentivo do início ao fim.*

## RESUMO

Esta dissertação se insere na Linha de Pesquisa Produtos Midiáticos: Jornalismo e Entretenimento, do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, e busca pesquisar como o tema futebol tem sido apresentado, no Brasil, pelo formato revista. Esporte de origem inglesa, o *football* foi importado para o país como um jogo das elites para as elites, no final do século XIX, e transformou-se em um dos mais importantes traços da identidade brasileira ao longo do século XX. Essa transição traduziu-se de forma característica no jornalismo, inicialmente no impresso, pelos jornais e revistas. O ponto de partida é o material produzido pelas antecessoras de *Placar* (revistas de futebol entre 1914 e 1970) e se estende até os dias atuais, discutindo as perspectivas da abordagem pelo meio revista, semanal ou mensal, de um assunto que se renova diariamente em uma era em que a comunicação se dá em tempo real. Juntamente com o levantamento histórico de publicações foi realizada uma extensa e detalhada pesquisa iconográfica e entrevistas com jornalistas da área. O trabalho encaminhou-se para um estudo aprofundado da revista *Placar*, a mais tradicional e duradoura desse segmento, editada desde 1970. As referências teóricas utilizadas concentram-se principalmente em autores voltados para questões da pós-modernidade: Guy Debord e a sociedade do espetáculo, Zygmunt Bauman e a modernidade líquida, Lucia Santaella e a comunicação ubíqua, Jeremy Rifkin e a era do acesso. A partir de uma abordagem mais ampla sobre as relações humanas na sociedade contemporânea, eles contribuem para uma análise específica da comunicação. Apontam-se também questões relacionadas ao futuro da mídia impressa, em especial revistas, no contexto tecnológico, econômico e social do cenário midiático contemporâneo.

**Palavras-chave:** Jornalismo esportivo no Brasil. Imprensa especializada sobre futebol: um histórico. Futebol em revistas. Revista Placar.

## ABSTRACT

This work is inserted in the Research Line Media Products: Journalism & Entertainment, of the Master in Communication from the Faculdade Cásper Líbero, and seeks to investigate how the football theme has been presented in Brazil by the magazine format. English-born sport, football was imported into the country as a set of elites for the elites, in the late nineteenth century, and became one of the most important traits of Brazilian identity in the twentieth century. This transition has resulted in characteristic manner journalism, initially in print, in newspapers and magazines. The starting point is the material produced by the predecessors of *Placar* (football magazines between 1914 and 1970) and extends to the present day, discussing the prospects of the approach through magazine, weekly or monthly, of a matter that is renewed daily in an era in which communication occurs in real time. Along with the historical survey of publications was conducted an extensive and detailed iconographic research and interviews with journalists from the area. The work started for a thorough study of *Placar* magazine, the most traditional and enduring in this segment, published since 1970. The theoretical references used are concentrated mainly geared to authors of postmodernity issues: Guy Debord and the society of the spectacle, Zygmunt Bauman and liquid modernity, Lucia Santaella and the ubiquitous communication, Jeremy Rifkin and the era of access. From a broader outlook on human relations in contemporary society, they contribute to a specific analysis of communication. They also point out issues related to the future of print media, especially magazines, technological context, economic and social of the current media landscape.

**Keywords:** Sports journalism in Brazil. Specialized publications about football: a history. Football magazines. *Placar* magazine.

# SUMÁRIO

## INTRODUÇÃO 9

### 1. “OLHA LÁ, OLHA LÁ NO PLACAR!” 11

### 2. ORIGENS 22

2.1 Revista para quem? 22

2.2 Futebol para quem? 25

2.3 Os esportes chegam às revistas, o futebol chega aos jornais 31

2.4 *O Guia de Football*: livro ou revista? 36

2.5 O futebol também chega às revistas 43

2.6 As revistas especializam-se em futebol 51

### 3. ANTECEDENTES 54

3.1 Pioneira para uma elite: *Sport* (1914) 55

3.2 Esporte a serviço da raça: *A Cigarra Sportiva* (1917) 67

3.3 Tentativas esparsas: *Vida Sportiva* (1918), *Sports* (1919), *Sport Illustrado* (1920) e *São Paulo Illustrado* (1920) 74

3.4 Instrumentos da popularização: *Sport Illustrado* (1938-1956) e *O Globo Sportivo* (1938-1952) 79

3.5 O braço imagético de um jornal já consagrado: *A Gazeta Esportiva Ilustrada* (1953-1967) 93

3.6 A revista rodriguiana: *Manchete Esportiva* (1955-1959) 99

3.7 Futebol e fofoca: *Revista do Esporte* (1959-1970) 110

### 4. AS MUITAS VIDAS DE PLACAR 122

4.1 Política, sim, mas sem perder a esportiva (1970 a 1984) 122

4.2 Todos os esportes (1984) 145

4.3 *A Veja* do futebol (1984 a 1988) 155

4.4 Quando “Mais” é menos (1988 a 1990) 159

4.5 Mensal e temática (1990 a 1995) 168

4.6	Futebol, Sexo e Rock & Roll (1995 a 1997)	178
4.7	Luta pela sobrevivência (desde 1997)	189
<b>5.</b>	<b>TENDÊNCIAS: O FUTURO DE <i>PLACAR</i></b>	<b>202</b>
5.1	Qual o futuro de <i>Placar</i> ?	202
5.2	Futebol em revista no Brasil pós-moderno	210
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>220</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>222</b>

## INTRODUÇÃO

Este trabalho analisa a abordagem do assunto futebol no formato revista no Brasil, traçando um panorama histórico desse segmento no último século, com ênfase em *Placar*, publicada desde 1970. Além de historiar, pretende situar e projetar o tema por meio de estudos de caso, com embasamento teórico pela análise de conteúdo e entrevistas em profundidade com os profissionais responsáveis pela parte editorial de *Placar* nos últimos 40 anos.

*O Sol nas bancas de revista  
Me enche de alegria e preguiça.  
Quem lê tanta notícia?*

(Caetano Velloso, na letra de “Alegria, Alegria”,  
marcha-rancho de 1967)

*O público tem pressa. A vida de hoje, vertiginosa e febril, não admite leituras demoradas,  
nem reflexões profundas. [...] O século não tem tempo a perder. A eletricidade já suprimiu as  
distâncias: daqui a pouco quando um europeu espirrar, ouvirá incontinenti o “Deus te  
ajude” de um americano.*

(Olavo Bilac, na crônica intitulada  
“Fotójornalismo”, publicada no jornal  
*Gazeta de Notícias*, do Rio de Janeiro,  
em 13 de janeiro de 1901)

## 1. “OLHA LÁ, OLHA LÁ NO PLACAR!”

É o próprio Victor Civita (1907-1990), fundador da Editora Abril, quem relata as origens de *Placar*, até hoje a principal revista brasileira especializada em futebol, na “Carta do Editor” assinada por ele para a edição número 1, de 20 de março de 1970.

Estamos entrando em campo para jogar ao lado do Brasil. No ano de uma nova Copa do Mundo, aqui está o nosso PLACAR: marcado pelo carinho de um sonho de quase vinte anos.

Há vinte anos, quando era fundada a Editora Abril, nascia também a idéia de PLACAR. Era 16 de julho de 1950, uma data que o futebol brasileiro jamais esquecerá. As lições das duas primeiras Copas, 1930 e 1934, e as lembranças da jornada quase vencedora de 38 desaguaram no Maracanã na monumental Copa de 50, para formar a torrente de um time quase invencível. Mesmo preocupados em consolidar as bases de nossa editora, fomos contagiados pela “febre da Copa”, passando a viver aqueles dias de julho sob a temperatura altíssima de incontidas emoções. E, como todos, também sofremos o grande impacto da conquista uruguaia, saudada no próprio estádio - fato maravilhoso! - por uma salva de palmas de 200 mil pessoas em pranto.

Naquele instante, ficou confirmado o que todos já sabíamos: para o Brasil o futebol é mais que um esporte, menos do que uma guerra - um meio-termo explosivo, colorido, sensacional. Resolvemos que uma das publicações de nosso plano editorial deveria ser, mais cedo ou mais tarde, uma revista esportiva - tão explosiva e tão sensacional como este nosso povo que vai aos estádios fazer uma das mais belas festas do mundo.

De lá para cá, muitas coisas aconteceram. E, aqui dentro da Editora Abril, a idéia de PLACAR continuava fermentando. Muitos projetos desta revista foram produzidos, lidos, revistos, analisados e guardados em todos estes anos. Seria impossível lembrar, nos 7.300 dias de vida da Abril, quantas vezes foi feita esta pergunta desde o mais vivo office boy ao mais atilado dos nossos repórteres: “Pra quando é PLACAR?”.

Pois é para agora. Finalmente, sentimos que estávamos prontos. Conseguimos reunir uma equipe jovem, talentosa, altamente profissional. Por outro lado, temos hoje no País uma nova mentalidade no jornalismo esportivo: a paixão clubística, as preocupações pessoais, os interesses menores foram substituídos pela crítica construtiva, pela análise ponderada, pela reportagem desassombrada e imparcial. E tudo isto faz parte da filosofia de PLACAR.

Há dois meses começamos o trabalho: dois meses de intensa e entusiástica movimentação, durante os quais a revista nasceu, transformou-se e chegou à sua forma final.

Esperamos que você goste de PLACAR. E que passe a torcer conosco todas as semanas.

Victor Civita

A “equipe jovem, talentosa, altamente profissional” à qual Victor Civita se referia em seu editorial era comandada por Cláudio de Souza (1928-2012). Primeiro diretor de *Placar* (acumulando a direção do Departamento Comercial), ele encabeçava o expediente publicado na página 38, a última fora as capas, onde estava também a própria “Carta do Editor” de Civita. Antes mesmo de se formar advogado (profissão, aliás, que jamais exerceu), Souza começou a trabalhar, em março de 1951, como assistente pessoal do norte-americano de origem italiana que acabara de fundar sua editora. Funcionário número 7 da Abril, pai de Flávio de Souza (1955-), criador dos personagens do programa infantil de TV *Castelo Rá-Tim-Bum*, a história de Cláudio foi contada em detalhes por Gonçalo Junior no livro *O Homem Abril: Cláudio de Souza e a História da Maior Editora Brasileira de Revistas*.

Ao contrário de seu padrão — que, no texto acima, mostra um entusiasmo jamais repetido em relação a esse esporte, nem antes nem após o lançamento de *Placar* —, Cláudio de Souza era um apaixonado por futebol. Gostava igualmente de quadrinhos (àquela altura a especialidade da editora, que alcançara seu primeiro sucesso com a publicação da revista *O Pato Donald*, de Walt Disney), de literatura policial e de corridas de automóveis. Um dos sócios-fundadores do São Paulo Futebol Clube, as “primeiras coisas” que Souza escreveu, segundo relatou a Gonçalo Junior, foram para o jornal *A Gazeta Esportiva*. Enviava seus textos ao secretário do jornal, Thomaz Mazzoni, o “Olimpicus”, um dos maiores ícones da imprensa esportiva brasileira em todos os tempos. Mazzoni publicou os escritos de Cláudio de Souza não só em *A Gazeta Esportiva* como na revista *Esporte Ilustrado* — da qual, também no depoimento a Gonçalo Junior, Souza relatou ter sido “leitor assíduo”. Posteriormente, Thomaz Mazzoni convidou Cláudio de Souza para trabalhar em seu jornal, quando este, a partir de 1947, passou a circular diariamente. Após apenas dois meses como repórter esportivo, Cláudio de Souza resolveu trocar uma paixão por outra, envolvendo-se como editor no projeto do ressurgimento do suplemento de quadrinhos *A Gazetinha* (agora com o nome *A Gazeta Juvenil*), que deixara de circular oito anos antes. Acumulava, também, a função de locutor comercial da Rádio Gazeta. Depois que *A Gazeta Juvenil* deixou de circular, e após rápida passagem como roteirista das histórias em quadrinhos da Editora La Selva, então a maior de São Paulo, Cláudio de Souza finalmente chegou à Abril.

Na editora de Civita, Cláudio logo começou a colaborar no desenvolvimento de novas revistas, principalmente na área dos quadrinhos. Nessas, sempre que podia, ele abordava o futebol. Já na primeira, *Mickey* (1952), havia uma coluna inventada por ele que trazia sempre um craque caricaturado por Queiroz. O primeiro foi Leônidas da Silva (1913-2004). Foi Cláudio de Souza, também, quem sugeriu que *Diversões Escolares* (1960), revista infantil de caráter pedagógico, fosse rebatizada como *Diversões Juvenis*, para abrigar temas de interesse geral, entre eles o esporte. Segundo Gonçalo Junior, em *Diversões Juvenis* foi publicada a primeira reportagem sobre o futebol de salão, esporte posteriormente rebatizado como futsal, assinada por Gustavo de Oliveira, irmão de José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, diretor da Rede Globo de 1967 a 1997. Quando ajudou a desenvolver o Departamento de Documentação (Dedoc) da Abril, em 1968, Cláudio de Souza negociou a aquisição de um material que se mostraria valioso quando do lançamento de *Placar*: o acervo particular do mesmo Thomaz Mazzoni que publicou seus primeiros textos, em *A Gazeta Esportiva*.

*Capricho* (1952) e *Ilusão* (1958) eram revistas com fotonovelas voltadas para o público jovem do sexo feminino. *Manequim* (1959), uma revista de moda. *Quatro Rodas* (1960) tratava de automóveis. *Zé Carioca* (1961) era mais um gibi<sup>1</sup>. *Claudia* (1961) destinava-se às mulheres casadas. Já existiam também a revista de reportagens *Realidade* (1966), mensal, e *Veja* (1968), semanal de informação. A infantil *Recreio* (1969) era a “revista-brinquedo”. No entanto, o projeto envolvendo esportes, principalmente o futebol, permaneceu engavetado por 20 anos, como o próprio Civita apontou em seu editorial.

Segundo Gonçalo Junior, “em março de 1970, Cláudio de Souza atingiu o auge como funcionário da Editora Abril. Seu nome figurava, então, entre os cinco mais importantes do grupo, como vice-presidente do departamento de livros didáticos” (2005: 161). Isso pode ter ajudado politicamente a enfim tirar do papel o velho projeto da revista de esportes da Abril, do qual Souza era o pai. Na orelha de seu livro, Gonçalo Júnior afirma que Cláudio de Souza “fundou, praticamente sozinho, em 1970, a revista *Placar*”. Por causa de sua notória relação com o tema, ele teria sido a escolha óbvia de Victor e Roberto Civita, filho do fundador da editora, para tocar o projeto.

*O Pato Donald* chegou às bancas em 12 de julho de 1950, apenas quatro dias antes da derrota do Brasil para o Uruguai por 2 a 1, no Maracanã, na decisão da Copa do Mundo que tanto havia impressionado Victor Civita, segundo as palavras de seu editorial. Exatos dois anos depois, em julho de 1952, a Seleção Brasileira fez uma boa campanha no torneio de futebol da Olimpíada disputada em Helsinque, na Finlândia, da qual Ademair Ferreira da Silva voltaria, ainda, com a medalha de ouro no salto triplo. Já o time de futebol chegou em um honroso quinto lugar naqueles Jogos Olímpicos, mesmo contando apenas com jovens amadores, como exigia o regulamento da época, entre os quais se destacaram dois futuros bicampeões do mundo: o zagueiro Zózimo (1932-1977) e o centroavante Vavá (1934-2002). Em abril daquele mesmo ano, o Brasil havia conquistado o primeiro título de sua história jogando no exterior, o Campeonato Pan-Americano de Futebol disputado em Santiago, no Chile. O sucesso brasileiro em ambas as competições teria incentivado Cláudio de Souza a sugerir a Civita a criação de uma revista esportiva, nos termos que ele mesmo descreveu a Gonçalo Junior.

Falei-lhe da paixão do brasileiro pelo futebol e como eu imaginava a publicação: com fotos, muitas fotos, muitas cenas de gols; sequências fotográficas conseguidas com máquinas

---

<sup>1</sup> Referência a *O Gibi*, publicado por Roberto Marinho em 1939, que no Brasil acabou se transformando em sinônimo de revista em quadrinhos (N. do A.).

modernas; textos curtos e muitas charges — um mundo, o mundo dos esportes (GONÇALO JUNIOR, 2005: 162).

Segundo Gonçalves Junior relata na orelha de seu livro, Souza teria sugerido até o título, já naquele 1952: *Placar*. Embora de origem francesa (*placard*) e muito identificada com o futebol, a palavra poderia ser facilmente aplicável a outros esportes. Na definição do *Dicionário Michaelis da Língua Portuguesa*, trata-se de um “quadro em que se registram os pontos nas competições esportivas”, assim como “o resultado delas”. Na mesma época, o locutor Geraldo José de Almeida (1919-1976) já havia se popularizado, primeiro no rádio, depois na televisão, com uma série de bordões. Entre eles, um, que era usado após a narração de cada gol, ganharia ainda mais força na época da conquista do tricampeonato mundial pelo Brasil no México, em que a revista seria finalmente lançada: “Olha lá, olha lá no placar!”

Ainda segundo o depoimento de Cláudio de Souza a Gonçalves Junior, Civita teria anotado o nome cuidadosamente em uma folha de papel e pedido que o então assessor fizesse um “boneco”<sup>2</sup> da revista para lhe mostrar. O modelo foi entregue em algumas semanas. O nome “Placar” teria sido “imediatamente” registrado no Instituto Nacional de Propriedade Industrial, embora uma pesquisa no sítio da entidade aponte processos em nome da CLC Comunicações Lazer e Cultura Ltda. (antiga divisão do grupo Abril que substituiu a Abril Cultural) e da Abril Comunicações S/A somente a partir de 3 de fevereiro e 10 de março de 1970<sup>3</sup>. O veredicto de “seu” Victor, como era chamado por todos na Abril, teria sido: “A ideia é ótima, o boneco é muito bom, mas ainda não estamos prontos para fazê-la, falta-nos estrutura”.

A despeito da negativa, Cláudio de Souza relata que “estava eufórico”, porque “metade do caminho estava vencido. Ele gostara da proposta e queria fazer a revista. Agora era só esperar”. A espera, de praticamente duas décadas, só terminou graças, principalmente, a dois acontecimentos que impulsionaram o velho projeto: a proximidade de mais uma Copa do Mundo, a ser disputada no México, em que o Brasil, bicampeão em 1958, na Suécia, e em 1962, no Chile, chegaria ao seu terceiro título mundial, e a implantação da Loteria Esportiva no país.

<sup>2</sup> Em uma das acepções dessa palavra dadas pelo *Dicionário Michaelis da Língua Portuguesa*, “boneco” é um “modelo para confecção de livro, revista, catálogo ou qualquer projeto gráfico” (MICHAELIS, *Dicionário da Língua Portuguesa*, São Paulo: Melhoramentos, 2012).

<sup>3</sup> Disponível em <http://www.inpi.gov.br/> (<https://gru.inpi.gov.br/pPI/servlet/MarcasServletController?action=nextPageMarca&page=1>). Acesso: 31.01.2015.

Criada em plena ditadura militar, no dia 27 de maio de 1969, pelo decreto-lei 594, a Loteria Esportiva destinava parte do dinheiro arrecadado com as apostas ao financiamento dos esportes no Brasil. Lançada sob o slogan “Aprenda a ficar tão rico quanto Pelé”, logo tornou-se uma verdadeira febre. Mas, para ficar “tão rico quanto Pelé”, era preciso acertar os resultados simples (vitória de um dos dois times ou empate) nos treze jogos de futebol propostos em cada um dos testes semanais. O teste número 1, experimental, com jogos realizados em 19 de abril de 1970, limitou-se aos Estados do Rio de Janeiro e da antiga Guanabara, onde foram vendidos 76.649 dos 100.000 cartões disponibilizados. Como ninguém conseguiu acertar os resultados dos treze jogos, o prêmio líquido de Cr\$ 253.958,00 acabou dividido entre os oito acertadores que fizeram doze pontos. O próprio Cláudio de Souza reconhece que, no lançamento da revista, “apostou-se no sucesso da loteria”, o que não deixa de ser irônico quando se pensa que doze anos depois, em 1982, *Placar* seria a principal responsável pela perda de credibilidade da mesma Loteria Esportiva, após publicar uma reportagem em que denunciou a máfia de manipulação dos resultados dos jogos.

No dia em que Cláudio de Souza foi chamado à sala de Victor Civita para conversar com ele e o filho Roberto sobre a nova revista, o fundador da Abril tirou o projeto de 1952 literalmente de uma gaveta, aquela que ele chamava “gaveta de boas ideias”. Sua intenção inicial era fazer de *Placar* uma espécie de órgão oficial da recém-lançada Loteria Esportiva. Segundo Cláudio de Souza, Civita esperava convencer a Caixa Econômica Federal a atrelar à revista, com exclusividade, os prognósticos e demais informações sobre a loteria, talvez até os próprios volantes de apostas, para obrigar os apostadores a comprá-la. Victor Civita não estava de todo errado: ainda segundo o livro de Gonçalo Junior, nos primeiros tempos de *Placar* a seção mais lida era justamente o “Bolão”, que trazia os prognósticos dos resultados. Os demais órgãos da imprensa protestaram e passaram a ter direito também aos dados da Caixa, mas àquela altura Civita já estava convencido de que a publicação era viável.

O lançamento de *Placar* foi preparado como segredo de estado. Tanto que, internamente, o projeto recebeu o codinome “Alfa”. Como a própria revista conta em sua edição número 1, a equipe elaborou quatro números experimentais, que não chegaram às bancas mas foram apresentados, principalmente, ao mercado publicitário. Durante dois meses, repórteres e fotógrafos viajaram pelo Brasil, México, El Salvador, Peru, Chile, Argentina e Uruguai. Em seu primeiro número, *Placar* ofereceu uma moeda metálica dourada como brinde. De um lado, o rosto de Pelé, sob a inscrição “Copa do Mundo 1970”. Do outro, a árvore do logotipo da empresa, com os dizeres “Revista Placar – Editôra Abril” (figura 1).



Figura 1: moeda com a efígie de Pelé, brinde de *Placar* nº 1, 20/3/1970 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Autor da efígie, o romeno Ilie Gilbert é apresentado na página 38, onde também se documenta a entrega, de Victor Civita para Pelé, do modelo em gesso da matriz usada na feitura da moeda (figura 2).

# CARTA DO EDITOR

*Estamos entrando em campo para jogar ao lado do Brasil. No ano de uma nova Copa do Mundo, aqui está o nosso PLACAR: marcado pelo carinho de um sonho de quase vinte anos.*

*Há vinte anos, quando era fundadora a Editora Abril, nascia também a idéia de PLACAR. Era 16 de julho de 1950, uma data que o futebol brasileiro jamais esquecerá. As lições das duas primeiras Copas, 1930 e 1934, e as lembranças da jornada quase vencedora de 38 desaguaram no Maracanã na monumental Copa de 50, para formar a torrente de um time quase invencível. Mesmo preocupada em consolidar as bases de nossa editoria, fomos contagiados pela "febre da Copa", passando a viver aqueles dias de julho sob a temperatura altíssima de incoñtidas emoções. E, como todos, também sofremos o grande impacto da conquista uruguaia, saudada no próprio estádio — fato maravilhoso! — por uma salva*

*de palmas de 200 mil pessoas em pranto.*

*Naquele instante, ficou confirmado o que todos já sabíamos: para o Brasil o futebol é mais que um esporte, menos do que uma guerra — um meio-térmo explosivo, colorido, sensacional. Resolvemos que uma das publicações de nosso plano editorial deveria ser, mais cedo ou mais tarde, uma revista esportiva — tão explosiva e tão sensacional como este nosso povo que vai aos estádios fazer uma das mais belas festas do mundo.*

*De lá para cá, muitas coisas aconteceram. E, aqui dentro da Editora Abril, a idéia de PLACAR continuava fermentando. Muitos projetos desta revista foram produzidos, lidos, revistos, analisados e guardados em todos estes anos. Seria impossível lembrar, nos 7.300 dias de vida da Abril, quantas vezes foi feita esta pergunta desde o mais vivo office boy ao mais atilado dos nossos repórteres: "Pra quando é PLACAR?"*

*Pois é para agora. Finalmente, sentimos que estávamos prontos. Conseguimos reunir uma equipe jovem, talentosa, altamente profissional. Por outro lado, temos hoje no País uma nova mentalidade no jornalismo esportivo: a paixão clubística, as preocupações pessoais, os interesses menores foram substituídos pela crítica construtiva, pela análise ponderada, pela reportagem desassombrada e imparcial. E tudo isto faz parte da filosofia de PLACAR.*

*Há dois meses começamos o trabalho: dois meses de intensa e entusiasmada movimentação, durante os quais a revista nasceu, transformouse e chegou à sua forma final.*

*Esperamos que você goste de PLACAR. E que passe a torcer conosco todas as semanas.*

20 ANOS  
1950-1970  
EDITORA ABRIL

**PLACAR**

Editor e Diretor: VICTOR CIVITA

Diretor de Publicações: Roberto Civita  
Diretor Editorial: Luis Carta  
Diretor Comercial: Haroldo Bariani

Diretor: Cláudio de Souza  
Editores: Hamilton Almeida, Maurício Azêdo e Wollé Guimarães  
Redatores e repórteres: Dante Mattiussi, Hedy Valle Júnior, José Maria de Aquino, Marco Aurélio Guimarães, Michel Laurence  
Arte: Rudy Pythagoras Alves, Haroldo Jerrelasati  
Fotógrafos: Lemyr Martins, Sebastião Marinho  
Colaboradores: Aymoré Moreira (consultor técnico), Henfil, Otávio, Eduardo Barreto Filho, Elías Andreao, Djalma Nery Ferreira Filho, Ademir Ferreira, Manoel Motta, Chico Nelson, Paulo Mattiussi, Georges Bourdoukan, José Roberto M. de Aquino, Jean-Michel Gauvin, José P. Godoy

**Escritórios Regionais**

Rio: Odylô Costa, filho (diretor), Milton Temer (chefe de redação), Aristélio Andrade, José Fausto Neto,  
Tatuí: Heitor (repórteres), Yllan Kerr (chefe de fotografia), Adhemar Veneziano, Antônio Andrade, Fernando Pimentel, Pedro Henrique, Sandra Zanzeres (fotógrafos)  
Brasília: Pompeu de Souza (diretor), Luis Gutemberg (chefe de redação), Evandro Paranaçu, J. Carlos Bardawil (repórteres)  
Recife: Renan S. Miranda (chefe de redação), Franklin Campos, José Saffioti Filho, Paulo Sotero (repórteres), Clodomir Bezerra (fotógrafo)  
Belo Horizonte: Alberico Souza Cruz (chefe), Geraldo Augusto dos Reis (repórter)  
Curitiba: Elmar Bones da Costa  
Porto Alegre: Paulo Totti (chefe), Assis Hoffmann (fotógrafo)  
Salvador: Edgar Catoira  
Nova York: Luis Garcia  
Correspondentes: Alessandro Porro (Paris), Oriel Pereira do Vale (Londres), Ezio Vitale (Roma), Hiroto Yoshioka (Tóquio)

**Serviços Editoriais**

Diretor: Roger Karman  
Documentação: Antônio Zago, Carmen Craidy, Celso Ming, Dilcio Covizzi,  
Fernando Rios, Ireda A. Cardoso,  
José Carlos Kfour, João Guizzo, Maria Regina Viana, Rivka T. Schwarc,  
Sérgio Capozzi, Ubirajara Forte

**Serviços Fotográficos**

Francisco Albuquerque (gerente),  
Jussi Lehto (supervisor), Olga Krell (produção),  
Jorge Butsum, Carlos Motta, Miguel Vigliotta,  
Regnier de Oliveira, João Batista Perilo (fotógrafos)  
Cartografia: Francisco Beltran (supervisor)  
Abril Press: Samuel Dirceu (gerente)

**Departamento Comercial**

Diretor: Cláudio de Souza  
Representante, São Paulo: Cleuri de Freitas  
Representante, Rio: Francisco Paula Freitas  
Gerente de Publicidade, Porto Alegre: Rubens Molino, Eichenho Engel (representante)  
Representante, Belo Horizonte: Sérgio D. Pôrto  
Representante, Curitiba: Edison Lyra  
Representante, Recife: Antônio Lyra Filho

Diretor de Operações: Richard Civita  
Diretor de Relações Públicas: Hermani Donato  
Diretor do Escritório, Rio: André Raccach  
Diretor de Publicidade: Salviano Nogueira  
Diretor de Publicidade, Rio: Sebastião Martins  
Diretor de Publicidade Internacional: L. Bilyk  
Gerente de Produção: Arno Langer  
Diretor de Projetos Editoriais: Paulo Patarra

Diretor Responsável: Cláudio de Souza

Antes de PLACAR nascer, sua equipe fez quatro números experimentais (capas acima). Durante dois meses, repórteres e fotógrafos viajaram pelo Brasil, México, El Salvador, Peru, Chile, Argentina e Uruguai. A fotografia da capa deste número é de Lemyr Martins.

## HOMENAGEM A PELE

**VICTOR CIVITA, Editor e Diretor de PLACAR, entrega a Pelé, no Floresta Country Club, o modelo em gesso da matriz usada na feitura da moeda com a efígie do Rei, presente de PLACAR para os seus leitores.**

**GILBERT, O ESCULTOR**

Natural da Romênia e formado na Ecole du Louvre, Ilie Gilbert é o autor da efígie de Pelé. Expressionista que se dedica à figura humana, ele define seu trabalho como a participação conjunta do artista e do modelo. Com 49 anos, Ilie está no Brasil desde 1955. Faz seus trabalhos em epóxi, material usado na Apolo 12.

Figura 2: "Carta do Editor" assinada por Victor Civita, expediente da revista, capas dos números experimentais, entrega a Pelé e apresentação de Ilie Gilbert. Placar nº 1, 20/3/1970 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Assim como já havia ocorrido com a *Revista do Esporte*, em 1959, e mesmo com *Realidade*, uma revista de grandes reportagens – portanto, não especializada em futebol -, em 1966, Pelé foi mais uma vez escolhido para figurar na capa de uma edição número 1 (figura 3). A foto é de Lemyr Martins, conforme crédito publicado também na página 38. Nela, Pelé segurava uma réplica de papelão da Taça Jules Rimet feita pela própria equipe de arte de *Placar*<sup>4</sup> sob o título “Pelé – Receita para ganhar a Copa”. A capa tinha, ainda, duas outras fotos, com as chamadas “Pesquisa: queremos Tostão”, sobre o atacante que o país pedia mas o técnico Zagallo, da Seleção Brasileira, relutava em escalar, e “João Saldanha abre o jogo”, sobre os bastidores da queda do treinador da Seleção, demitido pouco antes da Copa. Quatro outras chamadas, todas sem fotos, completavam a capa de *Placar* número 1:

“Vavá [*centroavante do Brasil bicampeão do mundo em 1958 e 1962*]: “Falta um leão no nosso time”.

“Aimoré [*técnico campeão mundial em 1962 e consultor técnico de Placar*], exclusivo: “Meus favoritos no México”.

“Seleção vive o seu pior momento”.

“Iustrich [*técnico do Flamengo*] dopa com amor”.

---

<sup>4</sup> Depoimento de Lemyr Martins ao autor.



Figura 3: Capa de *Placar* nº 1, 20/3/1970 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Cláudio de Souza dirigiu *Placar* somente até o final daquele primeiro ano de existência da revista. Seu nome aparece no expediente até a edição número 42, de 1º de janeiro de 1971. Substituído por Milton Coelho da Graça, Souza assumiu em seguida a direção das publicações infanto-juvenis da Abril, o departamento de histórias em quadrinhos da editora, que revolucionaria o mercado naquela década. No depoimento para o livro de Gonçalo Junior, Cláudio de Souza definiu o público do futebol como “o mais democrático dos leitores”: “É assim porque atingia todas as classes sociais e todos os bolsos — intelectuais, analfabetos, ricos, pobres, gente bonita e feia, todos os crentes e descrentes” (GONÇALO JUNIOR, 2005: 164).

O grupo de trabalho organizado por Cláudio de Souza para atualizar a proposta de 1952 era chefiado por Paulo Patarra, ex-redator chefe de *Quatro Rodas* e *Realidade*, e contava com outros nomes que entraram para a história do jornalismo brasileiro. No expediente da edição número 1, estão os editores Hamilton Almeida, Maurício Azêdo, Woile Guimarães, Dante Matiussi, Hedyl Valle Júnior, José Maria de Aquino, Marco Aurélio Guimarães e Michel Laurence. Os fotógrafos Lemyr Martins e Sebastião Marinho. Entre os colaboradores, os cartunistas Henfil e Otávio e o artista gráfico Elifas Andreato. Aymoré Moreira, técnico bicampeão do mundo pela Seleção Brasileira na Copa do Mundo disputada no Chile, em 1962, era o consultor técnico, que teria efetiva participação no México, durante a Copa do Mundo. Entre o pessoal dos serviços editoriais, que correspondiam ao Departamento de Documentação (Dedoc), já figurava o nome de José Carlos Kfourri, mais conhecido posteriormente como Juca Kfourri, o mais marcante diretor de redação da revista, entre 1979 e 1995. Ao longo dos anos, *Placar* contaria com a colaboração de outros jornalistas históricos, como Milton Coelho da Graça, Octávio “Pena Branca” Ribeiro e Tim Lopes. Além de escritores como Plínio Marcos, Ruy Castro, Luis Fernando Verissimo e Roberto Drummond e colunistas notáveis como os ex-jogadores Tostão e Falcão e o ex-técnico da Seleção Brasileira João Saldanha.

Maria Celeste Mira, em seu livro *O Leitor e a Banca de Revistas: a Segmentação da Cultura no Século XX*, situa *Placar* como a última das “grandes revistas” (MIRA, 2001:160), referindo-se ao ano de sua criação (1970) e colocando sua importância, do ponto de vista da consolidação da publicação esportiva no Brasil, ao lado de *Claudia*, *Quatro Rodas*, *Realidade* e *Veja*, como pioneiras que “abriram novos caminhos, consolidaram estilos, conquistaram leitores” (MIRA, 2001: 41) dentro de suas respectivas áreas.

Seu estilo era muito semelhante ao de *Quatro Rodas* na cobertura especializada, mas também nas denúncias sobre a falta de profissionalismo e a corrupção no futebol por parte dos clubes, federações e da própria loteria esportiva. Nos seus primeiros dez anos, a revista cobriu campeonatos e copas do mundo, publicou grandes reportagens sobre futebol, biografias de jogadores como Pelé e entrevistas com torcedores famosos. [...] Ao estilo de *Quatro Rodas*, criou prêmios para os melhores jogadores e concursos, como o do clube mais querido [...] *Placar* é a revista esportiva de maior duração no Brasil. [...] *Placar* teve também as maiores tiragens, em torno de 200 mil exemplares semanais nos seus primeiros anos. Porém, nunca foi uma revista lucrativa, sendo mantida pela Abril certamente para garantir uma fatia do mercado (a do jornalismo esportivo) fora do alcance de seus concorrentes. Durante a maior parte de sua existência, a revista foi sustentada pela célebre filosofia de Victor Civita “O Pato paga”, com seus custos absorvidos pela Editora Abril (MIRA, 2001: 160).

Para se manter em circulação por 45 anos, *Placar* teve que ir se multiplicando em muitas vidas, todas diferentes umas das outras, ao sabor do que, achava-se, pedia o mercado, tanto o de leitores quanto o publicitário, em cada um daqueles momentos.

Da revista informativa e investigativa dos primeiros tempos, acabou se rendendo ao entretenimento vigente na cobertura esportiva dos dias atuais. Tornou-se, dentro da expressão cunhada por Umberto Eco (2008), um veículo cada vez mais “integrado” à prática dos meios de comunicação de massa, cada vez menos voltado ao *interesse público* e mais voltado ao *interesse do público*.

Nesse meio tempo, tornou-se uma revista poliesportiva.

Em seguida, de informação esportiva semanal, em moldes semelhantes do que *Veja* fazia com os assuntos de interesse geral.

Tentou multiplicar suas vendas tornando-se mais popular e barata.

Passou de semanal para mensal e temática.

Chegou a incluir em seu cardápio o sexo e o rock’n roll.

Nas últimas duas décadas, vem tentando sobreviver em meio à concorrência não só dos jornais, rádio e TV, mas também da internet e de todos os outros meios do jornalismo digital.

Tudo isso compõe o escopo deste trabalho.

## 2. ORIGENS

### 2.1 Revista para quem?

A revista chega ao Brasil 83 anos antes do futebol. Mais precisamente em janeiro de 1812, quando, na cidade de São Salvador, na Bahia, o tipógrafo português Manuel Antônio da Silva Serva (1760?-1819) imprime *As Variedades ou Ensaios de Literatura*, autointitulada à época uma “obra periódica” derivada do jornal *Idade d’Ouro do Brazil* — o segundo a ser publicado no país, em 1811, posterior apenas à pioneira *Gazeta do Rio de Janeiro*, de 1808. Essa primeira revista brasileira encontra um público leitor praticamente inexistente, herança de uma colonização que por mais de três séculos não só proibiu a impressão de textos, livros e publicações como inibiu qualquer política de ensino que desenvolvesse a leitura<sup>5</sup>. Maria Celeste Mira (2001: 17) lembra que o Brasil viraria o século com 84% de analfabetos, praticamente a mesma porcentagem de alfabetizados da França ou da Inglaterra na mesma época.

As primeiras revistas brasileiras foram surgindo aos poucos, após a liberação do uso da imprensa com a chegada da família real portuguesa em 1808 e a elevação, sete anos depois, do Brasil à condição de Reino Unido. Durante muitos anos *O Patriota*, periódico mensal de cunho didático e cultural lançado pela Imprensa Régia do Rio de Janeiro no início de 1813, foi considerada a nossa primeira revista. Mas a pioneira havia sido a publicação baiana *As Variedades ou Ensaios de Literatura* (COSTA, 2012: 89).

Em seu trabalho sobre a revista no Brasil do século XIX e a formação das publicações, do leitor e da identidade do brasileiro, Carlos Costa detalha assim o conteúdo daquela primeira revista brasileira, da qual “não restou um exemplar sequer, apenas alguma imagem em livro<sup>6</sup>” (COSTA, 2012: 25):

Com a aparência de um livro, a revista trazia, numa massa densa de texto, artigos como: “Sobre a Felicidade Doméstica”, “Costumes e usos no México”, “Instrução Militar”; “Quadro Demonstrativo ou Cronologia da Filosofia Antiga”; “Teoria Nova e Curiosa sobre a Origem dos Gregos”; “Da Ciência e das Belas Artes”; “Anedotas e Bons Ditos” (COSTA, 2012: 92-93).

<sup>5</sup> Para mais detalhes sobre a formação do leitor brasileiro, ver: LAJOLO, Marisa; ZILBERMAN, Regina. *A Formação da Leitura no Brasil*. São Paulo: Ática, 1996; \_\_\_\_\_. *A Leitura Rarefeita. Leitura e Livro no Brasil*. São Paulo: Ática, 2002.

<sup>6</sup> Na ocasião [do evento de comemoração do bicentenário da revista *As Variedades ou Ensaios de Literatura*, em 2012], o primeiro número da revista ganhou uma edição fac-similar, patrocinada pelo governo baiano e concebida pelo historiador Luis Guilherme Pontes Tavares, dedicado estudioso da história da imprensa no Estado (SERVA, 2014:14).

Segundo propaganda da mesma casa tipográfica, publicada em *A Idade d'Ouro no Brasil, As Variedades ou Ensaios de Literatura* era vendida por assinatura, como quase todas as revistas brasileiras do século XIX. Por isso, apelava a seus possíveis leitores para “concorrer para a subscrição que há de se abrir na Loja da Gazeta”, pois “sem a antecipada certeza de uma pronta saída não é possível que semelhante empreitada se leve adiante”. Carlos Costa registra, também, que a revista deveria aparecer mensalmente, mas somente “em 28 de julho de 1812 *A Idade d'Ouro* irá anunciar o aparecimento simultâneo dos fascículos de fevereiro e março, ao preço de I\$120. Com esse número duplo a publicação encerrava sua trajetória”. Por fim, opina: “Os baianos, ao que parece, não se entusiasmaram com a novidade, certamente porque o editor da publicação utilizava uma linguagem séria demais” (COSTA, 2012: 94). No entanto, ao longo de seu trabalho o próprio autor aponta razões mais amplas para esse e outros fracassos:

[...] a tipografia não se revelou de entrada um negócio rentável entre nós. Afinal, num país de analfabetos não havia demanda por obras impressas, periódicos ou livros, pois a leitura não fazia parte do cotidiano do brasileiro. Não se formara, como ainda não se formou até hoje, um público leitor estável. A leitura é um hábito que se cultiva no marco de outros hábitos. O filho lê porque viu o pai lendo, por ser estimulado no ambiente familiar e escolar — e como se daria isso num país sem escolas? (COSTA, 2012: 73).

O autor alerta, ainda, para “a imprecisão ou anacronismo em utilizar o termo ‘revista’ para esse período, pois ainda não estava delimitado o que era constitutivo de uma revista ou de um jornal” (COSTA, 2012: 89). Sugere, assim, a palavra “periódico” para nomear as publicações da época, “deixando os termos “revista” e “jornal” para designar impressos surgidos no último quartil do século XIX” (COSTA, 2012: 90).

Mas, afinal, o que é uma revista? Ainda segundo Carlos Costa (2012: 82), o termo foi utilizado pela primeira vez em 1704, na Inglaterra, em *A Weekly Review of the Affairs of France*, rebatizada três anos depois como *A Review of the State of British Nation*. Um registro das opiniões políticas de Daniel Defoe (1660-1731) — autor, entre outros, do clássico *Robinson Crusóé* —, ao lado de outros temas mais amenos. No Brasil, em que pese o pioneirismo de *As Variedades ou Ensaios de Literatura*, a palavra apareceria pela primeira vez no título de uma publicação somente 16 anos depois, com a *Revista Semanária dos Trabalhos Legislativos Câmara dos Senhores Deputados*, lançada no Rio de Janeiro em 1828. Por aqui, o gênero se firmaria de vez na virada do século XIX para o XX, inspirado nos magazines ilustrados ou revistas de variedades europeus, sobretudo franceses.

O verbete desenvolvido por Frederico de Mello Brandão Tavares e Christa Berger para o *Dicionário da Comunicação* (MARCONDES FILHO - org., 2009) parte da referência etimológica “do latim *revidere*, e de sua incorporação pelo ingl. *Review*”. Também enumera: “1) Ato de revistar. 2) Rever, examinar. 3) Publicação periódica”.

Lembra, ainda, que:

Como meio de comunicação, é comum, em inglês e francês, o uso do termo *magazine*, derivado e/ou associado ao francês *magasin* (loja, armazém), ao italiano *magazzino* (depósito, estoque) e ao árabe *makhazin* (plural de *makhzan*, que vem do verbo *khazana*, estocar, armazenar (MARCONDES FILHO – org., 2009: 310).

No mesmo verbete, revista é conceituada como:

Publicação impressa de notícias e variedades que se diferencia do jornal principalmente pela periodicidade, pelo formato (material, visual, gráfico e textual), pela temática (mais especializada) e pela abordagem (mais analítica e menos factual). Se dividida — “revista” — ou verbalizada — “revistar” —, a palavra sugere uma ação de verificação, de exame, de interpretação. Sua origem etimológica explica o uso do termo em duas situações: 1) O termo *review* é utilizado para um tipo de publicação periódica específica, voltada para, principalmente, críticas e ensaios. 2) Já o termo *magazine* pode ser identificado duplamente. Primeiro, em 1583, quando foi utilizado pela primeira vez para se referir a “um lugar onde suprimentos, produtos e munições” são guardados; e, depois, em 1731, no título de *Gentleman’s Magazine*, uma lista de lojas militares, seguindo, posteriormente, o uso, no sentido figurado, como sinônimo de publicação voltada para o “depósito de informações”. Os sentidos de revista, embora despercebidos no cotidiano, marcam pragmaticamente (mesmo que de forma inconsciente) a produção que a envolve como um produto da comunicação e do jornalismo. Mais que contar o que acontece no mundo — função primeira da imprensa diária — a revista comenta, opina e interpreta sobre assuntos variados, buscando uma visão mais aprofundada dos temas e fatos que envolvem o ser humano (sejam eles naturais ou sociais). Dessa forma, pode-se dizer, seus conteúdos “armazenam” informações mais substanciais e menos pontuais. [...] Numa época onde a imprensa ainda era a grande representante da comunicação de massa, esse meio veio suprir uma demanda social por imagens, emergindo em um momento no qual a união entre a imprensa (periódica) e novas técnicas de impressão e reprodução fazia-se latente (MARCONDES FILHO – org., 2009: 310).

Uma importante diferença entre revista e jornal, assim definida por Carlos Costa em seu estudo sobre as origens da revista no Brasil, logo se torna clara:

Foi a partir de 1870, quando o telégrafo, o telefone, a fotografia e a prensa a vapor haviam sido implantados, que se delimitou muito bem o campo das publicações. A partir deste período, com a rapidez da chegada das notícias, cabe ao jornal e à imprensa diária dedicar-se ao que se convencionou chamar de *hard news*: a tragédia, a catástrofe, o fato ocorrido na véspera. E às revistas, sobretudo as ilustradas, estariam reservadas a informação em profundidade, a análise, a crítica, o entretenimento (COSTA, 2012: 90).

## 2.2 Futebol para quem?

Segundo a *Enciclopedia Mundial del Fútbol*, composta por cinco volumes de 386 páginas cada e organizada em 1981 com o aval da própria Federação Internacional de Futebol Association (Fifa) — que até 2015 organizava esse esporte em 209 países dos cinco continentes —, as primeiras manifestações de *football* (do inglês *foot*, pé; *ball*, bola) podem ser chamadas de “protofutebol”. A relação do ser humano com um objeto redondo, para entreter-se ou realizar uma atividade física, teria começado já na época das cavernas.

O antropólogo suíço Johan Jakob Bachofen descobriu no século passado [*século XIX*], na região de Kerven, na grande ilha oceânica de Nova Guiné, algumas cavernas que, sem dúvida, abrigaram rudes habitantes. Nas paredes rochosas, no entanto, foram encontradas gravuras feitas pelos primitivos habitantes, e que reproduzem cenas da vida cotidiana. Algumas delas mostram um homem perseguindo ou impulsionando com seus pés um objeto arredondado, difícil de se identificar, que desliza ao rés do chão. Seria por acaso uma prova da existência pré-histórica de um remoto similar do futebol atual? Talvez sim<sup>7</sup> (GISPERT, 1981: 2; vol. I).

Os exemplos de protofutebol mais citados pelas obras que se ocupam das origens mais remotas desse esporte, inclusive pela *Enciclopedia Mundial del Fútbol*, são:

- O *tsu-chu* (*tsu*= lançar com o pé; *chu* = bola recheada, feita de couro), considerada a primeira forma documentada de futebol. Exercício militar desenvolvido por Yang-Tsé, integrante da guarda do imperador chinês da dinastia Xia em 2.197 a.C. O objetivo era lançar uma bola de couro com os pés para além de duas estacas cravadas no chão. Posteriormente, transformou-se também em passatempo da nobreza chinesa.

- O *kemari* (*ke*= chutar; *mari*= bola), versão japonesa do *tsu-chu*, que também se tornou um passatempo da nobreza.

- O *epyskiros*, praticado em Esparta, na Grécia, no século I, em um campo retangular. A bola, feita de bexiga de boi e recheada com ar e areia, devia ser arremessada para as metas, localizadas no fundo de cada lado do campo. Segundo o pesquisador francês Bernard Gillet, a bola, para os gregos, significava a “juventude”, ou, ainda, “a arte de curar”.

---

<sup>7</sup> Tradução livre do autor, a partir do original em espanhol.

- O *harpastum*, versão do *epyskiros* praticada em 200 a.C. como exercício militar entre soldados romanos, com uma bola chamada *follis*, feita de bexiga de boi e coberta por uma capa de couro.

- O *soule*, praticado pelos franceses na Idade Média, introduzido na Gália (atual região da França) pelos soldados de Júlio César entre 58 e 51 a.C. O próprio rei Henrique II teria sido um entusiasta do jogo.

- O *calcio*, jogado em Florença, na Itália, desde 1529, quando aquela cidade italiana se encontrava sob o cerco das tropas do príncipe de Orange. Velhas rivais, as facções políticas lideradas por Seglio Antinori e Dante Cantiglione resolveram acertar suas diferenças em um jogo de bola na Piazza Santa Croce. Com 27 jogadores de cada lado, as duas equipes, uma uniformizada de verde e a outra de branco, enfrentaram-se violentamente durante horas pelas ruas, tentando levar a bola para além dos portões da cidade. A partida, que entrou para a história, é até hoje reproduzida anualmente pela população no primeiro domingo depois da festa de São João, no dia 24 de junho. Não por acaso, até hoje o futebol é conhecido entre os italianos pelo nome de *calcio*.

- O *mass football*, ou futebol de massa, praticado já na Inglaterra. Começou quando os habitantes de várias cidades saíam às ruas na *schrovetide* (espécie de terça-feira gorda) para comemorar a expulsão dos dinamarqueses chutando uma bola de couro que simbolizava a cabeça de um oficial do exército invasor. O mais antigo documento inglês relacionado a esse fato é o livro *Descriptio Nobilissimae Civitatis Londinae*, de William Fitzstephen, datado de 1175.

No século XVI, a violência do jogo cresceu tanto que o escritor Philip Stubbes (*circa* 1555-1610) chegou a referir-se à prática como “um jogo bárbaro, que só estimula a cólera, a inimizade, o ódio, a malícia, o rancor”. Com a proibição dessas formas violentas de futebol a partir de 1700, o jogo é obrigado a se mudar das ruas para as escolas. Já em 1710, passa a ser adotado como atividade física em Covent Garden, Strand e Fleet Street. Em Londres, por essa época, já não se jogava mais nas ruas, e sim em terrenos baldios (SCLIAR (org.), 1968: 30; vol. I).

O problema passou a ser, então, a uniformização das regras, que variavam de um colégio para outro. Com a maciça adesão ao jogo por parte dos colégios públicos ingleses a partir de 1823, duas escolas de jogo começaram a se destacar: a que usava somente os pés (Cheltenham, Westminster, Eton, Harrow, Oxford e Winchester) e a que preferia utilizar

mãos e pés na prática do jogo (Cheltenham, Shrewsbury e principalmente Rugby, que acabou emprestando seu próprio nome ao esporte dissidente, em 1846). O *football*, ainda em uma fase primária, surgiria somente dois anos depois, em 1848, em Cambridge. Em 26 de outubro de 1863, na histórica reunião realizada na Taberna Freemason, em Great Queen Street, Londres, representantes de onze clubes e escolas finalmente instituem as bases para as regras que até hoje regem o *football association*, assim chamado por causa do sentido de associação entre os jogadores para se chegar ao *goal* (objetivo).

Para além do tempo e do espaço, é importante ressaltar que o futebol se organiza dentro do contexto da Revolução Industrial, que também se desenvolvia na Inglaterra naquela segunda metade do século XIX.

Os dois fenômenos baseiam-se em competição, produtividade, secularização, igualdade de chances, supremacia do mais hábil, especialização de funções, quantificação de resultados, fixação de regras. Este último ponto é essencial, correspondendo àquilo que Sigmund Freud em fins do século XIX e Norbert Elias em meados do século seguinte chamaram de processo civilizador. Também podemos pensar no estabelecimento das regras futebolísticas como manifestação particular na Inglaterra do então intenso desenvolvimento das instituições, que nada mais são do que regras do jogo social. Ou seja, restrições de comportamento que permitem a vida em sociedade, controlam interesses individuais em nome do bem comum (FRANCO JUNIOR, 2007-25) .

Praticado inicialmente por indivíduos da classe média alta, logo o esporte ganhou o interior da Inglaterra e atraiu a classe média baixa e mesmo o operariado (FRANCO JUNIOR, 2007-34). Com a obrigatoriedade do ensino primário naquele país, a partir de 1871, cada vez mais indivíduos oriundos das classes populares passam a praticá-lo. Em 1885, compreendendo que no contexto da Revolução Industrial o surgimento de novas atividades era inevitável, a Football Association passa a aceitar o profissionalismo no futebol inglês.

O imperialismo inglês evidentemente exportava não apenas uma longa série de produtos industriais e de serviços, mas também fenômenos sociais e culturais que os acompanhavam, mesmo sem premeditação, e cuja origem inglesa por si só atraía, conferindo-lhes ares de modernidade. Dentre eles o futebol (FRANCO JUNIOR, 2007-40).

Hilário Franco Junior, historiador medievalista que se dedicou a uma análise mais aprofundada desse esporte, lembra ainda que “o futebol era às vezes transplantado por ingleses que trabalhavam ou estudavam no exterior” (FRANCO JUNIOR, 2007-41). Foi assim que ele chegou ao Brasil, 83 anos depois da revista. Mais precisamente em 14 de abril de 1895, quando Charles William Miller (1874-1953), paulistano do bairro do Brás, filho de pai escocês e mãe brasileira com ascendência inglesa, apresentou a alguns amigos a “novidade” trazida de seus estudos na Inglaterra. E foi em depoimento a uma revista —

embora não especializada em futebol, mas a mais importante do país em seu tempo, *O Cruzeiro*, em 1952 — que Miller descreveu a primeira partida realizada por ele em solo brasileiro.

Numa tarde fria de outono em 1895, reuni os amigos e convidei-os a disputarem uma partida de *football*. Aquele nome, por si só, era novidade, visto que na época somente conheciam o críquete.

— Como é esse jogo? — perguntaram uns.

— Com que bola vamos jogar? — indagaram outros.

— Eu tenho a bola. O que é preciso é enchê-la.

— Encher com quê? — perguntaram.

— Com ar.

— Então vá buscar que eu encho (MILLS, 2005: 71).

Miller, que por isso passou a ser considerado o “Pai do Futebol Brasileiro”, deu mais detalhes sobre aquele evento em depoimento ao jornalista e pesquisador esportivo Thomaz Mazzoni — autocognominado “Olimpicus” (1900-1970) nos textos que escreveu para o jornal *A Gazeta Esportiva* de 1928 até sua morte, aquele mesmo que anos depois daria as primeiras chances de publicação de textos a Cláudio de Souza, o inspirador de *Placar*:

Em meados de 1894, fixei-me em minha terra natal — São Paulo. Realizamos o primeiro ensaio em terras brasileiras, em 1895, e precisamente na Várzea do Carmo, nas proximidades da rua do Gasômetro e Santa Rosa. Para isso, reuni um grupo de ingleses da Companhia do Gás, London Bank e S.P.R.<sup>8</sup>.

[...] Logo que nos sentimos mais traquejados e que o número de praticantes do jogo havia crescido, convoquei a turma para o primeiro cotejo regulamentar, denominando os quadros um de “The Team do Gaz”, o que era integrado por empregados daquela Companhia, e o outro de “The S. P. Railway Team”, formado de funcionários desta ferrovia. Foi isso a 14 ou 15 de abril de 1895. Ao chegar a campo, a primeira tarefa que realizamos foi enxotar do mesmo os animais da C. Viação Paulista, que ali pastavam. Logo depois iniciávamos nosso jogo, que transcorreu interessante, sendo que alguns companheiros jogaram mesmo de calças, por falta de uniforme adequado. Venceram os da S. P. Railway, por 4 a 2, entre os quais eu formava, e que eram, na sua maior parte, sócios do S. P. Athletic<sup>9</sup>. Quando deixamos o campo já estava assumido o compromisso de promovermos um segundo jogo, sendo que a exclamação geral foi esta: “Que ótimo esporte, que joguinho bom”. Outras partidas realizamos, mas já na chácara Dulley, onde finalmente acabamos incorporando o futebol ao clube S.P.A., que foi o primeiro campeão brasileiro deste esporte<sup>10</sup> (MAZZONI, 1950: 18-19).

É ainda Thomaz Mazzoni (1950: 17) quem afirma que “todos os historiadores do nosso futebol são concordes em assinalar o ano de 1894 como sendo o da introdução do

<sup>8</sup> São Paulo Railway, a primeira ferrovia do Estado de São Paulo, que ligava o Planalto Paulista ao litoral (N. do A.).

<sup>9</sup> São Paulo Athletic Club. Fundado por ingleses em 1888 para a prática do críquete, seria também o primeiro clube no Brasil a praticar o futebol, por iniciativa do próprio Charles Miller.

<sup>10</sup> S.P.A. = São Paulo Athletic (Club). Na verdade, campeão paulista, mas da primeira competição oficial de futebol organizada no Brasil, em 1902 (N. do A.).

futebol “association” no Brasil, e seu introdutor Charles Miller”. Para, em seguida, fazer as seguintes ressalvas:

Paulo Várzea, o mais hábil pesquisador, levou a fundo essas pesquisas para saber se antes de 1894 tínhamos tido futebol em nosso país. Vários dados vagos obteve Várzea, mas por fim, honestamente, foi o primeiro a reforçar a história da prioridade do ano de 1894 e de Charles Miller (MAZZONI, 1950: 17)<sup>11</sup>.

Segundo John Mills, biógrafo de Charles Miller, ao retornar de seus estudos da Inglaterra para São Paulo, em novembro de 1894, ele trazia em sua bagagem:

- . Um livro de regras do *association football*, adquirido numa loja de material esportivo em Southampton.
  - . Uma camisa da equipe da Banister Court School e outra do St. Mary’s, que ele defendeu com bravura e elegância.
  - . Duas bolas de futebol de capotão fabricadas pela empresa Franl Sugg, de Liverpool, que tinham um significado muito especial para ele — com uma delas, tinha jogado pelo Condado de Hampshire contra o Condado de Sussex.
  - . Um par de chuteiras e uma bomba de ar para encher as bolas.
- O futebol brasileiro estava nascendo (MILLS, 2005: 45).

Nascendo, sim. Mas para quem? Em seu livro *Revistas em Revista: Imprensa e Práticas Culturais em Tempos de República, São Paulo (1890-1922)*, Ana Luiza Martins responde essa questão.

Na Pauliceia, que se queria moderna, a prática esportiva chegou através de representação elegante, introduzida por seletos grupos de estrangeiros, na sua maioria especuladores de empresas comerciais e financeiras, na então pródiga Capital do Café. A partir de 1900, ingleses e canadenses, que respondiam pela administração da poderosa Light & Powers Co., monopolizavam não apenas a iluminação e os trilhos de *bond* da cidade, mas introduziam práticas esportivas de seus países de origem, rapidamente apropriados [*sic*] por uma sociedade de poucos lazeres, ávida de novidades. Através da reprodução de hábitos aristocráticos, como a prática do *hockey* e do *lawn tennis*, aqueles grupos seletos ostentavam

---

<sup>11</sup> Em *A Gazeta Esportiva* de 4 de maio de 1942, Paulo Várzea conta que o futebol teria sido exibido na Argentina e no Brasil por volta de 1864, por marinheiros de barcos mercantes e de guerra estrangeiros, principalmente ingleses. Especificamente no Brasil, teria sido trazido também pelos marujos britânicos, “que efetuaram suas primeiras práticas nos capinzais desertos do litoral norte e sul do país, nos tempos coloniais, do fim do Império e da guerra do Paraguai”. O futebol teria sido jogado, ainda, em 1874, na praia da Glória, e em 1878, por tripulantes do “Criméia”, num capinzal entre as ruas Paissandu e Roso, em frente à residência da princesa Isabel, “local onde, posteriormente, sediaram-se os primeiros clubes esportivos do Rio: Clube Brasileiro de Cricket e Paissandu Cricket Clube”. “Relatam os contemporâneos de 1872-73 que as primeiras práticas do futebol de S. Paulo procedem do Colégio S. Luiz, de Itu (hoje o prédio é um quartel do Exército)”, prossegue o autor. Segundo ele, no recreio, um padre e professor teria introduzido o jogo batendo a bola de encontro ao muro do colégio. Prática denominada de “bate-bolão”, à maneira do que faziam os estudantes de Eton, tradicional colégio britânico. Em Jundiá, em 1882, Mr. Hugh teria introduzido o jogo entre brasileiros e ingleses, operários da S. Paulo Railway. Entre 1875 e 76, anglo-brasileiros, empregados nas companhias de navegação inglesas, bancos, docas, cabos submarinos, City e Leopoldina Railway, jogaram no campo do Paissandu, animados por “um tal” Mr. John. Paulo Várzea conclui considerando “aqueles indícios meras conjecturas, enquadradas perfeitamente no capítulo da “origem do nosso futebol”, mas não o documentando suficientemente”. (N. do A.)

sua procedência metropolitana, procurando distinguir-se em meio ao primitivismo dos trópicos (MARTINS, 2008: 340).

Outros Estados brasileiros tiveram também seus “Charles Miller”. Eram, em geral, filhos da elite que traziam e divulgavam a novidade inglesa na volta de seus estudos no exterior. Como Oscar Cox, no Rio de Janeiro, em 1897. Johannes Minerman e Richard Woelckers, no Rio Grande do Sul, em 1900. José Ferreira Filho, o Zuza Ferreira, na Bahia, em 1901. Guilherme de Aquino Fonseca, em Pernambuco, em 1903. Vito Serpa, em Minas Gerais, em 1904. Charles Wright, no Paraná, em 1908.

Nesse contexto, não é de se estranhar o fato de todos os cinco times de futebol participantes do Campeonato Paulista de 1902, a primeira disputa oficial no país, terem suas origens ligadas à elite. O São Paulo Athletic (vencedor das três primeiras disputas, em 1902, 1903 e 1904) era conhecido como “o clube dos ingleses”, fundado em 1888, inicialmente para a prática do críquete. Mas também era o “*team* de Charles Miller”, o próprio introdutor do futebol no Brasil, além de principal jogador e artilheiro da equipe nas conquistas do primeiro campeonato, em 1902, com 10 gols, e do terceiro, em 1904, com mais nove gols marcados. A Associação Atlética Mackenzie foi a primeira equipe formada por jovens estudantes brasileiros, em 18 de agosto de 1898, dentro do tradicional colégio paulistano (mas de origem estadunidense) de mesmo nome. O Sport Club Internacional foi fundado em 19 de agosto de 1899, tanto por membros da elite brasileira quanto por estrangeiros (daí sua denominação). Apenas alguns dias depois, em 7 de setembro do mesmo ano, Hans Nobiling e os irmãos Wahmshaffe, todos alemães, lideraram um grupo de dissidentes do Internacional, descontentes principalmente com a denominação mais abrangente que havia sido dada àquele clube. Surgiu, então, o Sport Club Germânia, que durante a Segunda Guerra Mundial teve que mudar sua denominação para a atual: Esporte Clube Pinheiros. Por fim, o Club Athletico Paulistano representava a fina flor da sociedade local. Foi fundado em 29 de dezembro de 1900, por membros de famílias tradicionais como Prado, Bueno e Penteado. Seu campo era o Velódromo Paulista, na Rua da Consolação, construído pelo Conselheiro Antônio Prado, intendente e primeiro prefeito de São Paulo na Era Republicana, para a prática do ciclismo em 1892, mas adaptado para o futebol a partir de 1901. Lá, foram disputados os primeiros jogos oficiais no Brasil.

Já existiam, também, times populares, formados por jovens negros e trabalhadores de origem italiana, portuguesa e espanhola, entre outras, que continuavam chegando desde a

transição da escravatura para o trabalho livre. Esses jogavam o futebol nas margens dos rios, principalmente Tamandateí e Tietê, locais conhecidos como várzeas. Assim, embora inicialmente tenha sido praticado pela mesma elite de outros esportes das principais cidades brasileiras, o futebol teve destino diferente da maioria de seus congêneres, muitos dos quais mostraram ser modismos passageiros. Ao longo de 120 anos, popularizou-se a ponto de se tornar sinônimo do próprio Brasil. Sua introdução na agenda da mídia, porém, não foi imediata.

### 2.3 Os esportes chegam às revistas, o futebol chega aos jornais

Segundo Wagner Barge Belmonte e Ary José Rocco Junior em seu artigo “Da informação ao entretenimento: análise do jornalismo esportivo brasileiro pela trajetória histórica da revista Placar”, os primeiros registros de uma publicação especializada em jornalismo esportivo datam de 1822, com o surgimento em Londres, na Inglaterra, do *Bell's Life and Sporting Chronicle*.

De periodicidade irregular, o veículo passaria a ser diário em 1885, um ano antes de ser adquirido por um concorrente, o *The Sporting Life*. O *The Sporting Life* foi um jornal britânico publicado, diariamente, de 1859 a 1998. O veículo notabilizou-se pela cobertura que fazia do turfe. Outras crônicas famosas da publicação versavam, no final do século XIX e início do século XX – quando as agências de notícia colocam a cobertura internacional em escala no processo da Revolução Industrial, sobre a caça, que era, ao lado do turfe, os dois esportes preferidos da nobreza britânica (BELMONTE; ROCCO JUNIOR, 2013: 3, 4).

No Brasil, é também nos jornais — cronologicamente, a primeira mídia de massa, predominante entre o final do século XIX e o início do século XX — que nasce a cobertura esportiva. Segundo o jornalista André Ribeiro, em seu livro *Os Donos do Espetáculo – Histórias da Imprensa Esportiva do Brasil*, o jornalismo esportivo teria começado por aqui em 1856, com *O Atleta*, periódico da cidade do Rio de Janeiro cujo objetivo era passar receitas para o aprimoramento físico da população. Nessa mesma linha, seguiam os jornais *O Sport* e *O Sportman*, também cariocas, ambos de 1885 (RIBEIRO, 2007: 26).

A primeira notícia esportiva publicada em um jornal paulista data de 1876 (ACEESP, 1999). Trata-se dos resultados de uma corrida de cavalos composta por sete páreos, que havia sido realizada no Rio de Janeiro em 13 de agosto daquele ano. Já no dia seguinte, o

relato foi publicado no jornal carioca *Globo*<sup>12</sup>, mas somente em 22 de agosto — portanto, com atraso de mais de uma semana — mereceria a seguinte transcrição em *A Província de São Paulo* (atual *O Estado de S. Paulo*):

Jockey Club – lê-se no *Globo* de 14 do corrente:

Esta sociedade, que a par das agradáveis diversões que proporciona ao nosso publico, tanto tem contribuído para o melhoramento e introdução de bons animaes, ofereceu hontem aos amantes do sport, ocasião de apreciarem mais uma corrida, que será a penultima, segundo informamos, deste anno.

A concurrencia de espectadores foi, como de ordinario, extraordinaria e muitas e importantes apostas se fizeram.

A primeira corrida foi disputada entre as eguas *Moema* e *Vanda*, sahindo esta vencedora, e recebendo o seu proprietario o sr. Samuel de Carvalho o premio de 1: 500\$000. Na 2ª corrida, que foi disputada pelos cavalos *Douro*, *Inglez*, *Figaro*, e as éguas *Gipsy* e *Tatd*, francezas, ganhou o *Figaro*, ficando a *Tatd*, que, ainda há bem pouco tempo foi vendida por alto preço, aleijada na pá dianteira. O premio desta corrida foi de 5: 000\$, que recebeu o proprietario do *Figaro*, o sr. Dr. Calmon.

Na 3ª corrida a *Susanna*, egua do paiz, não teve competidor; cabendo portanto o premio de 500\$, ao seu proprietario o sr. B. de Carvalho.

A 4ª ainda foi muito disputada pelas eguas *Aida*, *Miss Jane-Leaf* e *Rosette*, ganhando-a a 2ª, e recebendo o seu proprietario o sr. Menezes o premio de 500\$000.

A 5ª foi disputada pelos cavalos *Pomponet* e *Tempestade*, do paiz, e *Guarany*, do Rio da Prata, sahindo vencedor este ultimo, de propiedade de uma sociedade anonyma, que recebeu o premio de 300\$000.

A 6ª teve lugar entre os cavalos *Attila*, *Malaquias* e *Pery*, do Rio da Prata, e a egua *Alfama*, do paiz; ganhou a *Pery*. Esta corrida foi muito disputada. *Malaquias* partiu a coixa, e o jockey na queda que déra ficou bastante contuso.

O sr. Castro Pereira, proprietario do vencedor recebeu o premio de 300\$000.

A 7ª e ultima corrida tão somente de amadores, foi disputada pelos cavalos do paiz *Aspirante*, *Solano* e *Malakoff*. Foi ganha por *Malakoff* e recebeu o seu proprietario uma joia.<sup>13</sup>

Em 1891, surgiu em São Paulo *A Platea Sportiva*, suplemento do jornal *A Platea*, que havia sido criado em 1888, inaugurando, assim, uma prática futuramente muito comum entre as publicações sobre o assunto: a criação de um “filhote” esportivo a partir de um título de interesse geral já conhecido do público, fosse ele um jornal ou uma revista. Entre as revistas, esse fenômeno se repetirá, entre outros, com *A Cigarra Sportiva* (1917), derivada da também revista *A Cigarra* (1914), de São Paulo; o suplemento semanal (posteriormente jornal diário, a partir de 1947) *A Gazeta Esportiva* (1928) e a revista *A Gazeta Esportiva Ilustrada* (1953), ambos originados do jornal *A Gazeta* (1906), também paulista; o suplemento de jornal (posteriormente revista independente) *O Globo Sportivo*

<sup>12</sup> Não confundir com o atual jornal *O Globo*, que surge somente em 1925 (N. do A.).

<sup>13</sup> A PROVÍNCIA DE SÃO PAULO, 22/8/1876, página 3.

(1938) e a revista *Manchete Esportiva* (1955), “filhotes”, respectivamente, do jornal *O Globo* (1925) e da revista *Manchete* (1952), ambos do Rio de Janeiro

Autointitulada “semanario cyclistico illustrado” e “revista de velocipedia”, *A Bicicleta*, de 1896 (na verdade, uma cópia da francesa *Revue Mensuelle du Touring Club de France*, de 1894), pode ser considerada a primeira revista brasileira especializada em um assunto esportivo. Seu proprietário, o exímio ciclista campineiro Otto Huffenbacher, então com apenas 23 anos, era parte da *jeunesse doreé* (juventude dourada) à qual se refere Ana Luiza Martins:

Ainda em 1896 a ida ao Velódromo da Consolação era programa atraente, com presença da *jeunesse doreé*, onde o iniciante colunismo social “clicava”, em *flashes* de Kodaks, os figurinos da moda. A repercussão ficava por conta da revista *A Bicicleta*, publicação de apenas quatro páginas, em papel-jornal, recheada com informes esportivos. Réplica quase fiel da francesa *Bicyclette*, divulgava a velocipedia paulistana, promovendo competições, anunciando e representando os modelos das bicicletas Peugeot. Produto seleta para plateia seleta (MARTINS, 2008: 340-341).

Segundo as pesquisas do jornalista André Ribeiro, o ano de 1898 marca o surgimento de uma primeira *Gazeta Sportiva*, de distribuição gratuita, que circulava somente aos domingos, em São Paulo, e da revista *O Sport*, editada pela Livraria Magalhães. Para Ana Luiza Martins, esta “talvez seja a primeira publicação esportiva de espectro diversificado que surgiu em São Paulo” (MARTINS, 2008: 341).

E as publicações esportivas sucediam-se, diversificando-se nas respectivas modalidades, cuja prática, diga-se, também estava em alta na Europa. Em 1902, editava-se *O Sportman, Órgão do Club de Esgrima*, ligado à milícia policial de São Paulo, do tenente Pedro Dias de Campos; em 1905, o *Ideal Sport-Club, Órgão do Ideal Sport Club* que oferecia luta romana, esgrima, tiro ao alvo, *rowing* [remo], ginástica, ciclismo, pelota, natação, exercícios de pesos, *football*, peteca etc.; em 1906, *Sportmen, revista esportiva e literária, mensal*, de Arthur Reis Teixeira, Nicolau Marmo e Luiz Couto que, comprada por Amancio Rodrigues dos Santos, em 1909, evoluiu para uma das revistas mais importantes do período, a já citada *A Vida Moderna*. Esgrima, velocipedia, tênis, remo, natação, *football* — modalidades cultivadas na última década do século passado [século XIX] — conferiam sinais de distinção ao grupo que as praticava. [...] De fato, o sport foi assunto preferencial do periodismo paulistano do início do século, abordado em artigos de fundo, seções especializadas, chamadas de capa, ilustrações de toda ordem e muita caricatura. Introduzido em apelos de estranha combinação, conjugava na mesma revista chamadas duplas, compondo literatura/sport, arte/sport, ciência/sport, teatro/sport; por vezes, embora anunciado em capa, nada constava nesse sentido no seu interior. Tratava-se de mero apelo sugerido pela palavra mágica sport, chamariz vendável, conforme se inferiu em alguns números da *Antártica Ilustrada*, que o mencionava na capa, sem correspondência com seu conteúdo. A simples menção de sport, vocábulo carregado de peso simbólico, sugeria valores prezados pela sociedade da época, evocativo de lazer, saúde, higiene, civilidade. Daí seu endosso pela propaganda — do turfeman ao sportman —, transformada em qualificativo para estabelecimentos elegantes, tematizada em inúmeras seções sugestivas de requinte do viver do smart, ou da gentil senhorita (MARTINS, 2008: 342).

“Havia também a *Semana Sportiva*, no Rio de Janeiro, e, em São Paulo, *A Vida Sportiva*, que sucedia *O Sportman*” (RIBEIRO, 2007: 27). Mas, como lembra o próprio André Ribeiro, “em nenhuma dessas publicações o futebol era prioridade” (2007: 27).

De volta a São Paulo, onde sua família morava, [Charles Miller] associou-se rapidamente ao clube dos ingleses chamado SPAC [*São Paulo Athletic Club*]. A intenção era uma só: jogar futebol. Mas Miller logo viu que esse esporte era pouco praticado em São Paulo. Foi um choque. Na Inglaterra, onde jogava num clube escolar, o futebol era amplamente divulgado, até mesmo em jornais da cidade de Southampton. Em terras brasileiras, porém, não havia jogos oficiais e menos ainda notícias sobre o desconhecido esporte. Nas páginas dos principais jornais da capital paulista só havia espaço para notícias sobre críquete, turfe, remo e ciclismo. Muita coisa teria de ser feita para que o futebol se tornasse alvo de interesse dos jornalistas da época (RIBEIRO, 2007: 19).

Quase 40 anos depois, em depoimento reproduzido por Thomaz Mazzoni em seu livro *História do Futebol no Brasil*, o próprio Charles Miller relataria o desencanto inicial com a falta de divulgação do futebol em seus primeiros tempos no país. Um paradoxo em relação à superexposição alcançada nos dias de hoje.

Calculem os senhores que quando efetuamos o primeiro jogo interestadual [*Paulistas 1 x Cariocas 1, em 19 de outubro de 1901*] solicitei dos jornais de então que dessem curso à notícia do prelio realizado. Pois a resposta do “O Estado de São Paulo”, “A Platéia” e “Diário Popular” foi uma só: “Não nos interessa semelhante assunto” (MAZZONI, 1950: 19).

André Ribeiro faz um inventário desse espaço que o futebol (não) ocupava:

Os grandes jornais da época eram *O Estado de S. Paulo*, *Correio Paulistano* e *A Platea*, em São Paulo; no Rio de Janeiro, *Jornal do Commercio*, *O Paiz*, *Gazeta de Notícias*, *Jornal do Brasil* e *Correio da Manhã*. Começavam a surgir também as grandes revistas, como a *Revista da Semana* (RIBEIRO, 2007:27).

Mas “futebol, nesse espaço nobre, muito pouco, quase nada” (RIBEIRO, 2007: 27). Nesse momento, entra em campo aquele que se tornaria a principal figura da imprensa esportiva brasileira nas duas primeiras décadas do século XX: Mário Cardim.

Mário Sergio Cardim (1884-1953) nasceu no Rio de Janeiro e ainda na infância se transferiu com a família para São Paulo. Coursou sucessivamente a Escola Modelo Caetano de Campos, o Gymnasio do Estado e a Escola Normal. Ao longo da vida escolar, incentivado pelo professor Manuel Baraggiola, desenvolveu um gosto especial pela educação física, interesse que jamais abandonou. Ainda na adolescência, esteve entre os primeiros sócios do *Sport Club Internacional*, fundado em 1899, e disputou o campeonato da LPF [Liga Paulista de Football] em 1902. No ano seguinte se transferiu para o *Club Athletico Paulistano*, onde jogou pelo segundo time. Passou para outros esportes: o tiro e o tênis. Foi árbitro de futebol durante muitos anos. Integrou as diretorias do *Internacional*, do *Paulistano* e da LPF (GAMBETA, 2014: 14-15).

Estudante de direito e repórter que aos 18 anos já trabalhava no jornal *O Estado de S. Paulo*, Mário Cardim “tinha uma posição social bem diferente da de [Hans] Nobiling

[fundador do Germânia] ou de Miller, ele fazia parte de uma influente parentela da elite regional” (GAMBETA, 2014: 15). Mas aproximou-se de ambos por serem todos apaixonados por futebol. Fundador também da Associação Brasileira de Escoteiros, em 1914, político com atuação destacada em São Paulo, Mário Cardim foi, ainda, professor universitário e diplomou-se em Ciências Políticas e Sociais pela Sorbonne, em Paris. Tornou-se o primeiro especialista a escrever sobre futebol, divulgando o esporte nas páginas do tradicional jornal *O Estado de S. Paulo* durante 43 anos, até 1946.

Em dezembro de 1901, *O Estado de S. Paulo* dedicou pela primeira vez um espaço razoável a um assunto ligado ao *football* (ACEESP, 1999): a reunião acontecida no dia 13 daquele mês, na sede do Sport Club Internacional, na Rua José Bonifácio, centro da capital paulista, em que foi discutida a revisão dos estatutos da Liga Paulista. O primeiro Campeonato Paulista, disputado em 1902, receberia cobertura constante na coluna *Sport* do “Estadão” (pela qual Cardim logo tornou-se o responsável), assim como aconteceu nos jornais *Correio Paulistano* e *A Plateia*. “Não obstante a inicial rejeição das elites ao *football*, o “nobre esporte bretão” acabou por arrebatrar adeptos e ganhar espaço” (MARTINS, 2008: 342).

O historiador José dos Santos Neto, no entanto, aponta para um importante aspecto social da cobertura do futebol que era feita naqueles primeiros tempos:

Por esta época, nas páginas d’*O Estado de São Paulo*, e em toda a imprensa, pode-se perceber uma grande resistência aos times populares, que chega às raízes de uma política consciente de separar os dois universos futebolísticos. Para os primeiros jornalistas esportivos, assim como para os primeiros dirigentes, havia o “grande futebol”, o das elites, e o “pequeno futebol”, dos times de várzea. Uns eram os dignos representantes do esporte bretão, e os outros não estavam à altura do reconhecimento oficial e da igualdade na forma de tratamento. Os times populares eram vistos como brutos, incapazes de seguir as regras de conduta do futebol e dos *gentlemen* ingleses, e por várias vezes foram até mesmo ridicularizados pelas folhas como um bando de jogadores que davam chutões para o alto, sendo chamados de “canelas negras” (SANTOS NETO, 2002: 53).

De acordo com as pesquisas efetuadas por André Ribeiro, já em 1903 a várzea paulistana também passou a ser notícia, nas páginas do *Fanfulla*, jornal destinado à colônia italiana. Em 1906, ano da disputa do primeiro Campeonato Carioca, o futebol ganhou espaço também nos principais jornais do Rio de Janeiro, a então capital da República. *A Gazeta de Notícias*, que se autointitulava “Órgão oficial da Liga Metropolitana de Football”, passa a ter uma seção fixa diária, com duas colunas, batizada “Gazeta dos Sports”. A exemplo do *Fanfulla*, em São Paulo, *O Paiz*, no Rio, cria uma seção específica para divulgar notícias da várzea, sobre os clubes dos bairros distantes do subúrbio carioca. Surgem os primeiros jornais

especializados — *Brazil Sport*, em 1907, e *Revista Sportiva* (que, apesar do nome, tinha a aparência de um jornal), em 1908, ambos no Rio de Janeiro. Também em 1908 o futebol passa a ocupar espaço pela primeira vez na primeira página de um jornal, a *Gazeta de Notícias*, do Rio de Janeiro. Em 1912, o *Jornal do Brasil*, também do Rio, começa a oferecer diariamente uma página exclusiva aos esportes, já com ênfase no futebol. Entre 1913 e 1914, são criados em São Paulo vários outros jornais sobre futebol: *Brasil Esportivo*, *São Paulo Esportivo* e *A Chronica Sportiva Ilustrada*. O futebol ganhará espaço, ainda, em revistas de interesse geral, como *A Cigarra* — autointitulada a “revista de maior circulação no Estado de São Paulo”, que “circula vastamente em todo o Brasil”, seguramente a maior revista semanal paulista de interesse geral naquela época —, assim como nas primeiras especializadas que tratam de priorizar sua cobertura: *Sport* (1914) e *A Cigarra Esportiva* (1917).

#### **2.4 O Guia de Football: livro ou revista?**

Em 1903, o futebol no Brasil mal havia conseguido, ainda, algum espaço nos jornais, mas já existia no formato daquele que é considerado o primeiro livro sobre o tema publicado no país (RIBEIRO; 1997, 13). Ou, ainda, a primeira revista, como se pretende defender aqui, tanto por apresentar ilustrações (raríssimas para este assunto nos jornais e apenas começando nas revistas da época) quanto por seu caráter de catálogo, próximo de um álbum, e de prestação de serviços ao leitor. Essa publicação chamava-se *O Guia de Football*.

Ao apresentar informações sobre futebol de uma forma enciclopédica, como até hoje fazem os guias de tradicionais revistas esportivas, principalmente de *Placar*, ele adota uma das três formas de organização da experiência humana — as outras duas maneiras seriam a narrativa e o jogo.

Mário Cardim tinha apenas 19 anos quando organizou e publicou *o Guia de Football* pela primeira vez (GAMBETA; 2014: 15). Anual, *O Guia de Football* era uma brochura de 10 x 15 centímetros, baseada nos guias vendidos aos apostadores do turfe. “Com uma diferença: aqueles orientavam a escolha dos cavalos, enquanto o de futebol se propunha a divulgar o esporte amador, ainda pouco assimilado pelo público” (GAMBETA, 2014: 13).

“Não se conhece nenhum exemplar da primeira edição do *Guia* que tenha sobrevivido até os nossos dias” (GAMBETA, 2014: 15). Por isso, toda a análise feita aqui é baseada na terceira edição, de 1905, do Arquivo Pessoal deste trabalho, e na quarta edição, de 1906, reproduzida na íntegra em cópia *fac-símile* no livro *Primeiros Passes: Documentos para a História do Futebol em São Paulo*, do pesquisador Wilson Gambeta, a partir de um exemplar conservado na seção de obras raras da Biblioteca Mário de Andrade, em São Paulo.

*O Guia de Football* foi sempre publicado na capital paulista, pela Casa Vanorden, indústria gráfica dirigida pelos irmãos René e Henrique Vanorden, jogadores do Internacional. Sua repercussão, no entanto, extrapolou as fronteiras do Estado, fazendo sucesso também no Rio de Janeiro (RIBEIRO, 2007). É possível deduzir que sua estrutura tenha variado ao longo dos anos em que foi publicado — seguramente até 1913, última edição à qual o autor deste trabalho teve acesso. A edição de 1906 chegou a 122 páginas, incluindo as capas. “Nas redações, o *Guia de Football* era utilizado constantemente como

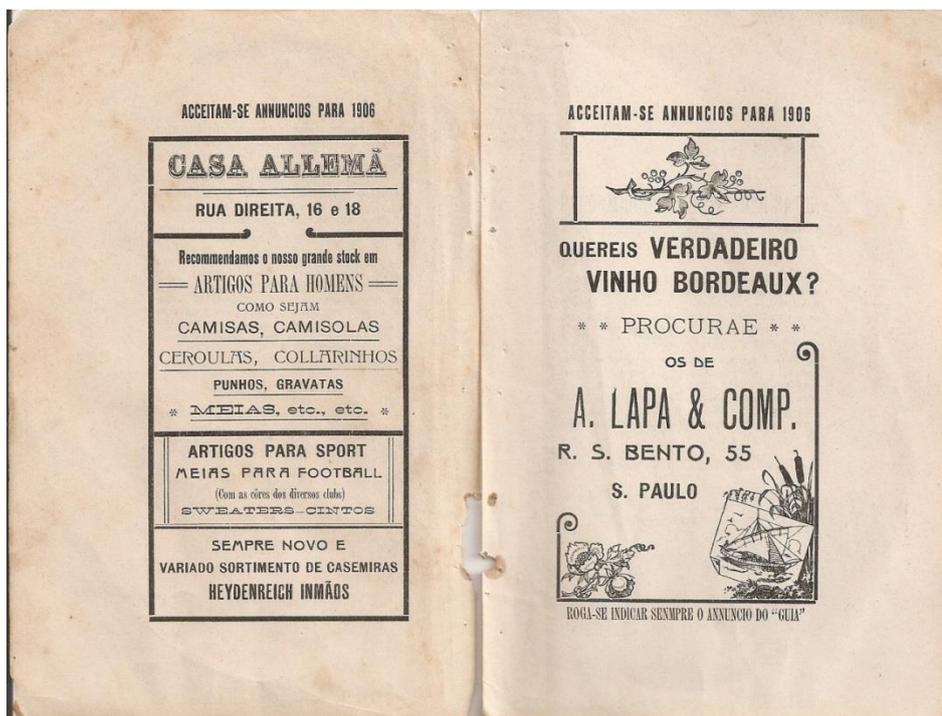


fonte para os redatores de primeira viagem, escalados para a cobertura dos jogos do campeonato” (RIBEIRO, 2007: 31). Para o pesquisador Wilson Gambeta, “a publicação do *Guia* mostra que as elites desejavam a propagação do esporte e o aumento das plateias” (GAMBETA, 2014: 13) — o que, no entanto, estava longe de significar sua popularização. Era comercializado em lojas de artigos esportivos, principalmente a Casa Clark, em São Paulo, Santos, Campinas, Rio de Janeiro, Bahia (Salvador) e também por correspondência, conforme anúncio que ocupa uma das páginas da edição de 1905 (figura 4). Trazia vários apelos de

publicidade, na maioria deles avisando que se aceitavam anúncios já para a edição do ano seguinte (figura 5).

*Figura 4 (à esquerda):* página do *Guia de Football* de 1905 indica os locais onde ele era comercializado (Reprodução/Arquivo Pessoal).

*Figura 5 (abaixo):* páginas de publicidade do *Guia de Football* de 1905, indicando que já se aceitavam anúncios para a edição do ano seguinte (Reprodução/Arquivo Pessoal).



O *Guia de Football* é um folheto dirigido aos praticantes e fãs, cuja primeira edição saiu em junho de 1903. O campeonato da liga (LPF) havia estreado com sucesso no ano anterior e o segundo estava em andamento no momento da publicação. O *Guia* reunia informações básicas para quem quisesse acompanhar o torneio: as regras do jogo, os times participantes, o regulamento da liga e explicações das principais jogadas. Trazia a tabela do campeonato com espaços para o torcedor registrar os resultados e até informava os horários dos bondes que tangenciavam os campos de jogo. Ou seja, o livreto era um antecessor dos pequenos manuais que, até hoje, servem para orientar os torcedores de futebol a cada campeonato (GAMBETA, 2014: 13).

Os manuais (às vezes nem tão pequenos assim) a que Gambeta se refere continuam presentes, hoje, principalmente na forma de edições especiais publicadas por revistas.

Como *Placar*, o objeto deste trabalho. A denominação “Guia”, inclusive, segue sendo utilizada frequentemente pela publicação: existem atualmente os Guias *Placar* da Copa do Mundo, dos Campeonatos Estaduais, da Libertadores, dos Campeonatos Europeus, do Brasileirão (referente ao Campeonato Brasileiro), entre outros. Todos são revistas. Mais de um século depois, com o mesmo caráter de prestação de serviço do pioneiro *O Guia de Football*, embora adaptadas às necessidades atuais.

Já não é mais preciso explicar ao leitor as regras ou jogadas do futebol, como a maneira correta de se chutar a bola, que *O Guia de Football* chegou a detalhar, seguramente entre 1903 e 1906. Nas publicações atuais, o foco passou da apresentação do esporte em si para suas diferentes competições. Por isso, continuam trazendo as tabelas dos respectivos campeonatos (com data e local dos jogos), informações sobre os times e os jogadores, incluindo a publicação de suas fotos e dados biográficos — todas práticas inauguradas com *O Guia de Football*, como se poderá observar a partir das comparações entre as figuras seguintes. Partindo do princípio de que nos primeiros anos do século XX os jornais não só dispunham de pouquíssimas ilustrações como dificilmente as utilizavam na seção denominada “Sport”, muito provavelmente as fotos e biografia dos jogadores (que, não nos esqueçamos, eram também membros da alta sociedade paulistana) publicadas em *O Guia de Football*, seguramente na edição de 1905, teriam sido as primeiras sobre o assunto no Brasil, acentuando ainda mais o caráter de revista dessa publicação.

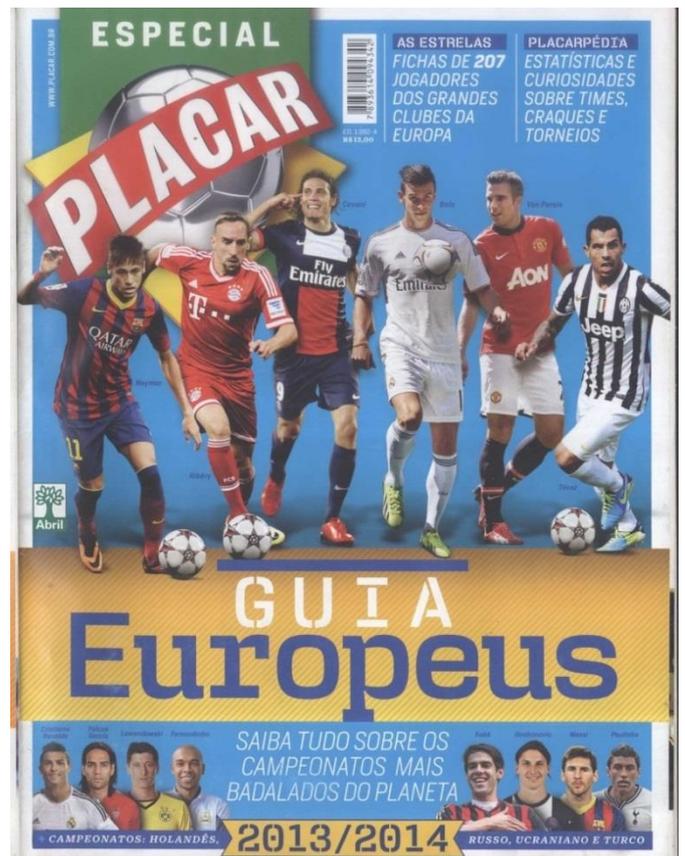


Figura 6: alguns dos guias de futebol atuais, sempre no formato de revista, publicados anualmente pela revista *Placar* para as mais diferentes competições: Copa do Mundo 2014, campeonatos europeus 2013/2014, Copa Libertadores (que equivale ao campeonato sul-americano de clubes) 2015 e Campeonato Brasileiro 2015 ((Reprodução/Arquivo Pessoal).

 <p><b>F. H. HODGKISS</b></p> <p>Procurando salientar alguns dos nomes mais acurados entre os jogadores do S. P. Athletic Club, não seria justo esquecer o de Hodgkiss, que é uma das figuras mais sympathicas entre os jogadores deste club.</p> <p>Consiste seu maior valor em ser tio <i>bon full-back</i> quanto à <i>forward</i>, posições estas em que igualmente se distingue e nas quaes tem servido ao seu <i>team</i>, como grande factor das victorias alcançadas.</p> <p>E' pois justa a modesta homenagem que lhe prestamos nesta pagina do <i>Guia</i>, como merecido e justo, tén sido os applausos que os admiradores do <i>football</i> lhe têm dispensado calorosamente.</p>	 <p><b>N. BIDEELL</b></p> <p>Bidell é dos que mais se distinguem no <i>team</i> do S. Paulo Athletic Club e é tambem (digamos para lhe fazer justiça) dos que mais se tem feito impor a consideração de seus companheiros, não só por um esforço persistente em melhorar dia a dia o seu jogo, como tambem pela excessiva modestia que o caracterisa e ainda mais nobilita as suas qualidades lá de si mesmas notadas.</p> <p>Jogou primeiramente em Woodford e mais tarde em Barnes (Inglaterra) e entre nós, no <i>team</i> do Athletic, tem se havido da altissima na posição de <i>half-back</i>, que a sua pessoa representa nesse <i>team</i>, um dos elementos do maior valor.</p>	 <p><b>R. DUFF</b></p> <p>Duff é um nome conhecido entre os nossos <i>footballers</i>, como o de um dos melhores jogadores do S. P. Athletic Club. E esta fama já era uma tradição em Barnes e em Bournemouth School, na Inglaterra, onde o distinto <i>footballer</i> fez os seus primeiros estudos e tambem, como é costume, iniciou-se num dos jogos athleticos lá mais apreciados, o <i>football</i>.</p> <p>O S. Paulo Athletic Club tem-n'o como um de seus auxiliares mais notáveis e cuja caracteristica de jogo é a firmeza pouco commum, servida por uma organização physica extraordinariamente forte.</p>
 <p><b>RAFAEL SAMPAIO</b></p> <p>Raphael Sampaio, o chamado <i>campesão brasileiro</i> é incontestavelmente um dos nomes que mais se tem imposto á consideração dos admiradores do <i>football</i>.</p> <p>Amador dos mais entusiastas, deste <i>sport</i>, no velho collegio «La Chateleine», na Suissa, do qual elle tem tanta saudade e onde deixou tantas amizades, continuou em S. Paulo a serie das brilhantes victorias que lá iniciou com o maior successo. E pelo esforço constante de bem servir ao seu <i>team</i>, o melhor dos <i>forwards</i> do Paulistano e como tal, o alvo constante dos applausos mais entusiasticos. O seu jogo caracterisa-se pela firmeza do <i>drift</i>, do qual elle tira um grande partido na difficil posição que occupa no <i>in side left</i>.</p>	 <p><b>JOSÉ RUBIÃO</b></p> <p>Da nova geração de <i>footballers</i>, que vai agora apparecendo, José Rubião salienta-se como um dos mais destemidos e fortes.</p> <p>O Paulistano que ha alguns annos o tem como um de seus <i>full-backs</i>, deve-lhe muito do que tem conseguido na defesa de seu <i>goal</i> e de cujas victorias elle tem sido grande factor.</p> <p>A pericia de jogo e a firmeza e força de seu <i>kick</i>, constituem-lhe os caracteristicos essenciaes, os quaes são pontos ao serviço de uma organização athletica bem rara entre os da sua idade.</p>	 <p><b>JORGE MESQUITA</b></p> <p>Prestamos tambem a Jorge Mesquita a nossa homenagem inserindo o seu retrato numa das paginas do <i>Guia</i>. Essa homenagem não é imposta pelo real merecimento do distinto jogador do Club Athletico Paulistano um dos <i>footballers</i> de mais merito que ha em S. Paulo. Na posição de <i>half-back</i>, (posição de responsabilidades enormes). Tem-se havido com toda a gallardia, decendo-lhe o Paulistano muitas das victorias que tem alcançado.</p>
 <p><b>ARMANDO PRADO</b></p> <p>Na direcção do 1.<sup>o</sup> <i>team</i> do S. C. Internacional, do qual foi capitão e como Presidente da <i>Liga Paulista de Football</i>, Armando Prado prestou durante o anno passado os melhores serviços a este ramo de <i>sport</i>.</p> <p>No Internacional, foi o capitão activo e zeloso do nome de seu <i>team</i>, na <i>Liga</i>, foi o director intelligente e habil na desempenho dessa função de não poucas responsabilidades.</p> <p>A nossa homenagem é um applauso (tem valor talvez) a esses esforços do distincto <i>sportman</i>, hoje retirado do <i>football</i> mas sempre seu entusiastico admirador.</p>	 <p><b>JORGE MIRANDA (Tito)</b></p> <p>O nome de Jorge Miranda ou melhor, de Tito, o notavel <i>goal-keeper</i> do Paulistano, deve ser mencionado entre os de merecido nome no <i>football</i>.</p> <p>Forte, como bem poucos o são, calmo e sagaz, elle tem sido na defesa de seu <i>goal</i>, o mais difficil obstaculo opposto aos adversarios do <i>team</i>, do qual elle é por isso mesmo, um dos mais valiosos elementos.</p> <p>Na posição que occupa entre os onze jogadores do Paulistano, bem poucos sem conseqüido salientar-se como elle, tão ingenua ella é, tantos e tão variados recursos exige, dos que a quem occupar com merecimento.</p>	 <p><b>MARIO PRADO</b></p> <p>Salientar o nome de Mario Prado entre os jogadores do 1.<sup>o</sup> <i>team</i> do Internacional, é sem duvida nenhuma fazer justiça ás excepcionaes qualidades que o tornam um dos mais apreciados <i>footballers</i> desse club.</p> <p>Veloz, forte, ouzado, elle sabe tirar-se sempre em situações mais difficis, constituindo a sua posição de <i>full-back</i> um dos elementos mais poderosos da defesa do Internacional.</p> <p>A victoria tem sido muita vez dada a este club, pela infatigavel defesa que elle sabe oppor aos adversarios mais fortes.</p>

Figura 7: fotos e biografia dos jogadores de futebol que também eram membros da alta sociedade paulistana, publicadas em *O Guia de Football* de 1905 (Reprodução/Arquivo)

## BRASIL

## GRUPO A



**ALDO PEREIRA**  
Goleiro  
1,88 m | 79 kg  
29 anos (27/09/84), Desportivo de Caldas (RJ)  
7 partidas (0 gol)  
CLUBES: Flamengo (07-08), Internacional (08-09), Botafogo (09-10), Chapecoense (10-11), Chapecoense (11-12), Chapecoense (12-13), Chapecoense (13-14)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**JEFFERSON**  
Goleiro  
1,88 m | 80 kg  
31 anos (24/08/83), São Vicente (SP)  
9 partidas (0 gol)  
CLUBES: Corinthians (02-03), Botafogo (03-04), Botafogo (04-05), Botafogo (05-06), Botafogo (06-07), Botafogo (07-08), Botafogo (08-09), Botafogo (09-10), Botafogo (10-11), Botafogo (11-12), Botafogo (12-13), Botafogo (13-14)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**VICTOR**  
Goleiro  
1,73 m | 64 kg  
30 anos (05/08/83), Itanhem (BA)  
7 partidas (0 gol)  
CLUBES: Paulista (01-02), Coritiba (02-03), Atlético-MG (03-04), Atlético-MG (04-05), Atlético-MG (05-06), Atlético-MG (06-07), Atlético-MG (07-08), Atlético-MG (08-09), Atlético-MG (09-10), Atlético-MG (10-11), Atlético-MG (11-12), Atlético-MG (12-13), Atlético-MG (13-14)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**DANIEL ALVES**  
At. - Direito  
1,73 m | 64 kg  
30 anos (05/08/83), Itanhem (BA)  
7 partidas (0 gol)  
CLUBES: Corinthians (01-02), Monaco-FRA (02-03), Barcelona-ESP (03-04), Barcelona-ESP (04-05), Barcelona-ESP (05-06), Barcelona-ESP (06-07), Barcelona-ESP (07-08), Barcelona-ESP (08-09), Barcelona-ESP (09-10), Barcelona-ESP (10-11), Barcelona-ESP (11-12), Barcelona-ESP (12-13), Barcelona-ESP (13-14)

ESTRANTE	01
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**MAICON**  
Lateral-Direito  
1,84 m | 77 kg (80), Novo Hamburgo (RS)  
20 partidas (1 gol)  
CLUBES: Fluminense (05-06) e Real Madrid-ESP (desde 07)  
Mondialito CHN-ARG (02-03) e Korea-TAI (desde 03)

ESTRANTE	02
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**THIAGO SILVA**  
Zagueiro  
1,83 m | 79 kg  
29 anos (22/09/84), Rio de Janeiro (RJ)  
45 partidas (2 gols)  
CLUBES: Botafogo (02), Flamengo (03), Botafogo (04), Botafogo (05), Botafogo (06-07), Botafogo (08-09), Botafogo (10-11), Botafogo (11-12), Botafogo (12-13), Botafogo (13-14)

ESTRANTE	01
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**DAVID LUIZ**  
Zagueiro  
1,89 m | 84 kg  
27 anos (22/04/86), Tuiuti (SP)  
17 partidas (0 gol)  
CLUBES: Vitória (05-07), Benfica-POR (07-11), Chelsea-ING (desde 11)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**DANTE**  
Zagueiro  
1,89 m | 81 kg  
30 anos (10/01/83), Salvador (BA)  
11 partidas (2 gols)  
CLUBES: Juventude (02-04), Lille-FRA (04-05), Schalke (05-07), Schalke (07-08), Schalke (08-09), Schalke (09-10), Schalke (10-11), Schalke (11-12), Schalke (12-13), Schalke (13-14)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**HENRIQUE**  
Zagueiro  
1,85 m | 79 kg  
27 anos (02/09/86), Curitiba (PR)  
4 partidas (0 gol)  
CLUBES: Coritiba (08-09), Palmeiras (08 e 11-14), Borussia-ALE (09), Bayer Leverkusen-ALE (09), Bayer Leverkusen-ALE (10) e Nagoya-TAI (desde 14)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**MARCELO**  
Lateral-Esquerdo  
1,84 m | 77 kg (80), São Paulo (SP)  
29 partidas (1 gol)  
CLUBES: Fluminense (05-06) e Real Madrid-ESP (desde 07)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**MAXWELL**  
Lateral-Esquerdo  
1,75 m | 72 kg  
32 anos (22/08/81), Curitiba (PR)  
17 partidas (1 gol)  
CLUBES: Corinthians (08-09), Al-Ahli (09-10), Internacional (10-11), Internacional (11-12), Internacional (12-13), Internacional (13-14)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**LUIZ GUSTAVO**  
Volante  
1,80 m | 74 kg  
25 anos (25/07/88), São Paulo (SP)  
15 partidas (5 gols)  
CLUBES: Corinthians (08-09), Corinthians (09-10), Borussia-ALE (10-11), Borussia-ALE (11-12), Borussia-ALE (12-13), Borussia-ALE (13-14)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**PAULINHO**  
Volante  
1,80 m | 74 kg  
25 anos (25/07/88), São Paulo (SP)  
15 partidas (5 gols)  
CLUBES: Corinthians (08-09), Corinthians (09-10), Borussia-ALE (10-11), Borussia-ALE (11-12), Borussia-ALE (12-13), Borussia-ALE (13-14)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**RAMIRES**  
Volante  
1,80 m | 67 kg  
27 anos (24/02/87), Barra do Piraí (RJ)  
10 partidas (1 gol)  
CLUBES: Atlético-MG (08 e 11-13), Democrata-SC (10-11), Benfica-POR (09-10) e Chelsea-ING (desde 10)

ESTRANTE	00
TOTAL	4.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**FERNANDINHO**  
Volante  
1,76 m | 68 kg  
29 anos (4/05/85), Londrina (PR)  
8 partidas (1 gol)  
CLUBES: Atlético-MG (08-09), Corinthians (09-10), Corinthians (10-11), Corinthians (11-12), Corinthians (12-13), Corinthians (13-14)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**FRED**  
Atacante  
1,85 m | 79 kg  
30 anos (27/03/84), Teresopolis (RJ)  
30 partidas (12 gols)  
CLUBES: Botafogo (02-03), Botafogo (03-04), Botafogo (04-05), Botafogo (05-06), Botafogo (06-07), Botafogo (07-08), Botafogo (08-09), Botafogo (09-10), Botafogo (10-11), Botafogo (11-12), Botafogo (12-13), Botafogo (13-14)

ESTRANTE	01
TOTAL	1.000G   1.000L   0.000D   0.000V



**NEYMAR**  
Atacante  
1,74 m | 65 kg (63), Mogi das Cruzes (SP)  
47 partidas (120 gols)  
CLUBES: Santos (08-13), Barcelona-ESP (desde 13)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**HERMES**  
Meia  
1,89 m | 74 kg  
29 anos (29/05/85), Recife (PE)  
5 partidas (0 gol)  
CLUBES: São Paulo (08-10), Santos (10-11), Santos (11-12), Santos (12-13), Santos (13-14)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**BERNARD**  
Atacante  
1,85 m | 68 kg  
10 partidas (1 gol)  
CLUBES: Atlético-MG (08 e 11-13), Democrata-SC (10-11), Benfica-POR (09-10) e Borussia-ALE (10-11)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**HULK**  
Atacante  
1,78 m | 85 kg  
35 partidas (8 gols)  
CLUBES: Internacional (08-09), Internacional (09-10), Internacional (10-11), Internacional (11-12), Internacional (12-13), Internacional (13-14)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**OSCAR**  
Meia  
1,89 m | 72 kg  
25 anos (04/09/87), São Paulo (SP)  
30 partidas (12 gols)  
CLUBES: Santos (08-10), Internacional (10-11), Internacional (11-12), Internacional (12-13), Internacional (13-14)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**WILLIAN**  
Meia  
1,75 m | 67 kg (65), Brasília (DF)  
5 partidas (1 gol)  
CLUBES: Corinthians (08-07), Shakhtar Donetsk-UCR (07-13), Arsenal-ING (13-14), Chelsea-ING (desde 13)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**HERNANES**  
Meia  
1,89 m | 74 kg  
29 anos (29/05/85), Recife (PE)  
5 partidas (0 gol)  
CLUBES: São Paulo (08-10), Santos (10-11), Santos (11-12), Santos (12-13), Santos (13-14)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**DIEGO CAVALIERI**  
Goleiro  
1,91 m | 80 kg  
30 partidas (0 gol)  
CLUBES: Palmeiras B (02), Palmeiras (02-08), Liverpool-ING (08-10), Cerezo-TAI (10) e Fluminense (desde 11)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**RAFINHA**  
Lateral-Direito  
1,72 m | 68 kg  
28 anos (27/08/85), Londrina (PR)  
2 partidas (0 gol)  
CLUBES: Corinthians (03-05), Schalke-04-ALE (05-06), Schalke-04-ALE (06-07), Schalke-04-ALE (07-08), Schalke-04-ALE (08-09), Schalke-04-ALE (09-10), Schalke-04-ALE (10-11), Schalke-04-ALE (11-12), Schalke-04-ALE (12-13), Schalke-04-ALE (13-14)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**ALAN KARDEC**  
Atacante  
1,85 m | 75 kg  
25 anos (12/10/88), Barra Mansa (RJ)  
25 partidas (12 gols)  
CLUBES: Internacional (08-09), Internacional (09-10), Internacional (10-11), Internacional (11-12), Internacional (12-13), Internacional (13-14)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



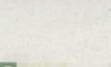
**LUCAS LEIVA**  
Volante  
1,79 m | 74 kg  
24 partidas (0 gol)  
CLUBES: Botafogo (05-07) e Liverpool-ING (desde 07)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



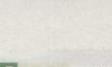
**LUCAS MOURA**  
Meia-Atacante  
1,72 m | 66 kg  
27 anos (09/07/87), Bourlens (MS)  
24 partidas (12 gols)  
CLUBES: Botafogo (05-07) e Liverpool-ING (desde 07)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**MIRANDA**  
Zagueiro  
1,86 m | 79 kg  
29 anos (27/03/84), Paranaíba (PR)  
7 partidas (0 gol)  
CLUBES: Botafogo (02-03), Botafogo (03-04), Botafogo (04-05), Botafogo (05-06), Botafogo (06-07), Botafogo (07-08), Botafogo (08-09), Botafogo (09-10), Botafogo (10-11), Botafogo (11-12), Botafogo (12-13), Botafogo (13-14)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V



**FILIPE LUIS**  
Lateral-Esquerdo  
1,74 m | 65 kg (63), Janguá do Sul (SC)  
4 partidas (0 gol)  
CLUBES: Fluminense (02-04), Avaí-RJL (04-05), Real Madrid-B-ESP (05-06), Deportivo La Coruña-ESP (06-07) e Atlético de Madrid-ESP (desde 07)

ESTRANTE	00
TOTAL	5.000G   0.000L   0.000D   0.000V

Figura 8: fotos e biografia dos jogadores de futebol que disputaram a Copa do Mundo no Brasil em 2014 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

André Ribeiro ressalta, ainda, outras características do *Guia de Football* que o aproximam do formato de uma revista por um outro caráter: a prestação de serviços.

Cardim foi muito esperto. Percebendo o crescimento gigantesco do futebol nas ruas de São Paulo e do Rio de Janeiro, associado à total desinformação e às dificuldades que os redatores tinham para noticiar o futebol, decidiu colocar de tudo um pouco em seu guia. Fez um resumo biográfico dos principais craques; apresentou os times existentes em São Paulo e no Rio de Janeiro; fez um roteiro dos jogos do Campeonato Paulista, as populares tabelas; e para os que estavam iniciando detalhou medidas, dimensões e marcações oficiais de um campo de futebol, além de toda a descrição das principais jogadas executadas durante um bom jogo. Seguindo a sugestão de Charles Miller, Cardim também incluiu informações sobre o horário dos bondes e outros serviços importantes para que o público aproveitasse o espetáculo com segurança e conforto, como exigia a nobre sociedade paulistana (RIBEIRO, 2007: 30-31).

“De tudo um pouco”, com ilustrações e ênfase na prestação de serviços. Poucas características são mais definidoras de uma revista, tanto naquela primeira década do século XX quanto hoje.

## 2.5 O futebol também chega às revistas

Em seu trabalho *Mulher de Papel: a Representação da Mulher pela Imprensa Feminina Brasileira*, Dulcília Schroeder Buitoni relaciona o crescimento na popularidade das revistas ilustradas com a utilização da fotografia, a partir da década de 1900.

Aliás, o novo século marca o início da utilização da fotografia na imprensa brasileira. A imagem tomava mais e mais espaço ao texto, e já não dependia somente da litografia e da xilogravura. É a fase de crescimento das revistas ilustradas. A *Revista da Semana*, fundada por Álvaro de Tefé, começou a circular em 20 de maio de 1901, passando logo a pertencer ao *Jornal do Brasil*, sendo vendida em 1915 a Carlos Malheiros Dias, Aureliano Machado e Artur Brandão. Naquele ano, aparecia ainda, mas em Paris, a *Ilustração Brasileira*, inspirada em *L'Illustration Française*, morrendo em 1902, para ressurgir, agora no Rio, em janeiro de 1909, com a colaboração, entre outros, de Olavo Bilac, Paulo Barreto, Júlia Lopes de Almeida, Medeiros e Albuquerque (BUITONI, 2009: 51).

Virgílio Noya Pinto relata:

O período caracteriza-se também pelo aparecimento de revistas destinadas à classe média urbana, tais como *A Revista da Semana* (1901), *O Malho* (1902), *Kosmos* (1904), *Fon-Fon* (1907), *Careta* (1908), *Ilustração Brasileira* (1909), *A Cigarra* (1913), *Revista do Brasil* (1916), *Eu Sei Tudo* (1917). [...] O traço predominante destes periódicos é a presença da ilustração (fotografias, desenhos ou caricaturas) numa evidente demonstração da importância do visual sobre o gutenberguiano (PINTO, 2002: 39).

A despeito do desinteresse inicial pela cobertura do jogo em si (prática que depois se tornaria a mais comum, até os dias de hoje), havia nas primeiras coberturas do esporte, e do futebol em particular, um quê de colunismo social, que logo se transferiria dos jornais para as revistas, do texto para as imagens.

No cotidiano de lazer, as modas esportivas sucediam-se passageiras, novidadeiras, fugazes, festejadas, rendendo matérias de agrado da elite, que comparecia aos selecionados eventos para ver e ser vista e, pela mesma razão, adquirir a publicação que a espelhava. [...] Concorridos também eram, desde 1905, o hipódromo da Mooca, o Jardim da Luz e o Parque Antártica, espaços classificatórios que mesclavam a elite paulistana aos arrivistas estrangeiros, especuladores na terra do café. Não se tratava do cultivo do esporte pelas multidões, conforme modernamente se assiste, mas de aglomerados significativos naquela população subitamente ampliada (MARTINS, 2008: 341-342).

André Ribeiro reforça a ideia da produção jornalística (e, por extensão, das primeiras revistas a se ocupar do futebol) para uma elite que comparecia “para ver e ser vista”:

[...] um fotógrafo escalado para a cobertura [*do futebol*] deveria estar muito mais preocupado em registrar a presença e as vestimentas de nobres senhores e senhoras do que propriamente o jogo. O tema futebol servia como manobra para cronistas imporem sua visão ideal de sociedade

e “expor o antagonismo entre as equipes, o pobre e o rico, o colonizador e o colonizado”<sup>14</sup> (RIBEIRO, 2007: 27).

Sobre a transposição desse tipo de cobertura para as revistas, Ana Luiza Martins observa:

Não seria abusivo admitir para aqueles idos que — *tanto quanto o jornal*, porém *mais que o livro* — a revista era o instrumento eficaz de propagação de valores culturais, dado seu caráter de impresso do momento, condensado, ligeiro e de fácil consumo. Acrescente-se a isso, por vezes, uma aparência luxuosa, divulgando, através da ilustração, propagandas e imagens aliciadoras e pronto! Assim estava configurado o produto que subjugava corações e mentes, atingindo com presteza uma gama expressiva e diferenciada de leitores (MARTINS, 2008: 27).

A pequena elite culta e rica, que mandava os filhos estudar na Europa, era a mesma que lia revistas e praticava ou assistia ao *football*. Não por acaso, sobre as revistas brasileiras que circulavam nessa época, o francês André de Seguin des Hons analisa:

Ainda que estas revistas sejam endereçadas a um público variado, que incluía burguesia e classes médias, elas eram ainda impregnadas pelo elitismo cultural, marca da imprensa do século XIX. O emprego de uma linguagem pesquisada, o cuidado com as “belas letras”, o conformismo moralizador, o interesse pelos acontecimentos mundanos dão seu estilo a essas revistas do entre-guerras... Elas são profundamente ligadas a uma sociedade burguesa segura de seus valores. Um certo esnobismo em relação à província e às classes populares, uma preocupação com os bons costumes, referências às discussões mundanas da época ou às intrigas dos gabinetes ministeriais, em suma esses magazines indicavam tudo o que se devia saber para fazer parte da “boa sociedade”.<sup>15</sup> (SEGUIN DES HONS, 1985: 27).

Já em 1914, a partir do oitavo número de *A Cigarra*, as fotos da plateia do *football*, notadamente das mulheres que assistiam aos jogos vestidas como se fossem a um espetáculo teatral, dividiam espaço com as dos jogadores e das partidas em si. Muitas vezes chegavam a superá-las em número, como mostram as figuras a seguir, todas reproduzidas a partir das seis páginas de ilustrações dedicadas a esse esporte em uma mesma edição, a de número 8, datada de 1º de agosto de 1914. Quatro delas mostram o público. Apenas uma mostra lances do jogo. A outra, os jogadores de dois times posados. A última chega a fundir fotos da assistência nas arquibancadas do Velódromo (futebol) e do Jockey Club Paulistano (turfe) sob um mesmo título, genérico (“Festas sportivas”). Isso demonstra a maneira, idêntica, como tanto um quanto o outro evento eram vistos pela imprensa daquela época.

<sup>14</sup> MARQUES, José Carlos. O futebol em Nelson Rodrigues. Educ/Fapesp, 2000, p. 81.

<sup>15</sup> Tradução livre do autor, a partir do original em francês.

## AS PERIPECIAS DO FOOT-BALL



O Club Athletico Paulistano vasando o goal do Scottish Wanderers, no Velodromo.



Outro goal do Paulistano contra o Scottish Wanderers.

*Figura 9: única em seis páginas sobre futebol que mostra o jogo em si (Reprodução/A Cigarra nº 8, 1º/8/1914. pág. 2).*



Figura 10: primeira das quatro páginas em seis sobre futebol que mostram a plateia (Reprodução/ A Cigarra nº 8, 1º/8/1914, pág. 55).

MATCH INTER-ESTADUAL



O team do Gymnasio de S. Bento, que disputou no Velodromo Paulistano, um match com o Fluminense Football Club, sahindo vencedor por tres a dois.



O team do Fluminense Fotoball Club, que jogou contra o Gymnasio de S. Bento

*Figura 11:* segunda das duas únicas páginas em seis sobre futebol que não mostram a plateia, mas os jogadores do São Bento e do Fluminense (Reprodução/A Cigarra nº 8, 1º/8/1914, pág. 56).

260.137

A CIGARRA

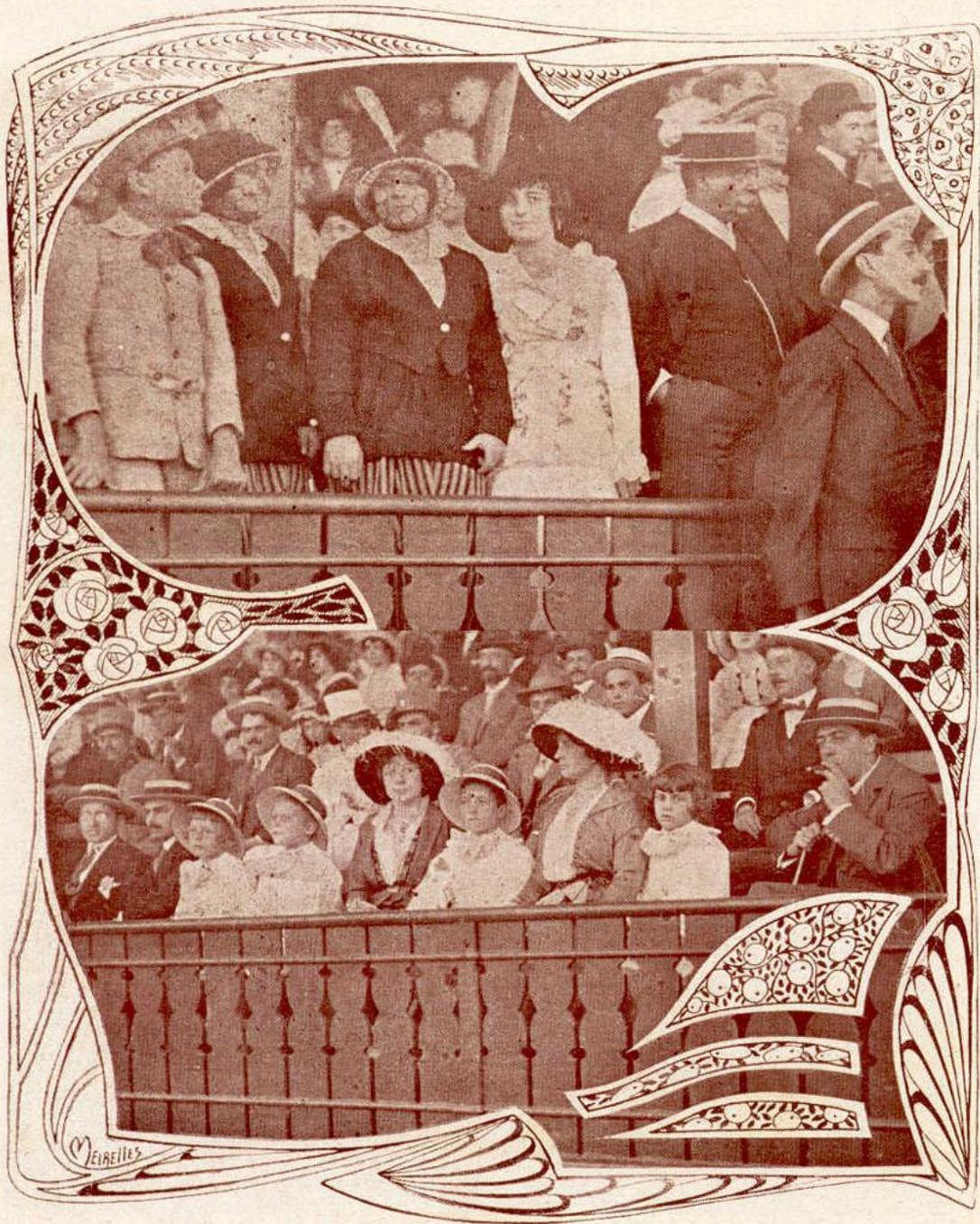
## VELODROMO PAULISTANO



Aspectos das archibancadas do Velodromo, por ocasião dos últimos matches ali realizados pela Associação Paulista dos Sports Athleticos.

Figura 12: segunda das quatro páginas em seis sobre futebol que mostram a plateia (Reprodução/ A Cigarra nº 8, 1º/8/1914, pág. 57).

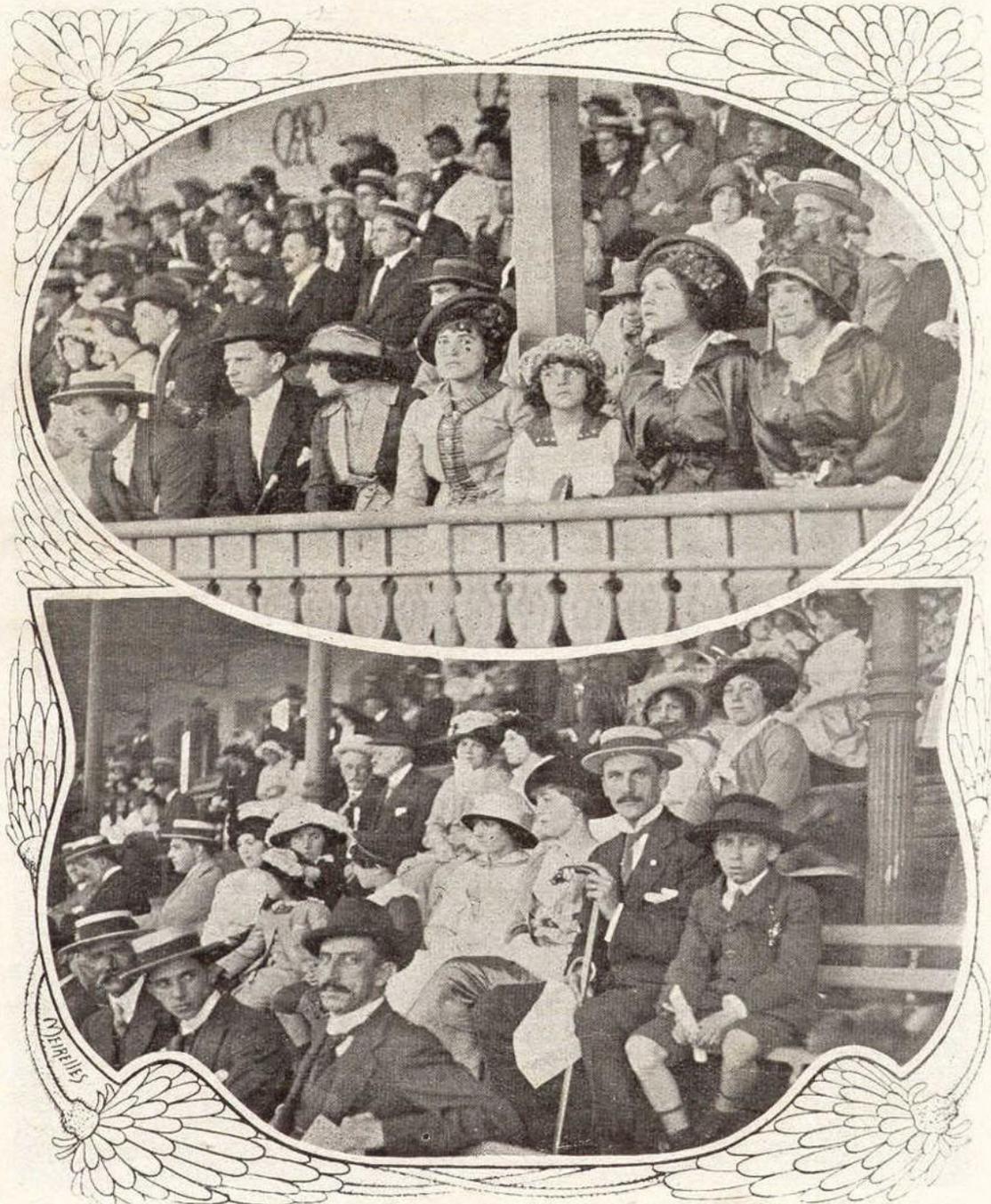
## VELODROMO PAULISTANO



Aspectos das archibancadas do Velodromo, por ocasião dos ultimos matches alli realizados pela Associação Paulista dos Sports Athleticos.

Figura 13: terceira das quatro páginas em seis sobre futebol que mostram a plateia (Reprodução/A Cigarra nº 8, 1º/8/1914, pág. 64).

## FESTAS SPORTIVAS



Varios aspectos das archibancadas do Velodromo e do Jockey Club Paulistano, durante as ultimas festas sportivas alli realisadas

Figura 14: quarta das quatro páginas em seis sobre futebol que mostram a plateia (Reprodução/ A Cigarra nº 8, 1º/8/1914, pág. 66).

## 2.6 As revistas especializam-se em futebol

Em um caminho contrário (ou, ainda, complementar) ao do mero narcisismo das elites, Ana Luiza Martins constata outras necessidades da cobertura do esporte: “A voracidade pelas notícias esportivas passou a exigir das publicações periodicidade semanal. Era necessário divulgar com presteza os torneios, os resultados do turfe, as partidas entre os clubes, os *matches*”(MARTINS, 2008: 345). Em seguida, faz uma análise das condições que propiciaram a proliferação das revistas esportivas em geral, e que, em um segundo momento, podem também ser aplicadas às revistas especializadas em futebol em particular.

Mais consumidores, mais anunciantes, e mais lucrativo se tornava o negócio. Não bastassem essas vantagens, as revistas esportivas desempenharam papel efetivo na ampliação do público leitor, pois atraíram um segmento receptor tradicionalmente reticente ao consumo do impresso [*no caso, de revistas*]: o leitor masculino. Através do *sport*, ou, melhor, das revistas que o veiculavam, o avesso leitor masculino era aliciadamente introduzido ao universo da leitura, pelo lúdico folhear de páginas que intercalavam futebol, turfe, poesias sobre esporte, charadas, crônica social, palpites no jogo do bicho, contos. E mais. Com vistas a ampliar essa população leitora, estavam as estratégias de venda — da coleção de fotos de atletas da moda à organização seriada de coleções — o que garantia a circulação do periódico entre faixas etárias diversas, atingindo, sobretudo, o público jovem. Ou por outra, a população recém-alfabetizada dos primeiros anos da República (MARTINS, 2008: 345).

“A imprensa esportiva, em 1917, já existia de um modo bem acentuado” (MAZZONI, 1950: 116). Especificamente sobre as revistas voltadas para o futebol, havia, até, uma certa abrangência nacional. “Em São Paulo, há anos, havia circulado a revista *Sport*. Circulou em 1917 *A Cigarra Esportiva* e, no Rio, a seguir, a *Vida Esportiva*, de larga aceitação. Depois, a Bahia teve *Bahia Esportiva* e Porto Alegre *O Sport*” (MAZZONI, 1950:116).

Cronologicamente — e em um processo recorrente, se considerarmos o *Guia de Football* de 1903 não apenas como um livro —, as revistas especializaram-se em futebol antes mesmo dos jornais, pelo menos antes dos jornais mais duradouros. É certo que, de acordo com as pesquisas do jornalista André Ribeiro, entre 1913 e 1914 também houve, em São Paulo, tentativas efêmeras de jornais esportivos que já davam certa ênfase ao futebol, como *Brasil Esportivo*, *São Paulo Esportivo*, *Semanário Ilustrado Sport* e *A Chronica Sportiva Ilustrada*. No entanto, os maiores jornais futebolísticos iriam se firmar, mesmo, somente a partir da década de 1920: em 1926, o *Rio Sportivo* (de Argemiro Bulcão, futuro criador, também, do *Jornal dos Sports*); em 1928, *A Gazeta Esportiva*, de São Paulo, inicialmente um suplemento semanal de *A Gazeta* (como diário independente, a partir de 1947); e em 1931, o *Jornal dos Sports*, do Rio de Janeiro, primeiro especializado em futebol de circulação diária.

Em 24 de dezembro de 1928, nascia *A Gazeta – Edição Esportiva*, um suplemento semanal do jornal. Uma década depois, já rebatizado como *A Gazeta Esportiva*, passou a circular três vezes por semana até que, em 10 de outubro de 1947, quatro anos depois da morte do seu fundador, se tornou diário.

Desde o início, o principal assunto do jornal é o futebol. A novidade, em relação a outros diários que também tratavam do assunto em suas páginas, é o volume de informações. Com 12 páginas diárias (chegou a 72 na década de 70), a *Gazeta* fazia a cobertura dos principais clubes da cidade, então agrupados em torno da Associação Paulista de Esportes Atléticos, e também — isso era uma novidade — dos campeonatos de várzea e dos torneios promovidos pelas associações classistas, como as ligas operárias (STYCER, 2009: 61).

Em relação aos dois jornais cariocas, o jornalista Maurício Stycer registra:

O *Jornal dos Sports* nasceu em 13 de março de 1931, por iniciativa dos jornalistas Álvaro Nascimento e Argemiro Bulcão, que então trabalhavam no *Rio Sportivo*. Cinco anos depois, em 23 de março de 1936, adotou uma marca que mantém até os dias de hoje: a cor rosa em sua capa, copiada do jornal esportivo italiano *Gazzetta dello Sport*. Em outubro desse mesmo ano, ocorreu o fato que daria um impulso definitivo ao jornal e, também, teria importantes consequências para o jornalismo esportivo e para a popularização do futebol no Rio de Janeiro: foi adquirido pelo jornalista Mário Filho, em sociedade com Roberto Marinho, então proprietário e diretor-redator-chefe do vespertino *O Globo* (STYCER, 2009: 70).

Em seu livro *O Leitor e a Banca de Revistas: A Segmentação da Cultura no Século XX*, Maria Celeste Mira observa que, no contexto da cultura moderna pensada pela Escola de Frankfurt como algo direcionado a uma massa homogênea de consumidores, as revistas “sempre foram mais segmentadas”, não só em relação ao jornal quanto a outras mídias.

Outros veículos, como o cinema e a televisão, por exigirem investimentos mais elevados, são mais massivos. Mas as revistas não. [...] Com a distribuição nacional de produtos industrializados e o aumento da população urbana, há um extraordinário crescimento da publicidade. Os magazines passam, então, a ser sustentados pela publicidade, a ter circulação nacional e podem ser vendidos a preços muito baixos, coisa de centavos. A publicidade influencia a revista não apenas no seu conteúdo, mas também no formato, especialmente na padronização da página e no uso da cor, vantagem que a revista terá sobre seus concorrentes até o advento da televisão em cores nos anos 60. Toda a dinâmica da revista de grande circulação atual já está aí presente: o leitor passa a ser visto como consumidor em potencial e o editor torna-se um especialista em grupos de consumidores. Um especialista que encontrou a fórmula editorial capaz de atrair, no mercado nacional, o grupo de consumidores que determinados anunciantes pretendem atingir. Uma vez encontrada, essa fórmula tende a se repetir, mês após mês, ano após ano. Não muito diferente da realidade de outros meios, a revista é, no entanto, mais segmentada, caracterizando-se pela seletividade da audiência. Seu custo é relativamente mais baixo do que o de outros veículos, sendo que a grande questão para o editor não é tanto como lançar uma revista, mas como mantê-la viva. Competindo com outras similares, ela enfrenta um meio em que a taxa de mortalidade é altíssima. Algumas tendem a se tornar líderes, mas mesmo essa posição nunca é segura. Para sobreviver, uma revista tem que acompanhar rapidamente as mudanças do seu público, característica que a torna muito reveladora (MIRA, 2001: 11).

No caso das revistas de futebol, esse risco de sobrevivência foi sempre multiplicado, como este trabalho procurará mostrar. Ao analisá-las, ainda que muito rapidamente, no

contexto de um artigo voltado para a história das revistas no Brasil, as pesquisadoras Karen Cristina Kaemer Abreu e Íria Catarina Queiróz são categóricas:

[...] o futebol, em específico, não é um bom tema para editar revistas no Brasil. Apesar de ser o esporte nacional e ter muitos adeptos e interessados, no Brasil, o hábito de consumo de mídia relacionado ao futebol está presente em outros veículos: os jornais diários e a televisão (ABREU; BAPTISTA, 2010).

Note-se que a crítica acima nem chega a entrar no mérito de uma questão mais recente, que envolve outros meios eletrônicos, personificados principalmente na internet. Ou no fato de o público interessado em futebol ser visto como de baixo poder aquisitivo pelo mercado publicitário. Ambas as questões serão abordadas neste trabalho mais adiante.

### 3. ANTECEDENTES

O sucesso do futebol brasileiro no cenário internacional num momento no qual, politicamente, o país vivia um cenário de extrema valorização do nacionalismo fez surgir, a partir da década de 50, uma série de revistas ilustradas destinadas a cobrir e a divulgar os feitos do nosso esporte e dos seus heróis. A TV, que o transformaria como produto noticioso, engatinhava à época (BELMONTE; ROCCO JUNIOR, 2014: 2).

É incrível que o país do futebol não tenha ainda uma grande revista de futebol. *Placar*, lançada em 1970 pela Editora Abril, aproveitando o embalo da Copa do Mundo, foi a experiência mais bem-sucedida nessa área, embora cheia de altos e baixos. Antes dela, revistas como *Esporte Ilustrado*, *A Gazeta Esportiva Ilustrada* e *Manchete Esportiva* tiveram vida curta (SCALZO, 2004: 36).

Ao contrário do que reza a maioria dos estudos sobre o tema realizados até aqui, as revistas de futebol, no Brasil, são anteriores até aos jornais especializados. Da mesma maneira que os periódicos de interesse geral vinham fazendo, essas publicações começaram atendendo a um público tão restrito quanto seletivo: a elite que praticava, assistia e começava a consumir esse esporte. Depois, foram-se inserindo no contexto de urbanização e industrialização do país, até envolver questões pós-modernas que serão abordadas no final deste trabalho, como a sociedade do espetáculo, a modernidade líquida, a comunicação ubíqua e a era do acesso. As revistas analisadas são as seguintes:

<b>Revista</b>	<b>Período</b>	<b>Periodicidade</b>
<i>Sport</i>	1914-?	semanal
<i>A Cigarra Sportiva</i>	1917-?	semanal
<i>Vida Sportiva</i>	1917-?	semanal
<i>Sports</i>	1919-1923	mensal
<i>Sport Ilustrado</i>	1920-?	?
<i>São Paulo Ilustrado</i>	1920-1922	semanal
<i>Sport Ilustrado/ Esporte Ilustrado</i>	1938-1956	semanal
<i>O Globo Sportivo</i>	1938-1952	semanal
<i>A Gazeta Esportiva Ilustrada</i>	1953-1967	quinzenal
<i>Manchete Esportiva</i>	1955-1959	semanal
<i>Revista do Esporte</i>	1959-1970	semanal
<i>Placar</i>	1970-	Semanal, depois mensal

### 3.1 Pioneira para uma elite: *Sport* (1914)

Em 1914 — mesmo ano em que *A Cigarra* publicou algumas das primeiras fotos futebolísticas — surgiu, também em São Paulo, a primeira revista brasileira que, embora poliesportiva (continha seções de caça e tiro, aviação, natação, hipismo, tênis, hóquei, automobilismo, ciclismo etc.), priorizava claramente a cobertura do futebol com uma periodicidade constante (semanal). Chamava-se *Sport*, e iniciou essa saga de um século que envolve paixão e percalços.

*Sport* circulou de 8 de abril a, seguramente, 13 de agosto de 1914, data da última edição a que se teve acesso na pesquisa para este trabalho, a de número 19, aqui analisada e cuja capa aparece reproduzida a seguir (figura 15).



Figura 15: capa de *Sport* nº 19, 13/8/1914 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

*Sport* era um “periódico de divulgação esportiva bem elaborado e abrangente” (CRUZ (org.), 1997; 247), possuindo agências no Rio de Janeiro, em Santos, em Campinas e em Ribeirão Preto. Segundo Heloisa de Faria Cruz, a revista possuía “muitas e boas reproduções fotográficas sobre atividades esportivas”, com o futebol passando a ocupar um destaque

jamais dado anteriormente por alguma outra revista esportiva. A começar pela capa, assim apresentada na página 17 do número 19:

#### A NOSSA CAPA

Dedicamos a capa do nosso numero de hoje ao foot-ball, commemorando a visita a S. Paulo, conjuntamente, de duas missões sportivas italianas. Nos medalhões que se vêem na nossa capa damos como justa recompensa do esforço empregado para o *desideratum*, tão felizmente levado a cabo, os retratos dos Exmos. Srs. Edgard Nobre de Campos, em exercício na presidência da A.P.S.A., Dr. Oscar Porto, presidente da L.P.F.B., Giseppe [sic] Milano *captain* do Pro Vercelli e Backmann, *captain* do Torino. Também na nossa capa figuram os campos do Torino, do Velodromo e da Antártica.

O *desideratum* (desejo) a que o texto acima se refere é a vinda ao Brasil dos times italianos Pro Vercelli e Torino, para a realização de alguns jogos amistosos. A presença de ambas as equipes no país, inclusive, inspirou, naquele mesmo mês de agosto de 1914, alguns membros da numerosa colônia italiana de São Paulo a fundar a Società Sportiva Palestra Italia (atual Sociedade Esportiva Palmeiras).

A Associação Paulista de Sports Athleticos (APSA), de Edgard Nobre de Campos, e a Liga Paulista de Foot-Ball (LPFB), do doutor Oscar Porto, eram entidades rivais, que entre 1913 e 1916 organizaram anualmente dois campeonatos paulistas paralelos. A APSA, mais elitista, resistia à popularização do futebol, enquanto a LPFB passou a aceitar times de origem varzeana, primeiro o Ypiranga, em 1912, depois o Corinthians, em 1913. Esse havia sido o principal motivo da cisão, pois clubes como o Paulistano, a Associação Atlética das Palmeiras e o Mackenzie não aceitavam que seus atletas se misturassem com outros que não fossem “de boa família”. Na luta por mais prestígio e pela hegemonia política do futebol local em relação à entidade rival, a APSA promoveu a vinda do Pro Vercelli para enfrentar combinados formados pelos clubes a ela filiados (Paulistano, Scottish Wanderers, São Bento, Ypiranga, A. A. das Palmeiras e Mackenzie), em jogos no campo do Velódromo, na Rua da Consolação. Ao mesmo tempo, a LPFB trouxe o Torino para jogar “na Antártica” (posteriormente mais conhecido como Parque Antártica) contra o Internacional, dois combinados da liga, o Corinthians (duas vezes) e o Lusitano. O jornalista Thomaz Mazzoni atesta:

A maior luta de 1914 entre a Liga e a Apea foi em torno da temporada dos italianos. Cada entidade fez todo o possível para levar a melhor. A temporada dos italianos parecia que iria ser o *pivot* da supremacia em jogo. Sabia-se que a influência dessa temporada seria decisiva. Ambas as entidades empregaram todos os esforços e todos os expedientes para que cada qual fosse a primeira a exhibir os futebolistas italianos em São Paulo (MAZZONI, 1950: 95).

Ao publicar em sua capa as fotos dos presidentes e dos campos das duas ligas, dos capitães dos dois times visitantes e do campo do Torino, na Itália, *Sport* ficava politicamente bem com ambos os lados. No expediente da revista, aliás, políticos não faltavam. O Dr. Washington Luiz, cujo nome aparece em primeiro lugar, encabeçando a lista de “collaboradores”, é ninguém menos que o então prefeito da cidade de São Paulo, futuro presidente do Estado de 1920 a 1924 e também futuro presidente da República de 1926 a 1930, deposto pela revolução comandada por Getúlio Vargas. Antônio Prado Júnior, o segundo nome, era filho do Conselheiro Antônio Prado, o primeiro prefeito de São Paulo na era republicana. Um dos fundadores do Clube Athletico Paulistano, ele se tornaria, depois, prefeito do Rio de Janeiro, à época a capital do país, entre 1926 e 1930. Também figurava no expediente de *Sport* o jornalista Mário Cardim, primeiro e incansável propagador do futebol no Brasil nos meios impressos. Seguem-se os nomes de uma série de autoridades militares, como o tenente-coronel Soares Neiva, “comandante do Corpo de Bombeiros”; o tenente Rebello Andrade, do exército português; e os capitães Balencie, Lemaitre e Delbos, todos da “missão francesa”, cuja função em sua breve estada no Brasil, interrompida apenas duas semanas antes pela eclosão da Primeira Guerra Mundial, fica-se sabendo na oitava página, era orientar a força pública do Estado, atual Polícia Militar, em relação à prática esportiva.

A capa é completada por outros símbolos. Como o logotipo da revista, inspirado na clássica estátua do Discóbolo, do escultor grego Míron (século V a.C.), provavelmente a imagem de um esportista em ação mais famosa no mundo, que representa um atleta momentos antes de lançar um disco. Os brasões desenhados em bandeiras cruzadas da República Brasileira e da então monarquia italiana (Casa de Savoia). E uma ilustração genérica de um jogador de futebol.

Toda impressa em sépia, em sua edição número 19 *Sport* trazia 24 páginas não numeradas, doze (portanto, a metade delas) inteiramente ocupadas por anúncios de produtos e serviços que só poderiam ser consumidos por uma minoria abastada, como bicicletas, doces, artigos esportivos e joias e cristais das lojas Mappin (figura 16). Eles estão presentes, em sequência, nas cinco primeiras páginas (à exceção da capa) e nas sete últimas. Os anunciantes eram casas comerciais (Mappin, loja de departamentos; La Bombonnière, chocolates; Ausonia, “premiada fabrica de doces finos”), fabricantes de bebidas (Vermouth Martinazzi, vinho chianti Gambogi, Cinzano, Fernet Branca), empresas ligadas de alguma maneira ao esporte (Casa Fuchs, material esportivo; Luiz Caloi, bicicletas; pneus Pirelli e Dunlop; Pedro Baum, gravador de medalhas e distintivos) e profissionais liberais (médicos). Cada exemplar

custava 400 réis. A assinatura, de 6.000 (semestral) a 10.000 réis (anual). Valores inacessíveis para a maior parte da população, principalmente porque já naquela época as revistas eram “veículos que exigem um certo grau de familiaridade com a leitura e um dispêndio de dinheiro supérfluo” (MIRA, 2001: 12).

Em 1913, o relatório da indústria têxtil do Rio apontava que, numa família de cinco pessoas, na qual o pai, a mãe e os três filhos tinham empregos fixos, ainda faltariam 12\$000 para cobrir as necessidades mínimas mensais. [...] Nos anos seguintes, as condições pioraram. [...] De acordo com um estudo feito pelo industrial Roberto Simonsen [...] o custo de vida em 1916 era 16% mais alto que em 1914, e os salários haviam aumentado apenas 1%. [...] Em julho de 1916 o preço de atacado do feijão era de 220 réis o quilo. Em abril de 1918 era de 583 réis (MARAN, 1979: 120 e 122).

SPORT

CASA INGLEZA - FUNDADA EM 1811 EM LONDRES

## Mappin & Webb

28, R. 15 de Novembro  
S. PAULO

Grande assortimento  
de Taças e Premios  
em Prato de Lei  
e Metal Prateado, etc.

Filiaes: PARIS - ROMA - BUENOS AVRES  
RIO DE JANEIRO (100, Rua Ouvidor, 100)

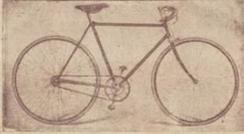
28, R. 15 de Novembro  
S. PAULO

Jóias Finas e "Objets d'Art"  
Marroquinaria  
Crystaes  
Cutilaria, etc. etc.



---

**Peçam catalogos das Bicycletas**



Bianchi, Medusa, Touring, Atala, Vera,  
The New Rapid, The Raleigh, The Conventry, Royal, Moto Réve

Acessorios e pertences para todas as Marcas. Officina Mechanica especial para concertos de Bicycletas,  
Motoeycletas e Automoveis. - Valensiação de pneumatice para Automoveis.

**LUIZ GALOI - Rua Barão de Itapetininga, 11**

SPORT

## La Bonbonnière

CASA MATRIZ: Rua 15 de Novembro, 14      FILIAL: Rua de S. Bento, 23-C

Bonbons, Chocolates,  
Doces, Biscoulos  
Especialidade da casa: Pão de Mel  
(Honigkuchen)

**Grande sortimento de Bonbonnières para Presentes e Festas**

SÃO PAULO  
Rua São Bento N. 83  
CAIXA POSTAL N. 373

FOOT BALL

## Casa Fuchs

Casa especial de todos os artigos  
para Sport

Exijam sempre artigos com a marca  
**CASA FUCHS**  
Peçam Catalogo S15

LAWN-TENNIS



Croquet, Baseball, Ping pong,  
Patins, Golf, Waterpolo, Ho-  
ckey, Egrima, Luvas  
para Box, Argolas,  
Balanças, Ma-  
têres e Mo-  
las, Apare-  
lhos Sandow  
Uniformes  
para Clubs,  
Apparelhos  
Gymnasticos.



Figura 16: págs. 2 e 3, *Sport* nº 19, 13/8/1914, anúncios (Reprodução/Arquivo Pessoal).

O editorial da edição aqui analisada (“Una nota stonata”, figura 17) é curiosamente todo escrito em italiano, por causa do tema principal da revista. Das 19 fotos publicadas no miolo, apenas quatro contemplam esportes que não sejam o futebol. Três delas agrupadas na 10ª e 11ª páginas, referentes a competições de remo, cross-country e tênis no clube Esperia. Ainda assim, realizadas em homenagem à presença do time de futebol do Torino no Brasil (figura 18). A quarta fotografia refere-se ao remador “Alberto Caldas, um dos concorrentes ao campeonato do athleta completo” (figura 19).

Cinco fotos são de times posados, aquelas em que todos os jogadores de uma equipe aparecem perfilados, geralmente em duas fileiras, uma com atletas agachados e outra com eles em pé, fórmula que se tornaria uma prática ao longo dos anos no jornalismo esportivo. Aparecem dessa maneira o Torino (sétima página, figura 17), o Pro Vercelli (nona página, figura 20), o combinado A. A. Palmeiras-Mackenzie, que enfrentou o Pro Vercelli (13ª página, figura 21), mais uma vez o Torino, a bordo do navio que o trouxe para o Brasil, e o

Internacional, equipe que havia enfrentado o Torino (16ª e 17ª páginas, figura 22). Três fotos homenageiam personalidades: na oitava página, o capitão Luiz Lemaitre, da “missão francesa de instrução à força pública (atual polícia militar) do Estado”, ex-colaborador da própria revista e por isso já citado no expediente (figura 23). Na décima página, o “Dr. Vittorio Pozzo, director da missão sportiva do Torino Foot-Ball Club”, futuro técnico bicampeão da Copa do Mundo (e o único até hoje), pela seleção italiana, em 1934 e 1938; e Aymoré Pereira de Lima, “um dos mais dedicados diretores da A. Paulista dos Sports Athleticos” (ambos na figura 24). Na décima segunda página, o jogador (*goal keeper*, ou goleiro) Gastão Rachou, da Associação Atlética das Palmeiras, é retratado de paletó e gravata, ao contrário da dupla formada por Aphrodisio Xavier (Formiga) e Arthur Friedenreich, do Ypiranga, clube de origem mais popular, que aparecem no alto da mesma página vestindo a camisa de jogador de futebol da seleção paulista (figura 25).

Há fotos de futebol, ainda, na nona página (da “Taça São Paulo, oferecida pelo Dr. Paulo de Moraes Barros, secretario da Agricultura ao team italiano que a São Paulo veiu a convite da A.P.S.A.”), figura 20; na 12ª (“Um instantâneo do match entre o scratch team Palmeiras Mackenzie e italianos”), figura 24; na 13ª (“Cerimônia da entrega das bandeiras no match internacional de domingo no Parque Antarctica”), figura 21; na 14ª (“Um aspecto do match internacional entre o scratch-team Palmeiras-Mackenzie e italianos, quinta feira ultima”) e na 15ª (Francezes vs. Italianos – Backmann, captain do Torino, [e] o captain da equipe franceza Red Star e o arbitro. O Torino ganhou este match por 7 a 1”, ambas na figura 26.





SPORT

tas os domos da casa, confessando-lhe francamente, não foi apançada do público que esteve no Velódromo quinta-feira última.

No segundo tempo já naturalmente excitado pelos doctos do publico para com elles e para com os jogadores de linha, os jogadores italianos desenvolveram um jogo mais cerrado e energico.

Numa das escapadas porém dos forwardes para listas a bola saiu fora do campo e ao ser arrebatada da linha foi recebida por um jogador que estava off-side e, tomada por um outro que o levou também. Deverá o juiz ter dado o off-side, mas infelizmente passou-se desapercebido tanto um como o outro e um dos jogadores italianos querendo mandar a bola ao seu goal-keeper, choveu com força de mais fazendo-a entrar na rede.

Um goal feito nestas condições e natural que excite ainda mais os jogadores, e especialmente, quando estes tomam justamente a convicção de que são de igual força sportiva, sendo mais fortes.

Poi assim que irritados por estes factos e por ter o publico conseguido a dirigibilis posada dotados em acção de graça por este goal, que ao contrario o devia envergonhar, os jogadores italianos passaram em todos os recursos do seu jogo e naturalmente, sendo elles pesados e jogando com vontade de fazer goal, não poderam as charges ser evitadas.

Mas nestes ultimos 20 minutos de jogo os mais energicos e rebrandamente disputados que tomou visivelmente intercommoções não empregaram um só recurso prohibido pelas regras do Association.

**O ARCHIBITUM Palmeiras-Mackenzie que jogou no Velódromo quinta-feira última.**



O Archibitum Palmeiras-Mackenzie que jogou no Velódromo quinta-feira última.

recto, multiplicando-o, seu possua um outro continue, embora Ony o Octavio impedisse a passagem de muitos, alguns muitas bolas.

Uma unica vez os forwardes brasileiros foram senhores da bola e mesmo assim para a perderem logo.

Foi num desses momentos, de certo, rebrandimento ali que os jogadores italianos passaram em todos os recursos do seu jogo e naturalmente, sendo elles pesados e jogando com vontade de fazer goal, não poderam as charges ser evitadas.

Estava oficialmente empastado o match 1 a 1, quem porém ter sucesso não pôde deixar de confessar que a vitória foi dos italianos por 12 a 0.

Início, nos tempos que são correctos, foi um bom juiz. Mas não creiam um vigor, uma energia que de hienia alguma que poderia ter estado com os nossos hospedes que jogaram dentro de todas as regras. Elle puniu o que devia punir e se não deu o off-side a que nos referimos foi porque o ter visto.

E tanto mais que elle accetou ser juiz para prestar um serviço a A. P. S. A., estando seu campo honrosamente, sem ao menos ter tido tempo de ouvir de Milano I, as combiçoes de tempo e certas disposições a pôr em pratica, accedidas com o que para anteriormente designado.

Um conselho antes damos a A. P. S. A. mande em futuros match intercommoções distribuir ao publico, mesmo e unido especialmente ao das archibitadas que se julga entendido, folhetos com as regras de football e depois das ter e de os decorar entes, se é sincero, deixará de gritar a todo o momento «faul».

**O PIRRALHO**

Passou auto-bentem o terceiro anniversario do grande circoallo e que com um desambror total na epocha em que vivemos vem ponto a principio lamentavel e concorre a favor da nossa organização politica e social.

Pirralho, emilio na mais alta respecto da palavra a jella maxima Italia «Ridendo castigat mores».

Commemorando a passagem do seu terceiro anniversario offereceu honorem um banquetto no Hotel d'Orléans no qual tomaram parte os mais hautes amigos do Pirralho.

As Bally de Andrade, ao Jairo, ao Synias, ao Volvino, emfim a todos os que trabalham no Pirralho, SPORT apresenta as mais sinceras felicitações e comprimentos pela passagem do seu anniversario.

**Cerimonia de entrega das bandeiras no match internacional de domingo em Parquet Antártica.**



Cerimonia de entrega das bandeiras no match internacional de domingo em Parquet Antártica.

Figura 21: pág. 13, Sport nº 19, 13/8/1914. Time posado do Palmeiras-Mackenzie e entrega de bandeiras (Reprodução/Arquivo Pessoal).

SPORT

**Raid S. Paulo-Santos-S. Paulo**  
Concorrendo ao premio de 4<sup>o</sup> Sport, Grazzini e Lupatelli estabeleceram e explorando tempo de 4 horas e 25 minutos

Foi domingo ultimo que dois conhecidos e dedicados motociclistas, Alexandre Grazzini e Edmundo Lupatelli, estabeleceram oficialmente o record S. Paulo-Santos-S. Paulo, concorrendo as duas medalhas de ouro instituidas pelo Sport.

Dentro da maxima regularidade, tendo referido os seus cartoes de verificação e tendo-se feito controlar em Santos, os denodados sportmen que no seu passado contem ja varias performances de motociclismo, cobriram os 140 km. da viagem a Santos ida e volta em 4 h. e 25 m.!

Partiram de S. Paulo as 6 h. e 45 m. da manhã, verificaram o carito de controle em Santos as 8 h. e 35 m. (tomando essa ora como chegada e partida) e sem descontentem, como lhes facultam as nossas condições, o tempo em que em Santos se forneceram de gasolina e óleo, regressaram a S. Paulo, chegando ás 11 horas e 10 m.

Esta magnifica prova foi realizada em motos Benzo e N. S. U. ambas de 8 1/2 H. P. de 7<sup>o</sup> e 8<sup>o</sup> e mudadas de duas vezes.

Está pois oficialmente estabelecido o record S. Paulo-Santos-S. Paulo em 4 h. e 25 m.

São detentores do mesmo os srs.

Alexandre Grazzini e Edmundo Lupatelli.

Será abaxado? A quem essa honra? Ou conservar-se até 30 de Setembro a sua performance os dois entusiastas motociclistas?

De qualquer modo as duas medalhas de ouro, com que recompensaremos o esforço daquelles que nessa viagem alcançarem melhor tempo, já estão empennadas a Grazzini e a Lupatelli, falta apenas agora de energia e competência que abaxo o já magnifico tempo para menos de 4 h. e 25 m.!

Damos novamente as condições do nosso concurso:

Atendendo ao grande interesse que despertou no nosso motociclistas paulista a viagem

**São Paulo-Santos-São Paulo**

Sport instituiu duas ricas medalhas de ouro para os dois motociclistas que até o dia 30 de Setembro proximo conseguirem fazer em menos tempo a viagem São Paulo-Santos-São Paulo, descontando o tempo que estiverem parados em Santos.

As condições desta prova serão:

1<sup>o</sup>) Os motociclistas a saída de S. Paulo dirigem-se ao Sr. Antonio Seafito, agente de jornas, na Praça Antonio Prado que lhes fornecerá um cartão do Sport em que além dos nomes inscreverá a força da moto e sua marca e a hora da saída de São Paulo.

2<sup>o</sup>) A chegada a Santos farão controlar o mesmo cartão na Agencia de Jornas, José de Paiva Magalhães, a Rua do Rosário n. 15, que pelo seu creverá a hora da chegada a Santos e a partida a hora da largada de Santos.

3<sup>o</sup>) A chegada a São Paulo deverão os motociclistas deprovar proenar novamente o Sr. Antonio Seafito, no edificio do seu proprio a «Trafax» a Rua 15 de Novembro, o qual marcará no cartão de controle a hora exacta da chegada a São Paulo.

4<sup>o</sup>) O cartão de controle deverá ser entregue na redacção do Sport a Rua 15 de Novembro n. 29, no andar.

Sylvio Aliberti

Aqui se exposta na «vitrina» do Bazar Parquet, à Praça Antonio Prado, uma artistica placa de bronze, que no proximo dia 16 sera collocada no tumulo do infornalado e desfortunado sportman, Sylvio Aliberti, morto em abril ultimo em resultado dum horrivel desastre de motociclette.

**A Missão Sportiva do Torino Foot-Ball Club que veio a São Paulo a convite da Liga Paulista de Foot-Ball**



Figura 22: págs. 16/17, Sport nº 19, 13/8/1914, Torino e Internacional (Reprodução/Arquivo Pessoal).

SPORT

**A NOSSA CAPA**

Deliciamos a capa do nosso numero de hoje ao foot-ball, commemorando a visita a S. Paulo, conjuntamente, de duas missões sportivas italianas. Nos medalhas que se vêem na nossa capa damos como justa recompensa do esforço empregado para o desilectum, tão felizmente levado a cabo, os retratos dos Excmos. Srs. Edgardo Nobre de Campos, em exercicio na presidencia da A. P. S. A., Dr. Oscar Porto, presidente da L. P. F. B., Giuseppe Milano capitão do Pro-Vareselli e Beckmann, capitão do Torino.

Tambem na nossa capa figuram os campos do Torino, do Velódromo e da Antártica.

**São Paulo Auto-Industrial**  
Estabelecimento, Mechanico  
**G. Zucchi & C.**  
Importação directa de  
quase todos os artigos para Automoveis  
End. tel: SPAI  
Teleph. 4285 - Caixa 1354  
S. PAULO  
Rua Barra Funda N. 129  
e Cons. Brotero, 28



Alberto Caldas, um dos concorrentes ao campeonato do athleta completo

A artistica placa a que nos vimos referido é producto duma subscripção entre os amadores do motociclismo, companheiros e amigos do pranteado morto

Tudo nos faz prevêr que de São Paulo alguns corredores se inscreverão duma assim necessario a que as corridas em questão, sejam mais rebrandamente disputadas e que o sport cyclist e pedestre, tome no visinho estado o incremento e propporções que todos os amadores da Educação e Cultura Physica devem desejar.

**CYCLISMO**

**O campeonato cyclistista do Paraná**

O campeonato cyclistista do Paraná e o campeonato pedestre que deviam ter sido disputados no dia 2 do corrente foram adiados para setembro proximo.

O Velo Club de Curitiba, que tomou a seu cargo a organização destas duas importantes provas, communiçamos que as inscrições para os corredores paulistas são gratis e que as mesmas devem ser dirigidas para o secretario do Velo Club, sr. Luis dos Santos, Avenida Luiz Xavier, 19 Curitiba.

**OLIO BERTOLLI**  
melhor



O team de Internacional que jogou domingo ultimo contra o Torino Foot-ball Club no Parque Antártica

SPORT

## Missão Franceza



...a anima e ci scuotono tutte le fibre, e rifugge da ogni teatralità e, finalmente, quella banda bersaglieresca e precedeva le automobili, procedendo al passo di uomo, sulle quali avevo preso posto i foot-ballsers torinesi coi vari presidenti, ci ricordava proprio da vicino l'arrivo di una comitiva equestre in una città di provincia.

Questo sia detto come nostra impressione personale, senza intenzione di offendere in alcun modo gli organizzatori del ricevimento e gli ospiti siffittissimi.

Noi, e con noi, quanti sono al corteo dell'acre scissura esistente fra le associazioni paulistane di sport, imprendiamo e spieghiamo, non in senso sportivo però, le ragioni di un eccesso nel quale involontariamente sono state frastriate associazioni italiane, le quali non hanno pensato che era poco opportuno e diciamo pure, poco cortese usare un diverso trattamento a dei bravi e simpatici giovani qui venuti con identico scopo, con gli stessi intendimenti sportivi.

In questa ora triste, che volge, si sente maggiormente il bisogno della fraternità nazionale e gli italiani nei foot-ballsers debbono vedere la bella espressione della giovinezza, alle dure vicende del cemento vivo e pronto, con tutta la sua durezza, al possibile cemento guerresco.

Torneranno in Italia i foot-ballsers La Pro-Vercelli e del F. B. C. Torino, li accompagni, alla partenza, il saluto fraterno e gli italiani nella colonia italiana alla quale simpaticamente hanno ricordato patria lontana.

**SKATING HOCKEY**

### Hockey em roulettes

refestando a estada em São Paulo os foot-ballsers italianos, annunciando a imprensa do Skating-Palace um sensacional match de hockey entre as equipes do Skating Palace Hockey Club e do White Star Hockey Club, poucos espectadores que foram Skating, foram ali iludidos imaginando assistir a uma revanche dos dois clubs, que durante opeonato não se conseguiram batalhar.

O jogo foi uma sensaboria que do Lo team do White Star...

A missão franceza de instrução á força publica do Estado, regressou á França terça-feira da semana passada, chamada a defender a sua Patria, hoje envolvida na conflagração Europea.

No número dos colaboradores do "Sport" figuram os Srs. Capitão Lanaitre, Balencio e Delbos. Aqui publicamos criteriosos e bem feitos artigos dos dois primeiros, o Sr. Delbos devia iniciar brevemente a sua colaboração.

Damos hoje o retrato do Capitão Luiz Lemaitre, que com o seu critério e seus conhecimentos tanto auxiliou a A. P. S. A. na elaboração do programa do campeonato do Athleta Completo.

O governo francez distinguira ultimamente o nosso illustre colaborador nomeando-o "officier d'Academie"; honra e distincção que a França reserva para condecorar aquelles que á causa de instrução, intellectual ou physica, tenham prestado serviços relevantes. Esta condecoração é a mais importante depois da Legião d'Honneur.

Aos distinctos officiaes francezes que partiram para defender o seu Paiz, enviamos uma carinhosa e sincera saudação de despedida.

unicamente jogaram 3 jogadores: Rudge, Erasmo e Tito; ao passo que Skating jogou o team completo infringindo facilmente no seu adversario uma derrota de 8 a 3.

Foi juiz o sr. Octavio Coelho que agiu imparcial e correctamente.

Penas que entre nós a patinação em roulettes não possa tomar o desenvolvimento necessario, pois que do publico não accorre a festas deste genero, vendo especialmente que a direcção daquella casa de diversões offerece nenhuma garantia de seriedade... ao menos sportiva que...

**PODISMO**

S. Paulo a Santos

O conhecido athleta sr. Manoel Carvalho, que como annunciamos aqui, deveria no corrente mez tentar estabelecer o record S. Paulo-Santos, (70 km) vê-se obrigado por motivos de saúde a addir para tempo indeterminado a sua prova pedestre.

SPORT

## Os foot-ballsers italianos em São Paulo

Visita a Rio Claro e Piracicaba — A Fazenda Santa Gertrudes — Passeios — Festas e Banquetes — No Guarujá — Visita ao Ypiranga e Bulantán — A festa do Esperia.

### VISITAS DE COMPRIMENTOS E RECEPÇÕES

Tem a A. P. S. A. procurado por todos os meios ao seu alcance o tornar, aos seus distinctos hospedes italianos, o mais grata e lisonjeira possível a permanencia em São Paulo.

Nada tem faltado aos denotados players italianos e ainda na semana passada tiveram occasião de lazer por momentos que de qualquer modo possa vir a esfrizar a carinhosa e confraternizante recepção dos players italianos. Ao contrario parece, ainda que os frequentadores do Velodromo, desejam depois querer desculpasse aos seus proprios olhos, pelos reprocheveis transportes, redobrando de cortezia e gentileza para com nossos hospedes.

Se de um lado a A. P. S. A. offerece condigna recepção e estabelecimento aos seus convidados, do outro a Liga Paulista cumula de gentilezas e attentões os distinctos moços que compoem a Missão do Torino Foot-ball Club.

Depois de terem passado do's dias no Guarujá, admirando a mais encantadora praia da America do Sul, subiram para São Paulo onde lhes demsido propor'ondos os divertimentos e passeios que o nosso meio comporta.

Sendo como são estudantes, a maioria dos moços turinenses, visitaram elles as nossas escolas e em dia ainda não designado farão entrega, á mocidade academica paulista, de uma mensagem que lhe enviarão os estudantes turinenses.

Tambem á Camara Municipal será entregue uma rica Taça de Prata lavrada e mandada pelo "Sindicato" de Turim.

Além das visitas officiaes, foram já ao museu do Ypiranga.

Visitaram Rio Claro e Piracicaba e tiveram occasião de ver tambem a modelar fazenda de Santa Gertrudes, propriedade do Sr. Conde de Prates.

Durante os outros dias tem-lhes a A. P. S. A. proporcionado passeios nos arredores e visitas a museus e jardins. A' noite tem sempre tido ao jantar amáveis sportmen paulistas por companheiros, que dalli os levam aos theatros e divertimentos paulistas.

Quando ás vezes no ardor da luta sportiva os animos mais calmos se deixam transportar, imaginamos

Conforme aqui annunciamos o Club Esperia deu em honra do Torino Foot Ball Club uma festa sportiva na sua sede.

Realizou-se domingo ultimo, antes do meio dia e foi um completo successo.

Foi disputada pela ultima vez a "Taça" offerecida pela Sra. Dna. Maria Pinotti Gamba, para um cross-country de 10 Km.

O ultimo anno de challenge foi um dos mais disputados.

Inscriveram-se em cross-country, equipados dos Corinthians, do Tiradentes, do Luzitano, do Lazio, do Hydecroff.



Dr. Vittorio Pozzo, director da Missão sportiva do Torino Foot-Ball Club do International, do Germania e do Esperia.

A equipe do Germania por motivos facilmente comprehensíveis não se apresentou.

Do Hydecroff unicamente compareceu um concorrente.

Os equipiers do International faltaram a hora da partida.



A tripulação desta do Esperia que ganhou a regata do domingo ultimo.

Figura 23: pág. 8, Sport nº 19, 13/8/1914. Capitão Luiz Lemaitre (Reprodução/Arquivo)

Figura 24: pág. 10, Sport nº 19, 13/8/1914. Pozzo e Aymoré Lima (Reprodução/Arquivo Pessoal).

SPORT

### O team italiano encontrou-se no Velodromo com o scratch-team Palmeiras-Mackenzie

Foi quinta-feira ultima que no grande do Velodromo, perante uma grande concorrencia se encontrou o scratch team do Mackenzie-Palmeiras com o team italiano que, chefiado por Milano I, veiu a S. Paulo a convite da A. P. S. A.

Conforme haviamos previsto, devido da termos assistido ao primeiro encontro, o team italiano jogou muitissimo mais e se bem que os seus jogadores entrassem em campo bastante machucados do primeiro match, elles dominaram o seu adversario.

A defesa, em que se salientou Rachou, que jogou primorosamente, e que em Osny especialmente e depois em Oriando e Octavio, se apoiava não descançou um momento. Rachou defendia bolas sobre bolas, algumas difficilissimas, do seu lado innocentes via os forwards contrarios no seu campo.

Milano I, que tanto estava no ataque como na defesa, auxiliado e apoiado efficaizmente por Valle, não permitia que Xavier, Bicuado, Demostenes e Zecchi se approximassem demasiado. Verdade seia que a linha de ataque dos nossos não correspondia ao que della se podia esperar. Jogaram mal os forwards do Mackenzie-Palmeiras, indecisos e tambem com pouca sorte.

O jogo manteve-se no primeiro tempo brilhante e terminou sem que qualquer dos partidos abrisse o score.

Houve no fim do primeiro tempo um incidente por causa da marcação do tempo, porque de facto parece este não ter sido tomado justamente. Tambem o publico no ardor do entusiasmo de insurgiu contra um dos juizes de linha dos italianos, por este intervir nas decisões do referee.

Será bom que aqui demos uma pequena explicação: o referee é o unico e absoluto senhor do campo, mas pode pedir aos juizes de linha que o auxiliem dando os off-side, que em alguns casos são por elles mais facilmente vistos. Esta cooperação dos juizes de linha, que é facultativa pelas regras do Association, é hoje geral praxe seguida na Italia e dahi tel-a aqui continuado o linesman italiano.

Agora o publico é que deve ter o critério e a boa educação para se



Aphrodisio Xavier (Formiga) e Arthur Friedewreich, os dois formados do Ypiranga que se distinguiram no match de quinta-feira ultima contra os italianos no Velodromo.

contar e por caso nenhum um hospede, embora elle ás vezes tambem se deixe transportar e se exceda, deve ser, longinquantamente, que seja maltratado por palavras ou gestos. Esta delicadeza, restricta obrigação de quem hospeda, e neste caso são os paulistas.



Um instantâneo do match entre o scratch team Palmeiras Mackenzie e Italianos.

Gastão Rachou, o famoso goal Keeper do Palmeiras, que tanto se distinguiu no match de quinta-feira ultima contra os italianos, no Velodromo.

Figura 25: pág. 12, Sport nº 19, 13/8/1914. Jogadores e "instantâneo" (Reprod./Arquivo Pessoal).

SPORT

### O scratch-team Ypiranga S. Bento defrontou-se com o team italiano domingo ultimo

O terceiro match internacional, que a A. P. S. A. proporcionou ao publico paulista, realizou-se domingo ultimo entre o team italiano e o scratch-team Ypiranga - S. Bento. Mais uma vez o team italiano confirmou a sua superioridade sobre os nossos teams. Na verdade seja que do lado do scratch nacional, houve jogadores que estiveram nos seus peiores dias e entre esses figuram Cesar, considerado justamente um dos nossos melhores forwards, J. Pedro, que ainda é considerado das primeiras extremas paulistas, e Fritz, um dos ceifos do nosso publico. Lagreca, levantou-se da cama para ir jogar, não aprovando esse facto, mas nada se lhe podia exigir. De modo que do team inicialmente jogaram bem Friederich velmente Formiga e Chico Netto e apóelles a que especialmente nos não referimos jogaram, como de costume, mal, notadamente Bendi.

Eicks a poucas jardas do goal nada emocionou a assistencia. Quasi ao fim deste tempo conseguiu porrem Grillo marcar facilmente um ponto, bola ir quasi morta. No segundo tempo o jogo animou-se mais e os nossos deram varias avançadas em campo inimigo. Foi duma dessas vezes que Valle levou Friederich dificultando-lhe a carreira para dar tempo a innocenti peço pois que innocenti, o afamado goal-keeper dos *ambrosios*, defendeu na mesma. Tanto bastou porra para que Hutschinson, alardeando, irritantemente, energia e severidade desse um *penalty*, quando o maximo deveria ter dado *free-kick*.

Bateu Friederich e... naturalmente conseguiu inglorio ponto para o seu lado. Hutschinson passou então a um estado impossível. Não contente com este estado de *foot-ball*, com franqueza o que naquele momento achamos indigno dum juiz de *foot-ball*. Com franqueza o que naquele momento achamos indigno dum juiz de *foot-ball*. Magnifico de energia e deciso. Para nós elle foi alem de elevadamente ridiculo profundamente aggressivo.

Estirado a todos os momentos pelas explicações de *foot-ball* do *referee*, o jogo arrastou-se, tendo havido uma pequena emoção num bello goal marcado por Friederich. Estavam as cousas ameaçando uma derrota

ao team italiano quando Ametier fez um bello flagrant dando margem a um *penalty* que empurrou o jogo.

Uma certa parte do publico, num mal entendido haurismo, aplaudindo o rigôr do arbitro, achou justissimo o *penalty* dado contra os italianos. Nós que conhecemos bem o meio afirmamos sem receio de desmentido que se o *penalty* naquellas condições fosse dado contra os nossos jogadores, o publico teria invadido o *goal* e interrompido o jogo.

Achamos o Sr. Hutschinson um optimo juiz em tanto rigor, e não para os nossos matches. Ah! o seu rigor, ridiculo e aggressivo em matches internacionais, é necessario e de bons efeitos pois que é como uma lição. Em matches de responsabilidade é melhor dispensar de vez os seus serviços.

O publico do Velodromo que tão carido, não é com os nossos *foot-ballers* cada vez que elles levam uma *charge*, deve-se lembrar que o *foot-ball* não é nem para crinças nem para rachilhos e que deve ter presente que os nossos hospedes jogaram tres matches seguidos, ficando por tanto num estado lastimavel, ao passo que nos fizemos jogar os nossos bons jogadores no primeiro match e vamos apresental-os em campo amanhã sítos, com as mais pequenas echymoses do primeiro encontro curadas, em contraste com os *players* italianos que saíram dos joelhos e canellas, saíram de voltas de ligaduras.

— Realiza-se hoje o mais importante match do Velodromo. Será o encontro entre o scratch official e o team italiano.

— Domingo, a derrota de Milano I, o *scratch-team*. Scottish-*Paulistans* jogará novamente com o team italiano.

— O juiz de hoje que deveria ser o sr. Ibanes Salles ausente de São Paulo, será o sr. Robinson ou Bergerth, do Rio de Janeiro.

SPORT

### O Torino Foot ball Club bate no campo da Liga Paulista O Sport Club Internacional por 6 a 0

Como se fossem senhores do campo, como se nelle tivessem sempre jogado, os *players* do Torino Foot-ball Club derrotaram por 6 a 0 os rapazes do Internacional, no primeiro encontro que aqui disputaram, domingo ultimo, no Parque Antarctica, perante uma assistencia superior a 8.000 pessoas.

Foram recebidos á entrada do Parque por uma commissão de senhoritas que offereceu um lindo *bouquet* de flores, ao capitão de Backmann.

Compensando essa delicadeza os distinctos moços italianos usaram durante o match uns laços cuidados e delicadezas para com os seus adversarios que a assistencia, coroou a sua retumbante victoria por uma salva de palmas estrepitosa e entusiastica.

O Torino Foot-ball Club mandou a São Paulo o mais homogêneo e o mais equal de todos os teams estrangeiros que nos tem visitado.

Não ha altos nem baixos. Todos jogam primorosamente bem, todos conhecem as suas posições e realizam o que na mais lata accepção da palavra pode ser chamado «Combination».

Os backs não têm a ancia de atirarem a bola para longe. Passam-na doucemente aos *half-backs*, que por sua vez a entregam aos *forwards*. Mas isto sempre. A bola, com uma precisão mathematica, desliza o necessario e em tres passes val de um lado ao outro do campo.

Os *forwards* correm juntos sem necessidade de olharem para o lado. Sabem onde os seus companheiros estão.

A par de um perfeitissimo jogo rasteiro possuem todos os requisitos do jogo de cabeça.

Não sabemos se querendo poderão pôr em pratica o jogo violento, mas é natural pois que possuem jogadores reforçados na defesa.

Domingo ultimo não tiveram necessidade de nada disso marcaram, 6 goals e os adversarios nenhum. Ao terminar o jogo a impressão do publico era de que não firaram mais por não quererem. De facto elles esperdicaram voluntariamente muitas bolas na porta do goal do Internacional.

O juiz foi o advogado Mimoli, que acompanha a Missão, e durante todo o jogo registrou um *foul*, um *penalty* e poucos *off-side*.

Foi uma deliciosa lição de *foot-ball* e o Internacional perante a correção, a sciencia e a delicadeza dos seus adversarios ficou attonito.

realizar-se domingo proximo está desperdiçando um grande e justo interesse, pois que o Corinthians, sendo actualmente o team mais forte da Liga Paulista, com uma grande differença sobre os outros teams, é indiscutivelmente uma das mais fortes equipes do Brasil e das *eleven* mas s'bem treçados que têm pisado *grounds* paulistas.

### São adiadas o Campeonato cyclista do Estado de S. Paulo e o Grande Criterium motocyclistico

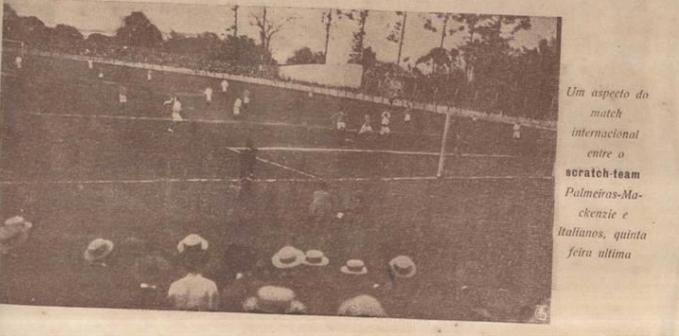
O momento difficil por que neste momento está passando a vida economica de todas as nações, agrava, ainda com a conflagração europea, que tanto e tanto aqui se tem feito sentir, leva-nos a adiar, bem contra a nossa vontade, para epocha mais oportuna o Campeonato Cyclista do Estado de S. Paulo e o Grande Criterium Motocyclistico que deviamos realizar durante este mez e Setembro vindouro.

Todos comprehenderão facilmente as razões que presidem a esta nossa resolução.

Poderemos porém affirmar que apenas a situação se normalise, reencontraremos os nossos trabalhos de organisação e abriremos aos *sportmen* paulistas duas provas que ha muito está reclamando o progresso cyclista e motocyclista deste florescente estado.

— O match com o Corinthians, á

COLEÇÃO ESPORTIVA  
LUIZ FERREIRO DE SAES MOURA



Um aspecto do match internacional entre o scratch-team Palmeiras-Mackenzie e Italianos, quinta feira ultima



Franceses vs. Italianos  
Backmann, captain do Torino, e o arbitro Red Star e o arbitro O Torino ganhou este match por 7 a 1.

Figura 26: págs. 14/15, Sport nº 19, 13/8/1914. Jogos Palmeiras-Mackenzie x italianos e "Franceses x italianos". (Reprodução/Arquivo Pessoal).

### 3.2 Esporte a serviço da raça: *A Cigarra Sportiva* (1917)

Junto aos resultados de *matches* e estampas coloridas do saudável esportista, quase sem perceber, os leitores eram alvo de uma campanha entranhada no dia-a-dia, reforçando, subliminarmente, as teorias científicas então em voga. Da pureza da raça e seu obsessivo branqueamento, à propaganda da educação física como regeneradora da “malsinada” população do País, o discurso saneador impregnava aquelas páginas esportivas [...] Divulgar e premiar a prática esportiva passou a ser “dever físico”, proposta intensificada durante a guerra, que teve em Olavo Bilac o arauto exemplar. [...] Este caráter “regenerador” do esporte seria a tônica das revistas esportivas, solução que apaziguava os temores quanto à conformação do povo brasileiro, cujo biótipo não correspondia ao protótipo dolicocefalo loiro, referência de padrão eugênico. Tendência que se intensificaria nas publicações veiculadas durante a guerra, em cujos campos de batalha se travava um competição política e econômica, mas, igualmente, uma competição de raça (MARTINS, 2008: 346).

É no contexto descrito acima que surge, em 1917 — portanto, em plena Primeira Guerra Mundial —, *A Cigarra Sportiva*. Desde seus primeiros números, em 1914 (ano da eclosão do conflito armado), a revista paulista de variedades *A Cigarra* já contava com uma seção de pelo menos uma página ilustrada sobre esportes, notadamente o futebol, batizada de “*A Cigarra Esportiva*” e exemplificada entre as páginas 49 e 54 deste trabalho. Três anos depois, *A Cigarra Esportiva* passa a ser uma publicação autônoma do mesmo proprietário de *A Cigarra*, Gelásio Pimenta. Ele era marido de Victoria Serva, que, por sua vez, era bisneta de Manoel Antonio Silva Serva (o editor de *As Variedades ou Ensaios de Literatura*, considerada a primeira revista do Brasil) e tia-avó do jornalista Leão Serva, que em 1999 chegou a dirigir a revista *Placar*.

Oportuno ressaltar que *A Cigarra Esportiva* vinha a ser um subproduto de *A Cigarra*, anunciada como a “revista de maior circulação no Estado de São Paulo. *Record* de venda avulsa na capital e no interior [...], impressa em magnífico papel *glacé*”, conforme sua propaganda, ao estilo do vitorioso Gelásio Pimenta. Empresa bem constituída, sensível às demandas do mercado, com ampla penetração em vários Estados do país e no estrangeiro, veiculadora da imagem triunfante da São Paulo moderna [...] (MARTINS, 2008: 348).

Na apresentação da edição número 1 de *A Cigarra Sportiva*, de 9 de junho de 1917, o editor não só justifica os motivos de sua empreitada (autointitulada na mesma página como uma “Revista semanal ilustrada consagrada a todos os ramos de Sport: Turf, Football, Rowing [*remo*], Natação, Automobilismo, Cyclismo, Aviação, Lawn-tennis, Patinação, Pelota, Ping-Pong, Athletismo, etc.”) como reafirma seu compromisso com o ideário da época.

Não foi uma resolução de momento, mas a consequência de um longo e meditado estudo, ao fim do qual reconhecemos ser preciso alargar o circulo da nossa atividade. Se até agora vamos contribuindo para o desenvolvimento artístico e intelectual do nosso meio, de ora em diante procuraremos completar o programma da reação orgânica da nacionalidade, promovendo, por todos os meios ao nosso alcance, o progresso de cultura muscular, predispondo a geração

moderna para o culto da vida athletica. [...] Os exercícos do corpo, as disciplinas, os sports de toda a qualidade podem apagar, no brasileiro, característicos inferiores de raça e integrar nelle todos os valores physicos de um novo typo com belezas de anatomia e pujanças de musculatura. Adestrado nos diferentes sports, que a mocidade adopta como um dos maiores prazeres do seu espirito, o adolescente patricio terá necessariamente perdido a fragilidade e a fealdade do corpo, ganhando em compensação a esbelteza das formas gregas, a robustez dos organismos fortes, uma vez que se entregue methodicamente á educação orgânica dos movimentos, que dão flexões aos musculos, equilibrio aos nervos, coloração ao rosto, empliação ao thorax e uma bondade hercúlea que fará delle um heroe. [...] As condições do clima, no Brasil, malsinam os mais imperfeitos exemplares da raça. Reduzir a proporções mínimas as influências da Natureza [...] — eis uma empresa que só por meio dos diferentes sports se poderá levar de vencida. [...]

Os sports no Brasil salvam muitos moços do regimen degradante, corrigindo-lhes defeitos de caracter, apagando-lhes influencias morbidas, intensificando-os da alegria que sempre proporciona a vida sportiva.

Não há sombra de exagero no que dizemos. Para que esta verdade ganhe fóros de axioma, é bastante atentar tanto nos fracos como nos que se entregam ao exercíco do remo, do foot-ball, do box, dos alteres e do cyclismo. Que infinito contraste! Os últimos são corpos esbeltos, ageis, accumulando uma atividade muscular que lhes permite na vida a realização dos feitos mais audazes.

É animada do proposito de propagar este programma de cultura e de jornada patriotica, tendo por fim a physica — ponto de partida de uma conversão e redempção da nacionalidade, — que surge hoje a Cigarra Sportiva.

<p>REVISTA SEMANAL ILLUSTRADA consagrada a todos os ramos de Sport.</p> <p>Turf, Football, Rowing, Natação, Automobilismo, Cyclismo, Aviação, Lawn-tennis, Patinação, Pelota, Ping-Pong, Athletismo, etc.</p>	 <p>PROPRIETARIO GELÁSIO PIMENTA</p>	<p>ASSIGNATURA: 15\$000 por anno, qualquer tempo a b mez correspondente guiste.</p> <p>Venda avulsa: Numero da revista. Numero atrazado.</p> <p>Redacção e Escriptorio: RUA S. BENTO, 93-A - S. PAULO (Brasil) Telephone, 5.189 - Central</p>
ANNO I	S. Paulo, 9 de Junho de 1917	NUM. I

JOSE ACRAS  
011 9441-4482

## Apresentação

Não foi uma resolução de momento, mas a consequencia de um longo e meditado estudo, ao fim do qual reconhecemos ser preciso alargar o circulo da nossa actividade. Se até agora vamos contribuindo para o desenvolvimento artistico e intellectual do nosso meio, de ora em diante procuraremos completar o programma da reacção organica da nacionalidade, promovendo, por todos os meios ao nosso alcance, o progresso de cultura muscular, predispondo a geração moderna para o culto da vida athletica.

Fazer isto, é meio caminho andado para se chegar, sem cancelras nem sobresaltos, á solução do sorteio militar. Os exercícos do corpo, as disciplinas, os sports de toda a qualidade podem apagar, no brasileiro, característicos inferiores de raça e integrar nelle todos os valores physicos de um novo typo com belezas de anatomia e pujanças de musculatura. Adestrado nos diferentes sports, que a mocidade adopta como um dos maiores prazeres do seu espirito, o adolescente patricio terá necessariamente perdido a fragilidade e a fealdade do corpo, ganhando em compensação a esbelteza das formas gregas, a robustez dos organismos fortes, uma vez que se entregue methodicamente á educação organica dos movimentos, que dão flexões aos musculos, equilibrio aos nervos, coloração ao rosto, ampliação ao thorax e uma bondade hercúlea que fará delle um heroe. Dahi por diante, elle não terá medo da vida militar, porque aprendeu a

ser corajoso e forte e a defender, na hora precisa, os mais sagrados interesses da patria.

Nesta grande guerra que ensanguenta o mundo, a Inglaterra, por exemplo, não teria podido organizar de prompto o exercito que ora se bate nos campos de batalha, se não fóra o seu passado sportivo. Pelo sport do remo e da bola ella conseguiu desenvolver e consolidar o poder de improvisação militar. O mesmo se poderá obter no Brasil, desde que a mocidade seja orientada por aquelles principios de educação physica, tão necessaria a todos, mas sobretudo aos fracos.

As condições do clima, no Brasil, malsinam os mais imperfeitos exemplares da raça. Reduzir a proporções mínimas as influencias da Natureza, no que toca principalmente ao calor excessivo, á humidade flagelante e á variabilidade do ambiente atmosferico — eis uma empresa que só por meio dos diferentes sports se poderá levar de vencida. Tudo na vida é susceptivel de perjeição, e se cada moço se dispuzer a reagir no terreno da physica pela força, pelo vigor e pela saude, facil lhe será chegar até ao dominio physico, constituindo-se um ser de beleza moral.

Os sports no Brasil salvam muitos moços do regimen degradante, corrigindo-lhes defeitos de caracter, apagando-lhes influencias morbidas, intensificando-os da alegria que sempre proporciona a vida sportiva.

Não há sombra de exagero no que dizemos. Para que esta verdade

ganhe fóros de axioma, é bastante atentar tantos no fracos como nos que se entregam ao exercíco do remo, do foot-ball, do box, dos alteres e do cyclismo. Que infinito contraste! Os últimos são corpos esbeltos, ageis, accumulando uma actividade muscular que lhes permite na vida a realização dos feitos mais audazes.

E' animada do proposito de propagar este programma de cultura e de jornada patriotica, tendo por fim a physica — ponto de partida de uma conversão e redempção da nacionalidade, — que surge hoje a Cigarra Sportiva.

A' rutilante mocidade athletica cumpre acolhel-a com carinhosa sympathia, uma vez que ella vem desempenhar no nosso meio uma alta missão social — a missão de contribuir com outros factores para o esplendor e gloria da nossa raça. Temos dito.

\* Um cliente entra num consultorio

\* \* de um dentista para mandar examinar os dentes.

O profissional depois de os ter revistado, exclama:

— Que estupenda dentadura!...

— Que bom! assim nada ha que fazer...

— Ao contrario. Ha quatro dentes para arrancar, tres para chumbar e dois para limpar.

\* N'um "restaurant" economico:

\* \* Um freguez diz ao criado que deseja falar com o dono do restaurant.

Este acode immediatamente.

— Chamel-o para lhe dizer que, na lista, ha um erro de imprensa. Quebra lér isso aqui:

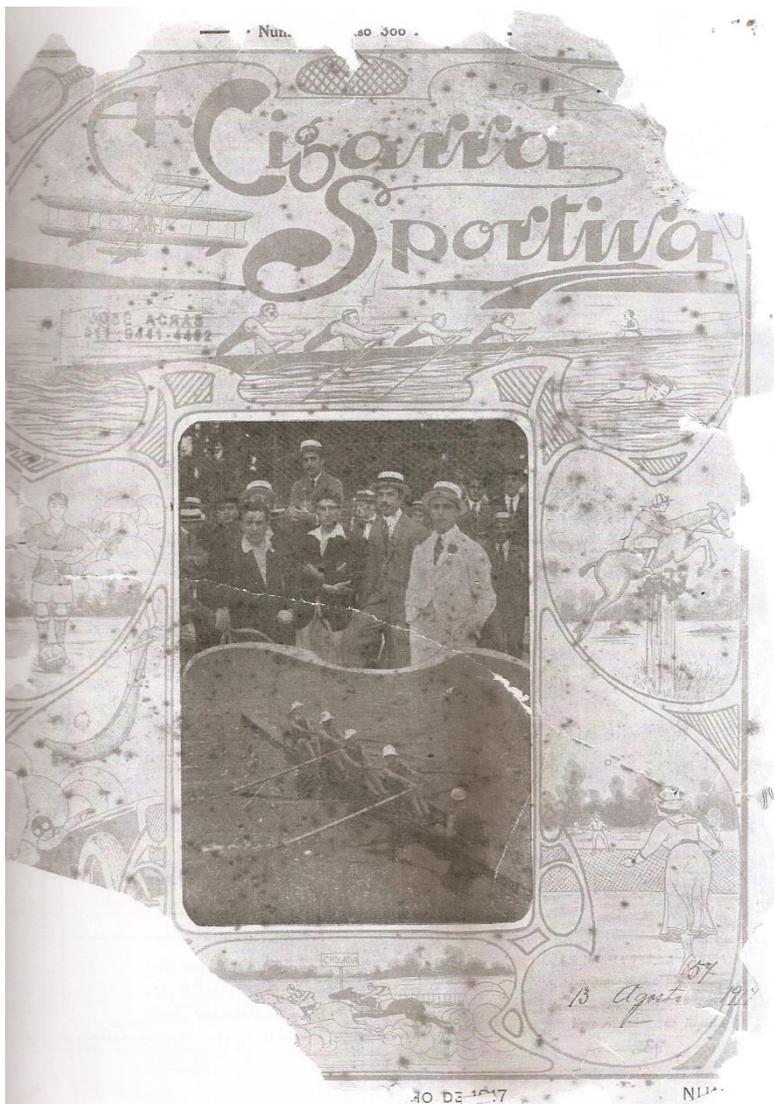
— "Doces variados."

— Então, veja — e mostra uma lista inteiramente desordenada, que acab de lhe servir. — E' fóra de duvida o senhor queria dizer: "Doces avaria

Figura 27: A Cigarra Sportiva  
nº 1, 9/6/1917. "Apresentação"  
(Reprodução/Arquivo Pessoal).

Do mesmo proprietário de *A Cigarra*, [*A Cigarra Esportiva*] apresenta um projeto gráfico muito semelhante, organizando também seu conteúdo na forma de diversas seções. Procura dar cobertura a todos os esportes do momento, “turf, football, rowing, natação, automobilismo, cyclismo, aviação, lawn-tennis, patinação, pelota, ping-pong e atletismo”. Cobrindo os principais campeonatos e competições, apresentando os resultados e comentando os desempenhos das equipes e dos atletas. Na última página, aparece a seção “O Sport no Extranjeiro”, com textos sobre diversas novidades esportivas em outros países. Também promove concursos entre os leitores, perguntando “Quaes serão os vencedores dos campeonatos de 1ª e 2ª divisões”. Praticamente todas as páginas da revista são ilustradas, apresentando fotos de eventos esportivos, equipes e atletas. A publicidade está nas contracapas, última capa e alguns poucos anúncios nas páginas internas. Entre os anunciantes, aparecem Mappin Stores, Casa Tolle, Charutos Stender e a revista *A Cigarra* (CRUZ, 1997:93).

Semanal, *A Cigarra Sportiva* era publicada aos sábados. No primeiro número, o *football* está presente em onze de suas 32 páginas, inclusive a capa — embora apenas nas alegorias de fundo e não nas fotos principais, que trazem tênis e remo (figura 28).



*Figura 28: capa de A Cigarra Sportiva nº 1, 9/6/1917 (Reprodução/ Arquivo Pessoal).*

Na edição número 1 de *A Cigarra Sportiva*, o futebol dividia espaço com: uma reportagem sobre um treino de atendimento a feridos de guerra por parte de enfermeiras da Cruz Vermelha Brasileira (duas páginas); turfe (três páginas); remo (quatro páginas); lawn-tennis (uma página); ciclismo (uma página) e a seção “O Sport no Extranjeiro”, com textos sobre diversas novidades esportivas em outros países — inclusive o futebol na França e na Argentina, nas últimas sete páginas. Destaque para a cobertura dos jogos do Campeonato Paulista de 1917 (figuras 29 a 31), com cinco páginas ilustradas. Em duas delas, notam-se uma vez mais as tradicionais fotos da assistência, com seus casacos e chapéus à moda europeia.

**A CIGARRA SPORTIVA**

**FOOT-BALL**

**O Foot-Ball em S. Paulo**

O sport bretão, tão conhecido no Brasil, está resurgindo em S. Paulo. Quem ler esta phrase, tantas vezes empregada pelas chrochistas, que sempre, por dever de officio, descambam para o exaggero, dirá que ella é banal e não exprime

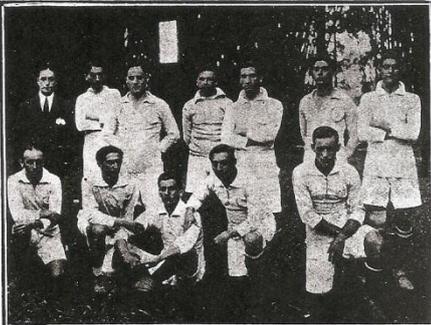
tissimas entre os clubs, determinavam, não raro, conflitos terríveis. As scenas vergonhosas eram inevitaveis: pugilatos em pleno jogo, decisões desastradas dos juizzes, manifestações estupidas do publico da geral, saídas affrontosas de teams da arena, insultos, ameaças, bengaladas! E o peor de tudo isto era que a direcção suprema de

esos, que desgostavam sobremaneira o publico.

Assim, o Velodromo, em pouco tempo, deixou de ser a reunião obrigatoria, aos domingos e dias feriados, da nossa sociedade distincta. Os clubs obsecados pela conquista dos trophes, esqueceram-se da sua alevantada missão, e começaram a agir de maneira a provocar asco aos seus apreciadores. Sociedades correctas, de lindas tradições, com um passado cheio de glorias e com um activo de actos nobilissimos consideravel, abandonaram os antigos processos e se entregaram, de braços abertos ao profissionalismo, á corrupção, á perfidia. O resultado dessa vergonhosa, dessa deploravel postergação dos principios salutareos que presidiam, outróra, á organização das equipes, foi a decadencia rapida. De repente, apparecia um homem de acção, de tempera rija, que, illuminado ainda pelo antigo esplendor, pretendia reerguer o foot-ball. Lutava desesperadamente. Atacava, de frente, os elementos perniciosos. Procurava curar as chagas, que se alastravam no velho organismo. Inutil todo o seu esforço. Quando menos esperava, via-se enleado pelos inimigos, enredado em intrigas e contumelias grosseiras. Reagir? Não era possível. O inimigo — a falta de escrupulo, a peito, a leniãcia, a podridão em summa — era fortissima, e asphyxiava todos as boas iniciativas que nasciam.

A vida sportiva, em S. Paulo, ia nesse caminho tortuoso. Em 1911, houve mais

S. BENTO VERSO PALESTRA ITALIA      **JOSÉ ACRAS**  
011 9441-4482



O 1.º team do “São Bento”, que jogou domingo, 17 de Maio, no Parque Antarctica, com o “Palestra Italia”, empatando por um goal a um

a verdade. Effectivamente, os scepticos que não se convencem da realidade immediatamente, não acreditarão nesta asserção, porque, desde 1908, se vem affirmando que os tempos aureos do foot-ball voltaram.

Mas, a verdade, a verdade nua e crua, que não pode soffrer contestação, é que, depois de 1917, isto é, logo após a fusão das duas Ligas que estiveram, por alguns annos, separadas, uma vida nova e promissora começou para o foot-ball. Era natural. O povo paulista, acostumado a assistir ás lutas, ás cavalherescas retregas do primeiro campeonato organizado em S. Paulo, abandonou essas praças de sport desde que o germen da discordia, da indisciplina, da intriga, corroem o organismo das mais perfeitas sociedades sportivas. Data de 1905, em que se deu a scisão do Paulistano, a decadencia do Sport, que parecia ter caído, definitivamente, nas boas graças da nossa população. E' que, dessa época em diante, as lutas nos campos não decorriam com a lisura e a delicadeza dos outros torneios, que marcaram época. As rivalidades, for-

um esforço herculeo para se volver ao passado. O resultado não foi completo. O impulso dado, porém, foi extraordinario,

S. BENTO VERSUS PALESTRA ITALIA



O 1.º team do “Palestra Italia”, que jogou com o São Bento, no Parque Antarctica, empatando por um goal a um

Figura 29: página dedicada à cobertura dos jogos do Campeonato Paulista em *A Cigarra Sportiva* nº 1, 9/6/1917 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

A CIGARRA SPORTIVA

As vezes assim que varios clubs se refre-
tam, não adaptando as praxes até allí se-
gundas. Em 1917, registamos a seguinte:
Foi um mal! Não. Não teve o merito de
ganhar. João do trigo. Não queremos di-
zer que a Liga Paulista, a entidade vete-
rana que vinha acompanhando a derrota-
da. Mas com todos os matizes do foot-
ball. Para é confesar que, entre as so-
ciedades que lhe foram fiéis, existiam al-
gumas que se atararam celebrares pela ado-
ção de praxes indecorosas. Com a Asso-
ciação Paulista, que nasceu, o mesmo
aconteceu. Foi essa a sua grande forca,
que a tempo imediatamente no país.
Mas de alguns meses, a Associação era
procurada pelos antigos clubs do foot-
ball, aliados à Liga. O assumpto, porém, é
seu, e no proximo numero voltaremos
a isto.

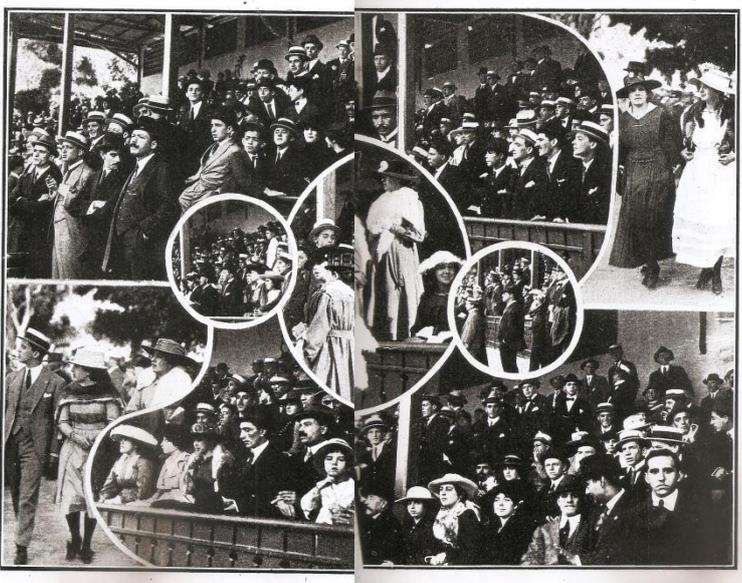
Matches Inter-municipaes

O "Commercial" em S. Paulo
Na ultima semana do mes passado, inces-
santemente, a imprensa de S. Paulo es-
creveu esta noticia: "Está nesta capital
o Commercial de Ribeirão Preto, que
deputará, aqui, duas senhores-ma-
dões, sendo uma com o Palestra Italia e
outro com a Associação Athletica das
Piauienses".

Esta noticia pôz em alvoroço todas as
que se interessam pelo sport hieico. Nem
um match internacional, cremos, teve a
gloria, neste ultimo tempo, de provocar
tanta curiosidade.

Afinal, porque? Não era um team do
interior, complemento dos de S. Paulo, e,
por conseguinte, uma nada de extraordiná-
rio que pudesse agitar os apaixonados?
Por certo que era.

Mas, certas circunstancias, conheci-
das do publico, é que motivaram o inter-
esse que logo essas pagas despertaram.
A Sociedade da terra do café era a mais
forte do interior. Vencera, galhardamen-
te, os teams de Amparo, de Piracicaba,
Mogi Mirim, Campinas. Em sua cam-
panha de Ribeirão Preto, a legara
o maior victorioso do Club Athletico Paulista-
no, o vencedor do campeonato paulista
de 1916. Foi este ultimo team que
perdeu, que calou tanto nas rodas sportivas.
Para sermos francos, esta refeencia não
foi formulada com o intuito de a com-
paração da equipa vencedora e a que
não pôde ser escocada, é esta: a
veterana sociedade paulista dispuzo o
match no principio deste anno, e
vencido, a Sociedade da terra do café,
multiplicou de concorre e tempera agra-
da. Estava sem jogadores. Estava sem
terrace. Não se sabiam as praxes, as posi-
ções que os jogadores deviam occupar. A
directoria do club reunia, ás pressas, os
rapazes dispuzo.



match do Paulistano versus
Ypiranga na Floresta
E a título de exemplo, vejamos os onze
jogadores dispuzo. Entre estes, figu-
ra Fredericchi, que, com o ser um dos
melhores foot-balleiros do Brasil, abnor-
malmente não tem a facilidade de fortificar,
scilicet, uma esquadra. Foi mais um ex-
emplo de que outra coisa. E neste caso, foi
circundado o publico paulista, porém, im-
pressionou-se com o resultado. Vencer o
Paulistano, uma associação do interior do
Estado! Não! O Commercial era esta-
do, era magnifico. Semelhante triunfo
não obteria uma equipa medior, e
rapazes brianos e acanhados. Mas o
sabia, esse mesmo publico, sempre lige-
ro e criticaço, que, entre os sete brianos
acanhados, estavam os irmãos Bruto
campeões da America do Sul, que, des-
de saírem do Uruguay, estiveram a
actividade em S. Paulo. Rio de Janeiro
varias cidades; estava Barão, que ap-
prezou a jogar no Mackenzie, que se
habilitou no Americano, e, mais tarde, no
São Bento. Eram esses elementos que
constituam a força potencial da equipa.
Assim sendo, não era prodigiosa a
sua acção. Supponhamos que amanha,
por uma casualidade qualquer, Frederic-
chi, Lagares, Arzuffi, Forquiza, Hei-
nrich, Sergio, e outros notaveis paulistas se
transferissem para Santo Amaro, fortifi-
cando o team e dali, e que este, um bello
dia, vencesse o scratch da Associação.
Poder-se-ia dizer que o Santo Amaro era
o campeão do Brasil? É claro que não.
Cada cidade fez os seus jogadores, que
sejam residentes na terra, e depois, sim,
se apresente no campo para ganhar. En-
tão, terá todos os honrosos elogijs. Mas,
estar campeões aqui e alli, como se fez

A CIGARRA SPORTIVA

agora, não é uma obra de grande merito:
qualquer localidade, villa mesmo que
seja, não terá difficuldades em formar
teams de foot-balleiros incommensuráveis...
O que é facto, porém, é que o Commer-
cial começou a ter fama, começou a ter
celebridade. E dali, o grande interesse
com que, nas noites sportivas paulistas,
se acompanharam as pagas inter-muni-
cipaes, realizadas na Floresta.

O primeiro encontro, com o Palestra,
justificou em parte a tal fama: a rapidez
da sua linha de forward, que efectivamen-
te é excepcional, deu em resultado
empate.

O club Ituliano, que não descurou os
francos, logo no principio, do seu antago-
nista, não pôde tirar partido. Mas o Pal-
estra, dias depois, deu uma optima
lição no campo extraordinario, que matu-
ramente ganhou a partida, com a de-
rrota de mestre, a applicada. Quatro a
zero — é uma victoria admirável. E não
se diga que foi sorte. A sorte só protage
pela lagreste e nada mais.

Se o Club da Floresta tivesse ganho
por um ponto, mesmo por dois, pôde-se
dizer que foi, como se diz vulgarmente,
uma "bomba". Mas, não. Foram quatro
goals, marcados bellamente por Castilho
e Demostenes.

Associação Paulista de Sports Athleticos

Os matches de domingo

O Paulistano venceu, sem brilho, e C.
A. Ypiranga. Não se esperava isso. Calcu-
lavamos que se ia assistir a uma pagina em-
boscada, cheia de peripetias que nos fa-
ziam vibrar, e afinal, não houve propriamen-
te um tirocínio desicativo que nos fizesse
espaço.

O Paulistano não descurou o seu
magnifico jogo, que aproveitou no en-
contro com o Palestra. E o Ypiranga, sem
Fredericchi, o primeiro forward de São
Paulo, deixou-se vencer com uma facilitade
espartana.

Mas... descuramos o match, que é mel-
hor. Escocido pelo Paulistano o campo de
da direita é archibancada e que tinha
a seu favor o gol e o vento, ás 13:45 o sr.
Agostinho Teles, da A. A. Paulistana, apli-
cou o drible e a bola; a linha de amparo do
Ypiranga investiu logo, perdendo mal oc-
casão. Porém, que substituiu Fredericchi na
posição de "center-forward", optima
oportunidade de fazer um "goal", pois,
completamente livre sobre a bola.

Logo a seguir registamos um "hand-
ic", cometido por um "player" paulista;
baldado o "free-kick", nada resultou; nova
investida do Ypiranga dá como conse-
quencia o Paulistano commetter o 1.º
"corner" do dia que, batido, foi inutilisado
por Orlando.

Caba a vez a Formiga de shootar em
"goal" dentro em um "hand"; o mimado
campeão cvria fortissimo "kick" que Cu-

Figura 30: páginas dedicada à cobertura dos jogos do Campeonato Paulista em A Cigarra Sportiva nº 1, 9/6/1917 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

A CIGARRA SPORTIVA
Aqui abaixo robota de maneira brilhante
com o pé. Esta feita porvoca prolongados
aplausos da enorme assistência.
O vencedor desta maneira a
Sociedade da terra do café, a memora
phero. Mariano encoga com a memora
mandando-o extrairto fóra; de posse da
bola, correndo, a linha Ypirangista se
afreza, mas, porcos, não encontra admira-
velmente, mas Peres, do novo livro, aboat-
a tempo.

FOOT-BALL
JOSÉ ACRAS
611 9441-4482

Figura 31: páginas dedicada à cobertura dos jogos do Campeonato Paulista em A Cigarra Sportiva nº 1, 9/6/1917. (Reprodução/Arquivo Pessoal).

A partir da edição número 3, o futebol passa a dominar a revista. Ocupa a foto principal da capa, com o jogador Arthur Friedenreich, considerado o Pelé das primeiras décadas do século passado (figura 32). Ocupará também as capas das quatro edições seguintes (figuras 33 a 36).



Figura 32: capa de *A Cigarra Sportiva* nº 3, 23/6/1917, com foto de futebol (Arthur Friedenreich) (Reprodução/Arquivo Pessoal).

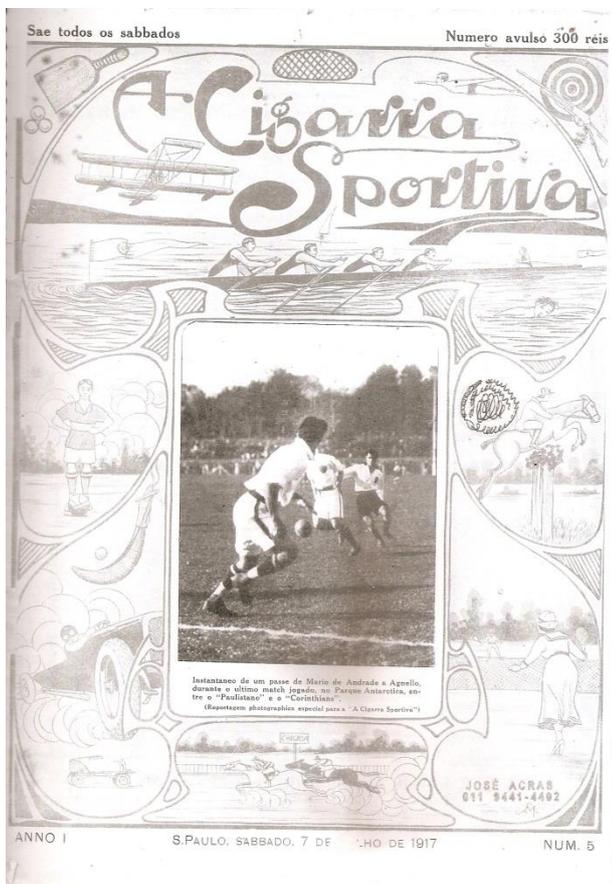


Figura 33: capa de A Cigarra Sportiva n° 4, 30/6/1917 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

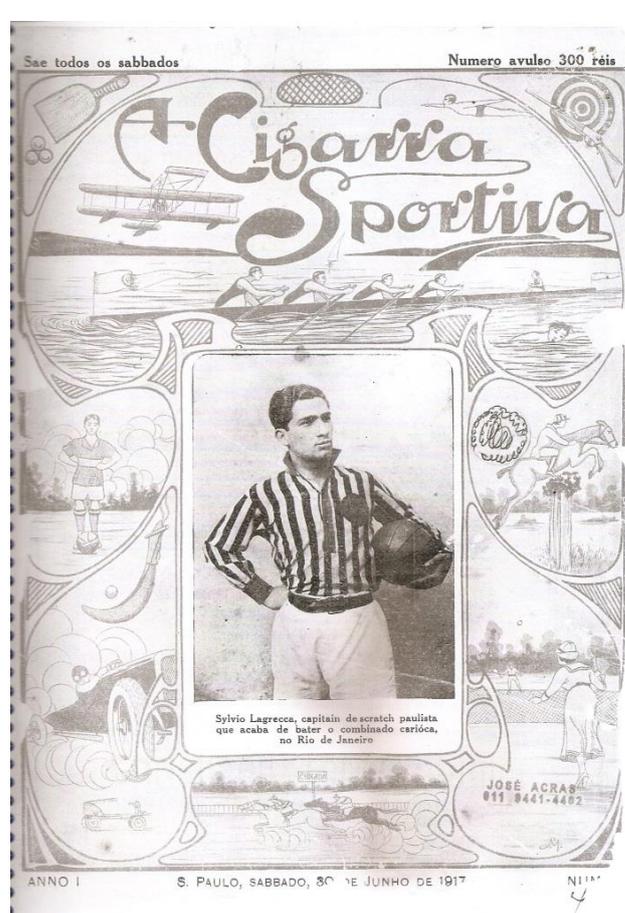


Figura 34: capa de A Cigarra Sportiva n° 5, 7/7/1917 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

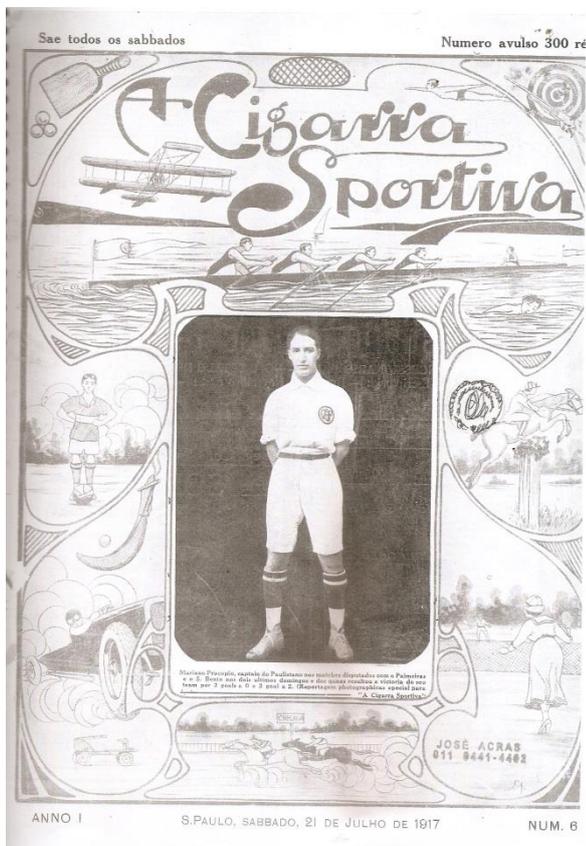


Figura 35: capa de A Cigarra Sportiva n° 6, 21/7/1917 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

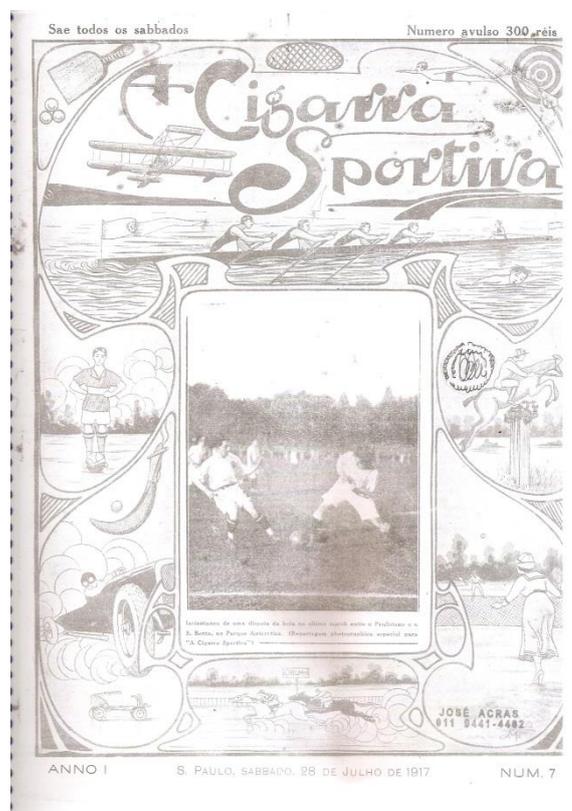
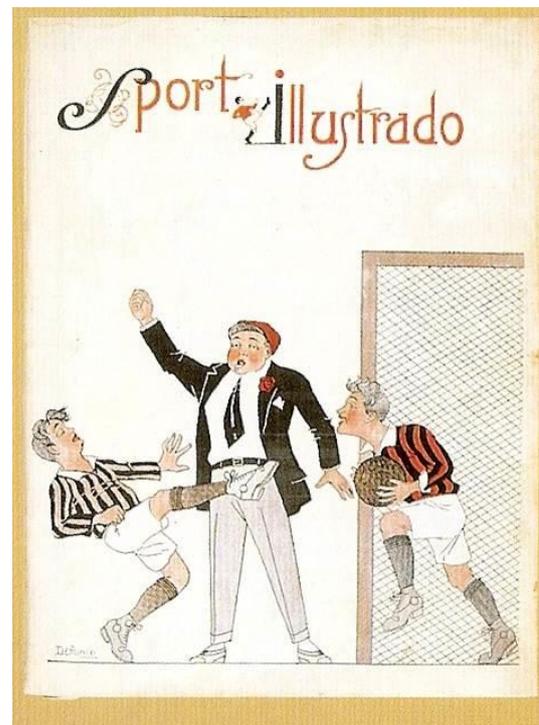
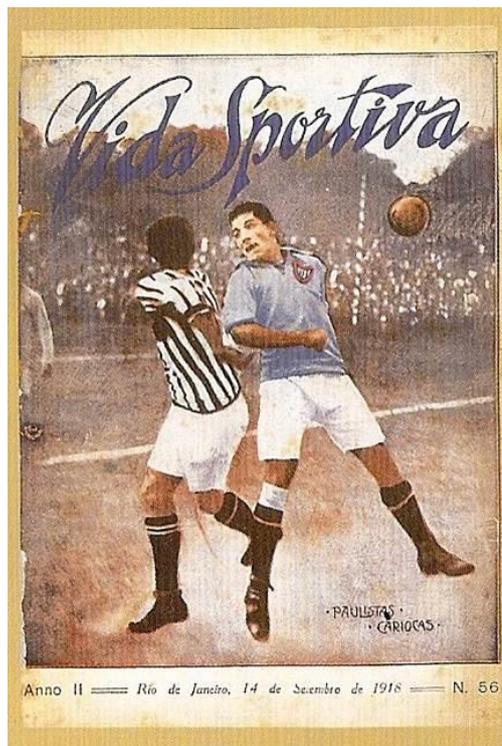


Figura 36: capa de A Cigarra Sportiva n° 7, 28/7/1917 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

### 3.3 Tentativas esparsas: *Vida Sportiva* (1917), *Sports* (1919), *Sport Illustrado* (1920) e *São Paulo Illustrado* (1920)

Por volta de 1919, o ampliado elenco de modalidades esportivas tinha rebatimento nas revistas, que introduziam seções especializadas de *football*, atletismo, ciclismo, automobilismo, aviação, motociclismo, hipismo, náutica, turfe, tênis e educação física, assim como já contava com redatores especializados. No expediente da *Cigarra Esportiva [sic]*, encontravam-se os nomes de Antonio dos Santos Figueiredo, assinando matérias sobre futebol; Alfredo Redondo, sob pseudônimo de Dr. Semana, noticiando o turfe; Maércio Munhós, divulgando o tênis, e Pedro Cunha, o *rowing*. Com exceção do futebol, que se disseminava pelos arrabaldes da cidade, os demais gêneros ainda eram praticados e desfrutados apenas por aquinhoados da fortuna (MARTINS, 2008: 348).

Sobre esse período, *A Revista no Brasil*, livro organizado pela Editora Abril na passagem de seu cinquentenário, em 2000, registra: “O futebol atravessaria o século XX como o esporte favorito de leitores e editores das revistas especializadas — desde *Vida Sportiva* (1918)<sup>16</sup> e *Sport Illustrado* (1920) até *Placar*” (VÁRIOS AUTORES, 2000: 31). Não traz, no entanto, maiores detalhes sobre ambas as publicações (figuras 37 e 38), editadas no Rio de Janeiro.



Figuras 37 e 38: capas de *Vida Sportiva* (1917) e *Sport Illustrado* (1920) (Reprodução).

Em seu livro sobre as histórias da imprensa esportiva do Brasil, o jornalista André Ribeiro faz, ainda, menção a uma dessas duas publicações em um diálogo romanceado entre o

<sup>16</sup> Na verdade, 1917, pois a capa reproduzida acima registra a edição de número 56, de 14 de setembro de 1918, como sendo do “Anno II” (N. do A.)

jornalista paulista Mário Cardim e o escritor carioca Coelho Neto, que, a certa altura, teria dito: “Outra notícia importante para nós, jornalistas, é que temos mais um veículo para transmitir nossas opiniões. Gelásio Pimenta acaba de criar a revista *Cigarra Esportiva [sic]*, e eu soube que também está nas ruas a *Vida Esportiva*” (RIBEIRO, 2007: 48-49). Quanto a *Sport Illustrado*, o título ressurgiria, também no Rio de Janeiro, entre 1938 e 1956, dessa vez para ficar.

Já *São Paulo Illustrado*, revista composta e impressa nas “grandes oficinas de obras do [jornal] ‘Estado de S. Paulo’” entre 1920 e 1921, não nasceu futebolística, nem mesmo esportiva. Começou intitulando-se uma “revista semanal de actualidades” que “aparece às sextas-feiras”. Aos poucos, porém, a “Chronica dos Sports”, que ocupava apenas uma de suas 32 páginas, foi ganhando espaço. A partir do número 18, de 2 de julho de 1920, Arthur Friedenreich, o maior ídolo esportivo da época, inaugura a era das celebridades futebolísticas com uma série de fotos colecionáveis de jogadores que passariam a estampar a capa (figura



39).

*Figura 39: Friedenreich, foto colecionável na capa de São Paulo Illustrado nº 18, 2/7/1920 (Reprodução/Arquivo Pessoal).*

A partir do número 23, de 6 de agosto de 1920, a revista passa a assumir um subtítulo mais abrangente, que inclui sua vocação esportiva: “Arte – Esportes – Modas – Actualidades”. No número 34, de 22 de outubro de 1920, vira um “Semanário popular de arte, esportes, modas, actualidades”. O tema da popularização, aliás, torna-se cada vez mais caro à revista, a ponto de o slogan da edição número 55, de 8 de julho de 1921, última à qual este trabalho teve acesso, ser: “A revista popularíssima – da choupana do pobre ao palácio do rico!” (figura 40). Nesta, a metade das 16 páginas trazia alguma referência esportiva, principalmente ao futebol.

A REVISTA POPULARÍSSIMA: — DA CHOUPANA DO POBRE AO PALACIO DO RICOT

NUMERO AVULSO NA CAPITAL **200 Rs.**  
INTERIOR e ESTADOS, 400 rs.

*S. Paulo*  
*Illustrado*

ANNO II Sexta-feira, 8 de Julho de 1921 NUM. 55

EXTRACTO DE MALTE  
**“ANCORA”**  
Poderoso fortificante  
PEAKE & C.  
Rua Direita, 2, sob. — Caixa Postal, 155 — Tel. Cent.  
1798 — São Paulo.

**“Selecta”**  
CIGARROS SEM CÓLA PRIVILIGIADOS

**Moça bonita**  
Para ser bonita, attrahente, chik, formosa e bella é necessário, imprescindível mesmo, usar o já universal creme  
**SARDOL**  
De L. CAMARGO  
com o uso do qual DESAPARECEM como por encanto, em poucos dias, AS SARDAS E MANCHAS DA PELLE sejam quese forem as suas origens.  
A VENDA NAS DROGARIAS, PHARMACIAS E PERPUMARIAS  
S. PAULO



CYRO D'ALESSIO, estimado zagueiro da “Mackenzie-Portuguesa”.  
(Ver a chronica esportiva).

**AGUA DO TABOÃO** Ainda e sempre a primeira agua de mesa  
RECOMMENDADA POR DISTINCTOS CLINICOS.  
— TELEPHONE, 733, AVENIDA —

2.ª EDIÇÃO

Figura 40: São Paulo Illustrado nº 55, 8/7/1921 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

No entanto, e como afirma Ana Luiza Martins, “a síntese desse momento esportivo pode ser captada na revista *Sports*, lançada em 1919” (MARTINS, 2008: 349).

Publicação de fatura superior, resultava do amadurecimento das edições do gênero, espelhando as tantas modalidades em curso. Mais do que isso, porém, da composição do corpo editorial ao teor de seus artigos de fundo, *Sports* era documento de fácil leitura, em que aflorava a mentalidade da elite dominante, a serviço daqueles valores presididos pelo fortalecimento da raça, a busca de sua conformação hercúlea, seu embranquecimento, a superioridade do “forte”. [...] Não era uma revista barata. A capa desenhada por [Thorwal] Rasmussen surpreendeu o público, pois em geral as revistas esportivas não se esmeravam em recursos artísticos de ilustração. [...] Iniciativa de sócios do clube Paulistano, produzida *pela e para* a elite, pertencia ao grupo Netto & Thormusse, reunindo nomes da São Paulo elegante que se encontravam nos *matches* da Capital (MARTINS, 2008: 349).

*Sports* não era, de fato, uma revista popular. Nem mesmo de futebol: intitulava-se “revista de todos os sports/actualidade esportiva mundial” e propunha-se a circular mensalmente. Seu “summario”, tradicionalmente publicado na 13ª página, prometia uma variedade esportiva que ia do atletismo ao boxe, do tênis ao motociclismo e automobilismo, além de temas genéricos como “aquática” e “educação física”, ou estranhos, como “aviação” e “dança clássica”. Apesar disso, *Sport* nunca dedicava ao futebol menos que quatro páginas de um total de 36. Dedicou a ele, também, a alegoria da capa já em sua edição número 2, de janeiro de 1920 (figura 41). Na revista, os jogadores de futebol, seguindo o refinado padrão gráfico da publicação, eram representados por caricaturas moderníssimas para a época (figura 42).

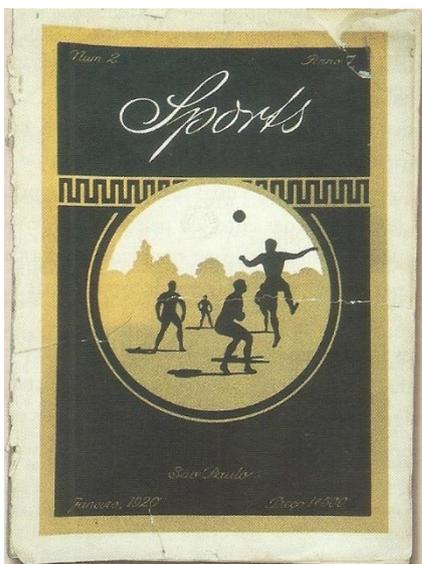


Figura 41: o futebol na capa de *Sports* (Reprodução).

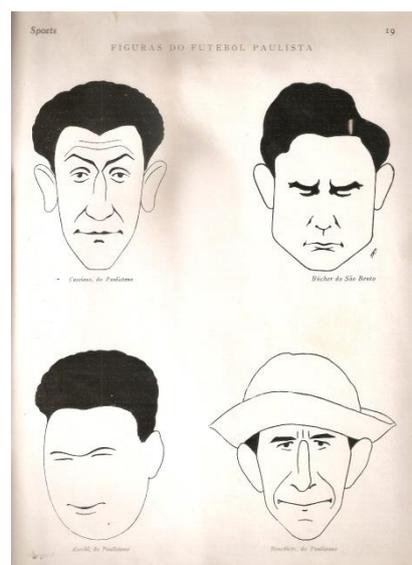


Figura 42: caricaturas de jogadores em *Sports* (Reprodução)

A requintada apresentação gráfica de *Sports*, impressa em duas cores, com Thorwal Rasmussen como diretor artístico, atrelava-se às vanguardas estéticas do período. Mais que isso, configurava o grupo social ao qual servia, confirmando a figuração da “modernidade”, vezo de conduta das elites de países dependentes, sempre afinadas com a última nova, quando não a última novidade, numa tentativa de superar, se não a origem periférica, as defasagens decorrentes de um tempo cultural diverso (MARTINS, 2008: 349).

Especificamente sobre a importância da caricatura para as revistas da época, como *Sports*, Dulcília Buitoni ressalta:

A arte da caricatura representava um caminho próprio, bastante original, para as revistas ilustradas. Podemos dizer que traduzia caracteres brasileiros em desenhos quase sempre criativos. E representava uma alternativa nacional no que diz respeito a modelo de imprensa. A caricatura consubstanciava a visão crítica que validava uma publicação. Pois, se não fosse a caricatura, muitas delas seriam apenas mundanas, espelho da burguesia que se formava (BUITONI, 2009: 52/53).

### 3.4 Instrumentos da popularização: *Sport Illustrado* (1938-1956) e *O Globo Sportivo* (1938-1952)

Naquele outubro de 1930, quando os gaúchos amarraram seus cavalos no obelisco da Avenida Rio Branco, poucos duvidavam se tratar de um momento singular na vida política brasileira. O que ninguém podia prever, de fato, é que a nova ordem que se instituiu seria fundamental também para os rumos do futebol no país, uma vez que o Estado organizado por Getúlio Vargas estabeleceria uma série de imposições disciplinadoras do universo esportivo, ao mesmo tempo que o encararia como um dos elementos capazes de moldar a identidade nacional (AGOSTINO, 2002: 140).

Substituição no Brasil de 1930 (e isso não é uma referência aos jogos da primeira Copa do Mundo, disputada no Uruguai naquele mesmo ano e na qual a Seleção Brasileira acabou precocemente eliminada pela Iugoslávia): sai a República Velha, representada por uma elite “pela qual e para a qual”, nas palavras de Ana Luiza Martins, eram feitas as revistas (inclusive sobre futebol); entra o projeto nacional de Getúlio Vargas, a partir da Revolução de 1930. Nos anos seguintes, o país irá aos poucos urbanizar-se e, em um segundo momento, industrializar-se, criando um novo mercado consumidor, inclusive para as revistas e o futebol. A hora era de oferecer cultura e diversão também às massas. Em 1932, a velha ordem tentou reagir, no episódio liderado por São Paulo e conhecido como Revolução Constitucionalista, mas que foi logo debelado.

Getúlio Vargas, apesar de vencedor em 1932, empenhou-se em superar as cicatrizes do episódio, anunciando que nenhum tipo de represália seria impingida à população paulista. No campo esportivo, não foi por acaso que, em 1933, se idealizou a taça Rio-São Paulo, procurando promover a aproximação entre as praças. Naquele mesmo ano, o governo instituiu a profissionalização do futebol, superando os limites do profissionalismo marrom que caracterizara o esporte por tantos anos. Na verdade, os esforços governamentais foram ainda mais longe, uma vez que se percebera o quanto o futebol era um importante instrumento para moldar a visão que o brasileiro tinha de si próprio (AGOSTINO, 2002: 142).

Maior veículo de comunicação do país, o rádio já se tornara um importante meio de propagação também do futebol. Em 19 de julho de 1931, Nicolau Tuma transmitiu pela primeira vez uma partida na íntegra: seleção paulista 6, seleção paranaense 4, direto da Chácara da Floresta (região da atual Ponte das Bandeiras), em São Paulo, pela Rádio Sociedade Educadora Paulista. Em 1938, Gagliano Netto realizou, para as rádios Cruzeiro do Sul, de São Paulo, e Cosmos, do Rio de Janeiro, a primeira transmissão dos jogos de uma Copa do Mundo, direto da França. Aquele ano de 1938 foi mesmo um marco para a popularização do futebol no país, principalmente por causa da participação brasileira no campeonato mundial. Pela primeira vez, e ao contrário do que havia acontecido nas duas

competições anteriores, a Seleção Brasileira se fez representar por seu melhor time. Livre das brigas entre paulistas e cariocas, que prejudicaram a convocação dos jogadores para a Copa do Uruguai, em 1930, ou entre amadoristas e profissionalistas, que impediram a presença da equipe com força máxima na Itália, em 1934. Da França, em 1938, o Brasil retornou não só com um honroso terceiro lugar como com um ídolo consagrado: Leônidas da Silva<sup>17</sup>. Não é, portanto, mera coincidência que em 1938 tenham surgido, no Rio de Janeiro, duas revistas comprometidas com esse processo de popularização tanto da mídia quanto do futebol: *Sport Illustrado* e *O Globo Sportivo*.

A Copa do Mundo de 1938 transformou definitivamente a imprensa esportiva brasileira. Desde os preparativos da Seleção até o retorno da França, não se falava em outra coisa nas ruas das grandes capitais do país. Os jornais faturavam alto, e a criatividade de cada um determinou o sucesso nas vendas. No Rio de Janeiro era lançada a primeira revista especializada em futebol, *Sport Illustrado*, enquanto *O Globo* criava suplemento específico, batizado de *O Globo Sportivo* (RIBEIRO, 2007: 98).

Apesar de, no trecho acima, André Ribeiro considerá-la “a primeira revista especializada em futebol”, *Sport Illustrado*, assim como *O Globo Sportivo*, partiu de uma proposta poliesportiva, para só depois assumir o chamado esporte bretão como seu carro-chefe. *Sport Illustrado* (que a partir da edição número 158, de 17 de abril de 1941, passa a se chamar *Esporte Illustrado*, cedendo à xenofobia crescente daqueles dias de Segunda Guerra Mundial) chegou antes, em 12 de abril de 1938. Semanal, em suas onze primeiras capas, publicadas até 22 de junho, irá contemplar os mais variados esportes — da natação, com a foto de Dulce Pereira da Silva, atleta do então Clube de Regatas Botafogo<sup>18</sup>, em ousados trajes de banho para a época em seu número 1 (figura 43), ao automobilismo, com uma montagem sobre fotos dos pilotos Carlo Maria Pintacuda, Manoel de Oliveira e os vencedores do Circuito da Gávea (figura 44). Nesse meio tempo, as capas fizeram alusão ao tênis (edição número 2), de novo à natação (números 3, 7 e 9), ao vôlei (número 4), ao iatismo (números 5 e 6), à caça à raposa (número 8) e uma vez mais ao automobilismo (número 10). Somente em seu décimo segundo número, datado de 29 de junho, é que *Sport Illustrado* vai se render à popularidade do futebol e de Leônidas da Silva, o “Diamante Negro”, principal jogador do Brasil na Copa do Mundo da França, encerrada dez dias antes da data de capa. Nesta, ele

<sup>17</sup> Leônidas da Silva (1913-2004) era também chamado de Homem Borracha, por sua elasticidade, e de Diamante Negro, pela cor de sua pele e qualidade de seu futebol. Considerado por muitos o inventor da bicicleta (lance acrobático em que o jogador, de costas para a direção em que quer chutar, deita o corpo no ar e joga a bola para trás, por cima da cabeça), disputou as Copas do Mundo de 1934 e 1938, da qual foi o artilheiro com sete gols. Tornou-se um dos maiores ídolos do futebol brasileiro (N. do A.).

<sup>18</sup> Em 8 de dezembro de 1942, o Clube de Regatas Botafogo se fundiu com o Botafogo Futebol Clube, dando origem ao atual Botafogo de Futebol e Regatas (N. do A.).

aparece vestindo a camisa de seu clube, o Flamengo. Na legenda, uma pomposa inscrição: “UM GRANDE E EXEMPLAR jogador de foot-ball, eis a inscrição com que o nome de Leonidas da Silva deve figurar no Pantheon do Desporto Nacional” (figura 45).

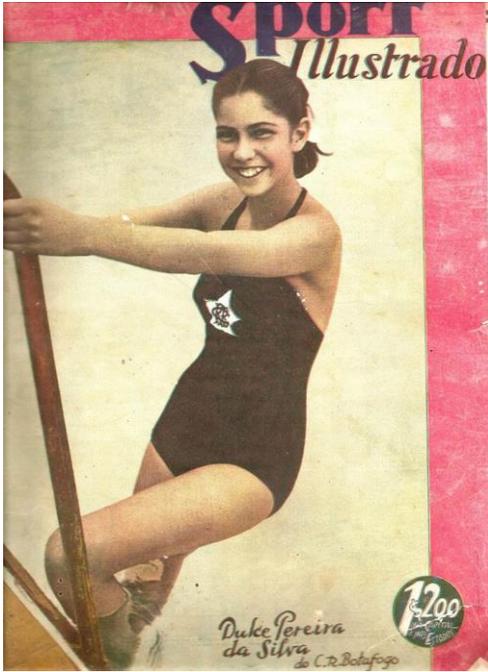


Figura 43: *Sport Illustrated* nº 1 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

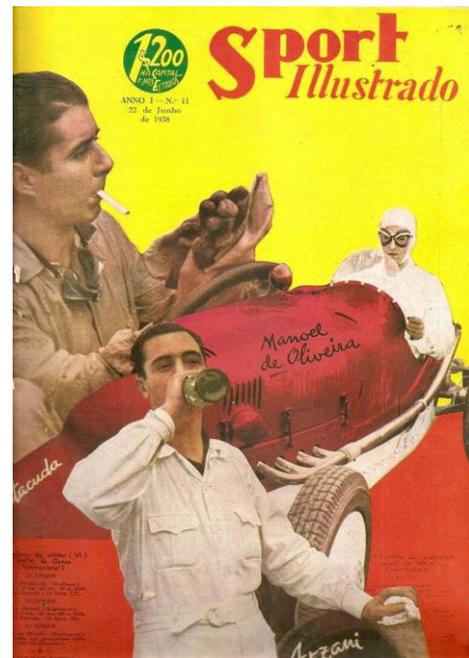


Figura 44: *Sport Illustrated* nº 11 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

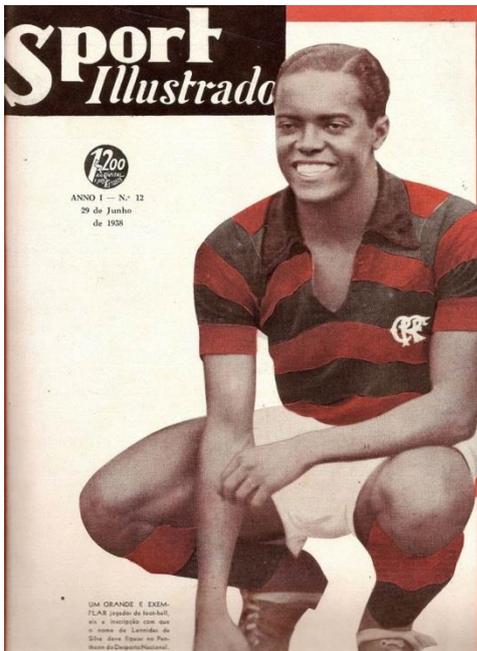


Figura 45: *Sport Illustrated* nº 12 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

*Sport Illustrated* era publicada pela mesma editora da revolucionária *Revista da Semana*, entre outros títulos muito populares à época. No texto “Ao Publico”, em seu primeiro número, afirma, à guisa de editorial, o compromisso com a poliesportividade — sintomaticamente citando o futebol em primeiro lugar, mas ainda não o utilizando como chamariz na capa.

## AO PUBLICO

A Companhia Editora Americana, proprietária da “Revista da Semana”, “Eu Sei Tudo”, “Scena Muda” e “Almanach do Eu Sei Tudo”, compreendendo o interesse que os sports vêm despertando na nossa terra, interesse que dia a dia se accentúa, resolveu editar um novo semanário – SPORT ILLUSTRADO – integralmente voltado ao “foot-ball”, hipismo, “rowing”, natação, “box”, esgrima, “volley-ball”, “golf”, enfim, a todos os sports que se praticam no Brasil, sem se desinteressar dos acontecimentos mundiais com eles relacionados.

Propondo-se a realizar uma publicação de maxima repercussão em todos os sectores sportivos, a Companhia Editora Americana confiou a secretaria do novo semanario ao Sr. Amynthas de Aguiar, nome de destaque no jornalismo, como conhecedor perfeito das actividades nos varios sports. Orientado pela experiencia de Amynthas de Aguiar, o SPORT ILLUSTRADO será uma publicação capaz de se impor como orgam especializado, e a Companhia Editora Americana espera para a sua nova revista o mesmo acolhimento que ha lustros e lustros o publico do Brasil vem dispensando ás demais publicações de sua propriedade.

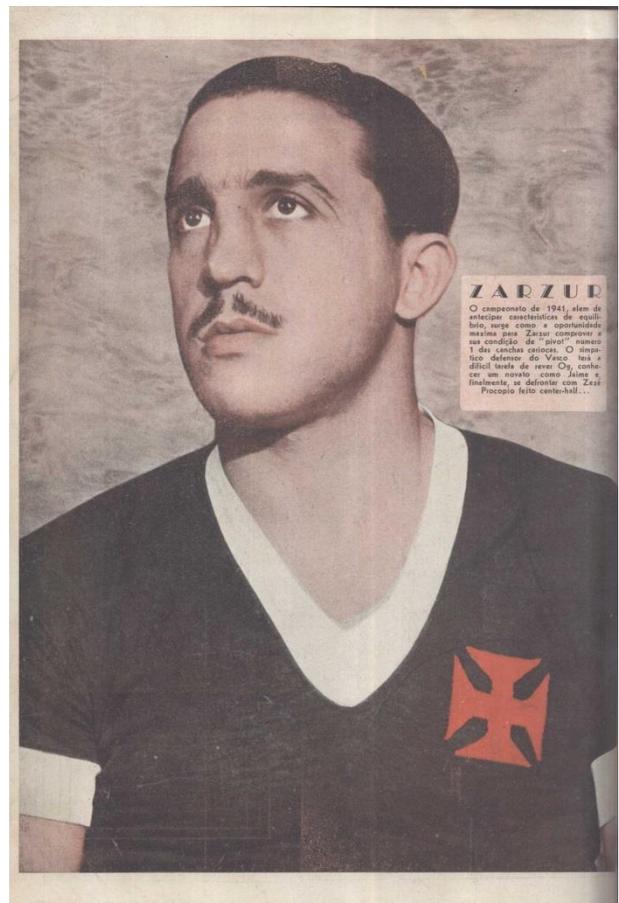
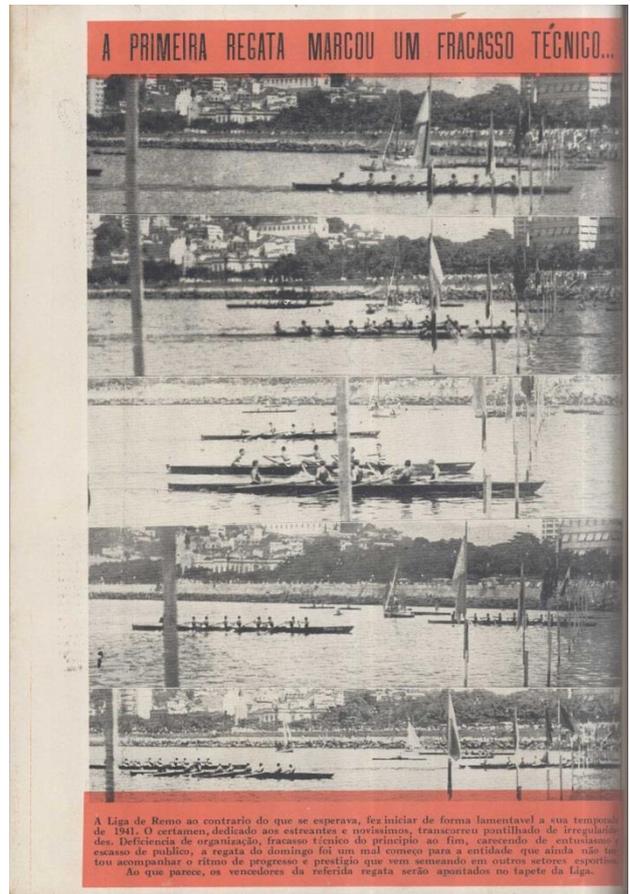
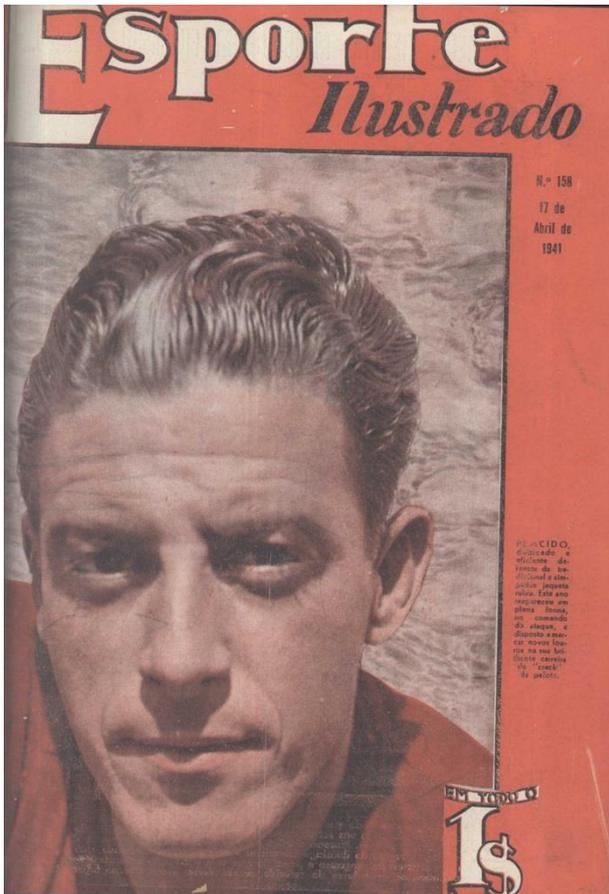
Especificamente sobre a importância da *Revista da Semana*, carro-chefe da editora de *Sport Illustrado*, Carlos Costa detalha:

[...] a *Revista da Semana*, lançada por Álvaro Teffé, chegará até a segunda metade do século XX, circulando de 20 de maio de 1900 até 1959. [...] é com ela que a fotografia ingressa definitivamente na imprensa. [...] Pioneira entre os periódicos de grande tiragem desses primeiros anos do século XX, a *Revista da Semana* trazia a súpula dos acontecimentos, além de seções de crítica literária, crônicas, poesias e até contos para crianças. [...] Seu modelo logo se disseminaria por outros periódicos — e ela foi a principal revista do país até a década de 1940, quando *O Cruzeiro*, lançado em 1928, lhe tomara o lugar (COSTA, 2012: 424).

Em 1941, a publicação aproveitou a passagem de seu terceiro aniversário não só para aporuguesar o nome, mas também para implementar uma série de melhorias saudadas já no editorial de duas edições anteriores (número 156):

Numa especial deferência aos seus leitores, com o próximo número, justo o do seu 4º aniversário [*na verdade, terceiro*] e daí por diante, se apresentará ESPORTE ILUSTRADO consideravelmente melhorado sob múltiplos aspectos, oferecendo, além de sua capa em cores várias, com sugestivos doublés e tricomas, outras páginas internas na mesma confecção de cores, além de passar a utilizar em toda a revista ótimo couché e assetinados da melhor classe.

Do ponto de vista editorial, cria-se uma fórmula que se tornaria clássica no imaginário dos amantes do futebol da época pré-televisão, na qual essa era a única maneira de se ver os ídolos em cores sem ir aos estádios: primeira, segunda, terceira e quarta capas (figuras 46 a 49), mais as quatro páginas centrais (estas, inicialmente dedicadas também a outros esportes, figuras 50 a 52) colorizadas, com fotos de jogadores, times posados e lances de jogos ou atletas em movimento.



Figuras 46 a 49: primeira, segunda, terceira e quarta capas de *Esporte Ilustrado* número 158 (17/4/1941), primeira edição após o aporuguesamento do título (Reprodução/Arquivo Pessoal).



Figuras 50 a 52: frente, verso e página dupla central colorizados de *Esporte Ilustrado* número 158 (17/4/1941), dedicados ao futebol, ao remo e à natação (Reprodução/Arquivo Pessoal).

A partir da edição 582, de 2 de junho de 1949, a terceira e quarta capas passam a ser regularmente ocupadas por gráficos que tentam reproduzir gols, em uma primitiva tentativa de infografia (figura 53).



Figura 53: gráficos tentando reproduzir os gols dos jogos Flamengo x Arsenal e Botafogo x Arsenal, *Esporte Ilustrado* número 582 (2/6/1949) (Reprodução/Arquivo Pessoal).

O restante da revista era impresso em preto e branco. Trazia reportagens sobre personagens do futebol, principalmente jogadores e técnicos, além da cobertura dos jogos do Rio de Janeiro (figura 54). Em um esforço de nacionalização de sua cobertura, contava também com seções sobre outros Estados, algumas fixas, como “O Melhor Jogo de São Paulo” (figura 55), outras esporádicas, como “Panorama Esportivo de Pernambuco” ou “O Foot-ball no Rio Grande do Sul” (figuras 56 e 57). Esteve presente até a última edição a seção “Placard Futebolístico”, antecessora do “Tabelão”, de *Placar*, que trazia resultados e dados técnicos dos jogos realizados (figura 58).





A estrutura física de *Esporte Ilustrado*, durante a maior parte de sua existência, variou entre 20 e 32 páginas, fixando-se em 24 na sua fase mais decadente, que culminou com a publicação do último número (976) em 20 de dezembro de 1956. Para se ter ideia da importância que o futebol foi adquirindo para essa revista ao longo do tempo, basta comparar a evolução do espaço a ele dedicado. No primeiro número de *Sport Illustrated*, em 1938, eram apenas sete das 32 páginas (o equivalente a 21,8%, incluindo terceira e quarta capas). No último, mais de 18 anos depois, eram 21 páginas sobre futebol, contra apenas uma sobre tênis, uma sobre boxe e outra sobre os Jogos Olímpicos de Melbourne, na Austrália.

Contemporânea de *Sport Illustrated*, a revista *O Globo Esportivo* surge em forma de jornal. Um filhote de *O Globo*, a exemplo do que, em São Paulo, acontecia desde o final de 1928 com *A Gazeta Esportiva* em relação a *A Gazeta*. Porém, ao contrário do que ocorria inicialmente com seu congêneres paulista, *O Globo Esportivo* desde sempre foi vendido separadamente — ao preço de 400 réis o número avulso, 12\$000 a assinatura semestral e 20\$000 a anual, segundo informa o expediente já no número um. Era cerca de três vezes mais barata em relação a *Sport Illustrated*, que, na mesma semana em que *O Globo Esportivo* foi lançada, custava 1.200 réis o número avulso, 26\$000 a assinatura semestral e 50\$000 a anual. A “direção” de *Globo Esportivo* era de dois pesos pesados da história do jornalismo brasileiro: Roberto Marinho<sup>19</sup> e Mário Rodrigues Filho<sup>20</sup>.

Em 1931, desempregado, Mario Filho foi convidado por Roberto Marinho (1904-2003) para chefiar a seção de esportes de *O Globo*. [...] A chegada de Mario Filho a *O Globo* e a transformação que operou na seção esportiva do jornal é o tema central da pesquisa de Marcelino Rodrigues da Silva<sup>21</sup>. Até então, observa Silva, a cobertura esportiva do jornal assemelhava-se à que o resto da imprensa fazia desde a década de 10. O interesse pelo futebol existia e levava *O Globo* a dedicar uma ou mais páginas ao esporte, diariamente. Mas os relatos eram escritos com texto empolado, repleto de maneirismos retóricos e estilo bacharelístico. [...] Mario Filho [...] desde o início usou e abusou do ponto de exclamação: “O *team* do Botafogo está ótimo!” “A defesa vascaína é uma fortaleza!”<sup>22</sup> O jornalista abriu espaço para as opiniões, emoções e expectativas de atletas e torcedores, os detalhes cômicos ou trágicos dos treinos e jogos, os bastidores dos clubes e a vida privada dos atletas<sup>23</sup>. [...] O período de Mario Filho em *O Globo* é uma espécie de rito de passagem para o salto maior que dará, ao voltar a ser dono de jornal [*Jornal dos Sports*, a partir de 1931] (STYCER, 2009: 73, 75, 76, 78).

<sup>19</sup> Jornalista e empresário, Roberto Pisani Marinho (1904-2003) foi um dos homens mais poderosos e influentes do Brasil no século XX, proprietário entre 1925 e 2003 das organizações Globo, que em sua época incluíam principalmente o jornal *O Globo*, a Rede Globo de Televisão, o Sistema Globo de Rádio e a Editora Globo (N. do A.).

<sup>20</sup> Irmão do dramaturgo Nelson Rodrigues, Mario Rodrigues Filho (1908-1966) foi escritor e jornalista, com destacada atuação na área esportiva. Dono do *Jornal dos Sports*, o primeiro jornal esportivo diário do Brasil, comprado do próprio Roberto Marinho, em 1931, Mario Filho também empresta seu nome ao estádio do Maracanã (N. do A.).

<sup>21</sup> SILVA, Marcelino Rodrigues da. *Mil e Uma Noites de Futebol*. Belo Horizonte, UFMG, 2006.

<sup>22</sup> Marcelino Rodrigues da Silva, *op. Cit.*, p. 103-104.

<sup>23</sup> *Ibidem*, p. 108.

Em relação a *O Globo Esportivo*, no entanto, a parceria entre Roberto Marinho e Mario Filho, atestada em todos os expedientes da revista, continuará por mais tempo. Quase 14 anos, do primeiro número, datado de 10 de setembro de 1938, ao último, o 698, publicado com data de 5 de julho de 1952.

O primeiro número do suplemento esportivo desse tradicional jornal carioca, datado de um sábado, 10 de setembro de 1938, não traz na capa o futebol, mas, sim, Lygia Cordovil, campeã de natação pelo Flamengo. Das vinte páginas, dez (portanto, a metade) são dedicadas ao futebol, incluindo a dupla central, ocupada por uma foto posada dos jogadores do Fluminense. Porém já em sua segunda edição, de 17 de setembro, o semanário rende-se ao “esporte-rei”, estampando o jogador Hércules, do Fluminense, em sua capa (figura 59).



*Figura 59: Hércules, jogador do Fluminense, na primeira capa de O Globo Esportivo a ter o futebol como tema (edição número 2, 17/9/1938) (Reprodução/Biblioteca Nacional).*

Nesse formato tabloide, com fotos e/ou ilustrações colorizadas na primeira e na quarta capas — que se tornariam uma marca registrada da publicação (figura 60) —, reportagens e diagramação que mais pareciam as de um jornal (figura 61), *O Globo Sportivo* se manteve durante mais de 12 anos, seguramente até a edição número 622, de 15 de setembro de 1950.

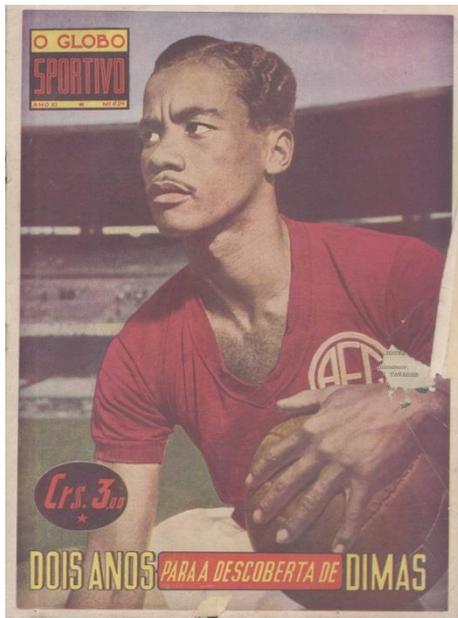


Figura 60: ilustração colorizada em *O Globo Sportivo* nº 530 (19/11/1948) (Reprodução/Arquivo Pessoal).



Figura 61: reportagem em *O Globo Sportivo* nº 570 (26/8/1949) (Reprodução/Arquivo Pessoal).

A edição 624 aparece somente em janeiro de 1951, mês deduzido a partir das informações trazidas em seu conteúdo, já que deixa de ser registrada a semana específica à qual cada exemplar pertence. Totalmente remodelada para o formato de uma revista de 32 x 23 centímetros, com 26 páginas em preto e branco (fora a primeira e quarta capas, colorizadas, na figura 62). E também mais cara: o preço salta de 80 centavos para três cruzeiros, superando em 50% os dois cruzeiros cobrados pela concorrente *Esporte Ilustrado*. Traz seções como “Diálogos Impossíveis”, que simula uma conversa entre dois personagens conhecidos do futebol (no caso, os técnicos Adhemar Pimenta, que orientou o Brasil na Copa de 1938, e Flávio Costa, o treinador na Copa de 1950). O ponto alto, no entanto, são os textos sobre clubes (como o América carioca de Dimas, que aparece na capa), jogadores (como o goleiro Castilho, do Fluminense, figura 63) e a “reportagem gráfica dos *matches* (jogos) da rodada”.



rodada”.

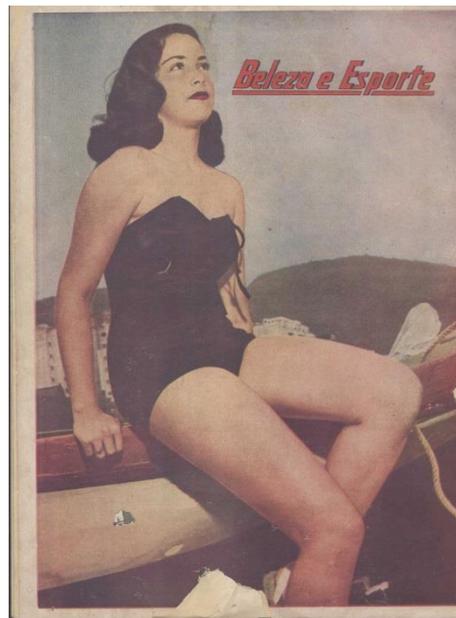


Figura 62: primeira e quarta capas, colorizadas, de *O Globo Sportivo* nº 624 (janeiro de 1951) (Reprodução/Arquivo Pessoal).



Figura 63: páginas em preto e branco no interior de *O Globo Sportivo* nº 624 (1/1951) (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Nesses moldes, *O Globo Sportivo* sobreviverá por mais 74 semanas/edições, até o número 698, de 5 de julho de 1952 (a data da semana referente à revista voltou a aparecer na capa a partir do número 641, de 26 de maio de 1951). O texto “Aos Leitores”, publicado na página 3 daquela última edição prometia, sem jamais cumprir:

Com o presente número, O GLOBO SPORTIVO encerra esta fase de publicação. Dentro em breve, porém, voltará ao convívio dos leitores e anunciantes, dos colaboradores e amigos — e voltará mais moço e mais moderno. É que, seguindo os mais aperfeiçoados processos gráficos, para atender ao gosto do público, O GLOBO SPÓRTIVO passará por completa transformação técnica. Essa remodelação, como é natural, exige estudo e experiência da maquinaria adquirida especialmente para tal fim. Estamos certos de que O GLOBO SPORTIVO encontrará, da parte dos que o distinguem com sua preferência, a habitual simpatia, quando retornar, no mais curto prazo possível, com feição nova e mais atraente.

### 3.5 O braço imagético de um jornal já consagrado: *A Gazeta Esportiva Ilustrada* (1953-1967)

Derivada do mais tradicional jornal esportivo de São Paulo — *A Gazeta Esportiva*, semanal, depois trissemanal (entre 1928 e 1947) e, finalmente, diário até 2001 —, a revista *A Gazeta Esportiva Ilustrada* tem duas “certidões de nascimento”, devidamente atestadas em seus editoriais. A primeira, na “Edição Comemorativa do Campeonato Mundial de Futebol de 1950” (figura 64), disputado no Brasil entre 24 de junho e 16 de julho daquele ano.

Amigos leitores de

A GAZETA ESPORTIVA.

Aqui está A GAZETA ESPORTIVA ILUSTRADA!

Surge como élo mais forte da cadeia de empolgantes vitórias conquistadas pela A GAZETA ESPORTIVA, “o mais completo jornal esportivo do Brasil”, e como coroamento do trabalho árduo, difícil e de sacrifícios para servir cada vez mais e melhor os nossos leitores!

Si o jornal diario, pela sua propria natureza, levou a nossa equipe ao brilho maravilhoso dos “furos” sensacionais, à instantaneidade das edições extras que foram delirantemente recebidas por todo o publico brasileiro, esta Edição Comemorativa da Taça do Mundo servirá também para perpetuar um acontecimento singular, ocorrido em nosso país.

Ficará para ser consultada, eis que completos são os dados que apresenta em torno do Campeonato Mundial de Futebol.

Permanecerá nas mãos dos leitores, para servir através dos tempos àqueles que tiverem necessidade de estudos e recordações.

Guardará em suas paginas tudo quanto marcou, magnificamente, a série de disputas que haveriam de culminar com este resultado: o apontamento da nação que detem a supremacia do terreno futebolístico. É, portanto, mais um esforço dos que ligaram seus destinos aos destinos de A GAZETA ESPORTIVA. É mais uma demonstração soberba de que estamos e estaremos sempre ao lado dos nosso leitores que nos têm ajudado mantendo o nosso lema: “NÓS TRABALHAMOS PELO ESPORTE DO BRASIL”.

A GAZETA ESPORTIVA ILUSTRADA aí está.

Por fim, a assinatura característica dos editoriais, tanto do jornal quanto da revista, escritos pelo secretário de redação Thomaz Mazzoni, o “Olimpicus”: “Todos nós”.



Figura 64: capa de A Gazeta Esportiva Ilustrada, 1950 (Reprodução/arquivo pessoal do autor).

Naquele momento, no entanto, a revista não teve continuidade. O balão de ensaio lançado com aquela edição parece ter sido abortado pela traumática derrota do Brasil para o Uruguai, por 2 a 1, em pleno Maracanã, no jogo que decidiu a Copa do Mundo de 1950. A despeito disso, o decepcionante episódio foi devidamente retratado naquela própria edição experimental de *A Gazeta Esportiva Ilustrada* — afinal, não se tratava de um guia antecipando a competição, mas, sim, de trabalho feito *a posteriori*, destinado inicialmente a louvar a grandeza de uma vitória brasileira que nunca houve.

Na primeira quinzena de setembro de 1953, *A Gazeta Esportiva Ilustrada* voltava às ruas (figura 65), emplacando uma sequência de mais de treze anos, até o número 319, referente à primeira quinzena de fevereiro de 1967 (figura 66). Desde sempre assumindo o slogan “A maior revista esportiva do Brasil”.



Figura 65: capa de *A Gazeta Esportiva Ilustrada* n° 1, 1ª quinzena de setembro de 1953 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

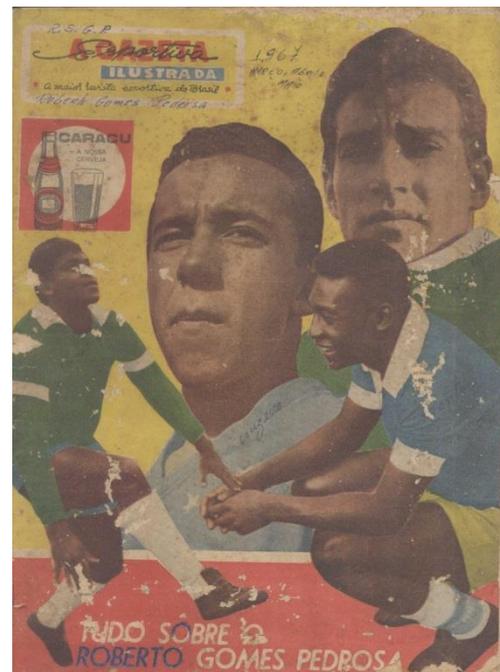


Figura 66: capa de *A Gazeta Esportiva Ilustrada* n° 319, 1ª quinzena de fevereiro de 1967 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Nesta edição número 1 da nova fase, a definitiva, é publicada a segunda “certidão de nascimento” de *A Gazeta Esportiva Ilustrada*.

Quando A GAZETA ESPORTIVA nasceu, por força daquele esplêndido idealismo que fez de seu fundador, Casper Libero, uma das figuras mais altas da imprensa brasileira, empenhou-se em abrir suas portas ao grande público. Não se fechou na torre de marfim que distancia e que afasta. Muito ao contrário, foi à procura do povo, certa de que o povo, em recompensa, viria à sua procura. E foi o que aconteceu. Mais tarde, repetiu-se o fenômeno com a mesma publicação, mas já então, com seu caráter de edição diária. Agora, nós apresentamos A

GAZETA ESPORTIVA ILUSTRADA. É uma sequência, por certo. Preso aos mesmos sadios e elevados princípios que distinguem, para honra nossa, os veículos publicitários da Fundação “Casper Líbero”, esta revista surge no cenário jornalístico brasileiro com várias preocupações. Uma delas é insistir no roteiro que foi cumprido, com brilho, pelas publicações que a precederam, dentro do complexo desta grande família que é a família de A GAZETA, isto é, pertencer aos leitores e receber dos leitores as lições que devem ser aprendidas e seguidas. Outra, também importante, é oferecer aos leitores exatamente aquilo que os leitores desejam: tudo sobre todos os esportes, não apenas no que respeita aos textos escritos, mas também no que se relaciona com as ilustrações. Para tanto, teremos — como temos repetido em todas as oportunidades, com justa convicção — em todos os ângulos, em todos os cantos, em todos os lugares em que se desenvolverem competições de natureza esportiva, elementos plenamente capacitados. Esses integrantes da equipe de A GAZETA ESPORTIVA ILUSTRADA saberão ser fiéis às normas que lhes ditamos: também terão os leitores como a principal motivação de suas atividades profissionais. Com este primeiro número, não pretendemos, em absoluto, ter atingido a perfeição, embora acreditemos, sinceramente, ser esta a melhor revista especializada em esportes com que conta o país. E ainda haveremos de melhorá-la redatorial e graficamente. Aceitaremos sugestões, porém. Não faremos, jamais, ouvidos moucos às críticas construtivas e bem intencionadas. Com estes propósitos, resta-nos endereçar, a quantos nos prestigiam com seu apoio, as saudações de

Todos nós.

Em ambos os editoriais, Mazzoni faz várias referências ao esforço pela popularização do esporte (do futebol, em particular) e da imprensa por parte de Cásper Líbero, o criador da fundação que leva seu nome, cuja tradição esportiva de seus veículos de comunicação é também destacada.

O jornal *A Gazeta*, “célula-mãe” da *Gazeta Esportiva*, circulou pela primeira vez em 16 de maio de 1906. [...] teve diversos donos e passou por sucessivas crises até ser adquirido, em 1918, por Cásper Líbero (1889-1943), que iria transformá-lo num conhecido diário do estado de São Paulo na primeira metade do século XX. [...] Com grande senso de oportunidade, desde o início Líbero associou *A Gazeta* a uma série de eventos esportivos. [...] Em 24 de dezembro de 1928, nascia *A Gazeta - Edição Esportiva*, um suplemento semanal do jornal. Uma década depois, já rebatizado como *Gazeta Esportiva*, passou a circular três vezes por semana, até que, em 10 de outubro de 1947, quatro anos depois da morte do seu fundador, se tornou diário (STYCER, 2009: 55, 61).

Como o próprio nome sugere, a revista nasce para ser uma extensão *ilustrada* do jornal<sup>24</sup>. Principalmente a partir da edição número 21, da primeira quinzena de agosto de 1954, quando as capas, antes impressas no mesmo papel-jornal do miolo, passam a ser oferecidas em um papel melhor. Mais uma vez, Thomaz Mazzoni registra a mudança em editorial.

Sabemos que a primeira impressão ao leitor, ao apanhar este exemplar de A GAZETA ESPORTIVA ILUSTRADA, foi de agradável espanto. Espanto bom, por ver que a revista surge em melhor roupagem de apresentação. Espanto bom, por constatar que a revista lhe oferece, em suas páginas internas, texto mais atual e dinâmico, mais vivo e mais vigoroso. Espanto bom,

<sup>24</sup> Em 25 de agosto de 1979, o jornal *A Gazeta* deixou de circular, transformando-se em um suplemento de *A Gazeta Esportiva*. Este suplemento também deixaria de ser publicado a partir de 1999. Em 19 de novembro de 2001, a versão impressa de *A Gazeta Esportiva* deixa igualmente de circular, mantendo-se até hoje como o site *Gazeta Esportiva.Net* (N. do A.).

por verificar que a revista lhe dá, agora, em maior quantidade do que antes [a estrutura passava de 64 para 68 páginas], matéria redatorial que corresponde, pela oportunidade, àquelas exigências muito próprias de quem, como o leitor, afeiçãoou-se às causas do esporte, passando a devotar-lhe um interesse fora do comum. Espanto bom, por último, por observar, ainda uma vez, o sincero empenho que anima a quantos respondem, direta ou indiretamente, pela excelência desta publicação, rebento mais jovem da série de veículos publicitários editados pela Fundação “CASPER LIBERO” e cujo escopo é o mesmo da irmã mais velha, a vibrante edição diária de “A Gazeta Esportiva”: trabalhar sempre e cada vez mais, denodadamente, até o sacrifício, em prol dos esportes!

As fotos de jogadores colorizadas das capas de *A Gazeta Esportiva Ilustrada*, seguindo o padrão inaugurado em 1938 por *Sport Illustrated*, marcaram época, tornando-se até hoje uma das principais referências visuais sobre os craques de então (figura 67).



Figura 67: primeira capa de *A Gazeta Esportiva Ilustrada* dedicada a Pelé, então uma jovem promessa de 17 anos. Edição nº 101, 1ª quinzena de dezembro de 1957 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Nas páginas internas, porém, a revista pouco mudou ao longo dos anos. Do primeiro ao último número, a imensa maioria de suas páginas foi impressa em preto e branco e em papel-jornal (figuras 68 e 69).



Figura 68: página dupla da primeira edição de *A Gazeta Esportiva Ilustrada*, 1ª



Figura 69: página dupla da última edição de *A Gazeta Esportiva Ilustrada* (nº 319), 1ª quinzena de fevereiro de 1967 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Uma característica, desde sempre, diferenciou *A Gazeta Esportiva Ilustrada* das demais revistas brasileiras de futebol que antecederam *Placar*: sua periodicidade quinzenal, em vez de semanal. Talvez por ser o braço imagético de um jornal diário, o veículo não se visse na obrigação de cobrir fatos do dia a dia, embora, eventualmente, o fizesse, principalmente nos casos em que isso se justificava (início e final de campeonatos, contratações de jogadores, excursões de clubes brasileiros ao exterior).

Procurava-se preencher essa eventual lacuna com a publicação da página “Panorama Retrospectivo Quinzenal de Todos os Esportes”. Assinada por Osvaldo Bentini, era uma espécie de agenda, que trazia o registro dos principais fatos ocorridos, dia a dia, na quinzena anterior à da publicação. A ênfase de *A Gazeta Esportiva Ilustrada*, no entanto, era dada aos perfis de jogadores e técnicos de futebol, principalmente dos cinco maiores clubes de São Paulo à época (Corinthians, Palmeiras, Portuguesa, Santos e São Paulo). Também havia muitas reportagens sobre os clubes do interior paulista e dos demais estados do Brasil, principalmente Rio de Janeiro, Minas Gerais e Rio Grande do Sul. O resto da estrutura da revista (64 páginas no primeiro número, 68 no último) era composto por seções fixas, como palavras cruzadas, concursos envolvendo os leitores, contos tendo o esporte, principalmente o futebol, como tema e questões de múltipla escolha (“Mate em 5 minutos... Se for capaz!”). Alguns anunciantes acompanharam a revista durante boa parte de sua existência, como a cerveja Caracacê, a aguardente Tatuquinho e a fábrica de geladeiras Gelomatic.

### 3.6 A revista rodriguiana: *Manchete Esportiva* (1955-1959)

A língua portuguesa registra a palavra rodriguiano como um adjetivo “relativo ao teatrólogo brasileiro Nelson Rodrigues (1912-1980)” (HOUAISS, 2001: 2468). No entanto, além de um dos mais influentes dramaturgos do país, Nelson Falcão Rodrigues foi também jornalista, escritor e cronista esportivo. Primeiro no jornal *O Globo*, esporadicamente em *O Globo Sportivo*, depois no *Jornal dos Sports*, posteriormente uma vez mais em *O Globo*. A maioria dessas crônicas Nelson escreveu para a revista *Manchete Esportiva*, de 1955 a 1959, onde trabalhou ao lado de seus irmãos Augustinho, Paulinho e Mario Filho.

No texto “Epifanias rodriguianas para sempre na estante”, posfácio do livro *O Berro Impresso das Manchetes*, Marcos Pedrosa de Souza, organizador dessa coletânea com todas as crônicas de Nelson Rodrigues para *Manchete Esportiva*, situa:

A década era a de 1950. Nelson Rodrigues já havia se consagrado como dramaturgo, folhetinista e contista de enorme sucesso, embora despertando a ira dos moralistas de plantão. Faltava ainda dar a partida para inscrever o seu nome como o do mais inovador e prolífico cronista esportivo brasileiro de todos os tempos. É o que começa a fazer a partir do momento em que se coloca a preparar semanalmente, durante o correr da segunda metade da década, as inspiradíssimas epifanias em forma de crônica que escreveu para a revista *Manchete Esportiva* (SOUZA (org.), 2007: 533).

Como o próprio nome denuncia, *Manchete Esportiva* derivava de um outro título, já consolidado. No caso, a revista semanal *Manchete*, criada três anos antes, em 1952, pelo empresário Adolpho Bloch (1908-1995). O texto publicado na orelha do livro *O Berro Impresso das Manchetes*, coletânea com as crônicas completas de Nelson Rodrigues para essa revista, relata:

A partir de uma idéia de Mário Filho, Adolpho Bloch criou, em 1955, a *Manchete Esportiva* [...] Nelson Rodrigues foi seu principal redator, além de escrever sua coluna semanal. [...] Os cinco anos que trabalhou na revista foram marcados pela intensidade criativa de Nelson no teatro, contra ou apesar dos críticos que o atacavam por sua “imoralidade”. [...] Após o fim da *Manchete Esportiva*, Nelson, um apaixonado pelo Fluminense — assistia a quase todas as partidas, apesar de ter perdido, em 1940, trinta por cento de sua visão —, iniciaria em 1960 sua participação na *Grande Resenha Facit*, na TV Rio, levando para a televisão suas crônicas sobre os personagens e os dramas do esporte (SOUZA (org.), 2007).

No livro *O Anjo Pornográfico: A Vida de Nelson Rodrigues*, o biógrafo Ruy Castro dá mais detalhes sobre como a publicação teria surgido:

“Manchete Esportiva” foi uma idéia de Mário Filho para Adolpho Bloch. Juscelino acabara de ser eleito em outubro daquele ano. Carlos Lacerda ameaçara “impedir sua posse a tapa”, não conseguira, e Adolpho Bloch apostava na mensagem “otimista” de JK para o Brasil. Quando Mário Filho propôs-lhe criar uma revista como “Manchete”, só que de futebol, Adolpho perguntou: “Mas isso vende?” Mário Filho garantiu que sim, principalmente quando o Flamengo ou o Vasco venciam. Adolpho Bloch achou esquisito publicar uma revista que

dependia da vitória de um time para vender. Mas, se JK estava otimista, ele também tinha de estar. Comprou a idéia:

“Está bem. Quando é que você começa?”

“Eu não começo”, respondeu Mário Filho. “Posso fazer uma coluna semanal. Tire Augustinho, Nelson e Paulinho da ‘Última Hora’ e você terá um time — um escrete” (CASTRO, 1992: 263).

Eram todos irmãos de Mario Filho. Augustinho (Augusto Rodrigues) de fato deixou o jornal *Última Hora*, de Samuel Wainer, para ser o diretor da nova revista. Paulo Rodrigues, o Paulinho, seguiu o mesmo caminho, tornando-se chefe de reportagem. Nelson — ninguém menos que Nelson Rodrigues — não chegou a sair de *Última Hora*, mas aparece já no expediente da edição número um de *Manchete Esportiva*, acumulando na revista a função de “redator-principal”. Completavam o “escrete” rodriguiano que Mario Filho escalou para o empresário Adolpho Bloch nomes como Ney Bianchi, vindo do *Jornal dos Sports*, e Ronaldo Bôscoli, também do *Última Hora*, futuramente mais conhecido como compositor e produtor musical.

Segundo Ruy Castro, “boa parte da revista era feita durante a semana, mas as páginas quentes, as que todo mundo queria ler, eram produzidas no domingo à noite, logo depois do jogo no Maracanã” (CASTRO, 1992: 263). Chegava às bancas a partir de segunda-feira, mas com data do sábado seguinte (SOUZA, 2007: 536). “No dia seguinte, cedinho, *Manchete Esportiva* estava nas bancas, com o herói da partida na capa, num vistoso “ektachrome”. Era uma façanha notável para uma revista naquele tempo — e ainda é” (CASTRO, 1992: 263).

Na capa de seu primeiro número, datado de 26 de novembro de 1955 (figura 70), *Manchete Esportiva* trazia Rubens Josué da Costa, ídolo que a torcida do Flamengo chamava de “Doutor Rúbis”, vestido de maneira a justificar seu apelido, com toga e capelo, sorridente e equilibrando uma bola no ombro direito, bandeira rubro-negra do clube ao fundo. Abaixo, a chamada: ““Dr.” Rubens, bacharel de “letras” e “salames””, dois sinônimos muito utilizados nos anos 1950 para designar jogadas de efeito e dribles.



Figura 70: capa de *Manchete Esportiva* número 1, de 26 de novembro de 1955 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

As outras chamadas da capa referiam-se:

À cobertura do jogo Brasil 3 x Paraguai 0, pela Taça Osvaldo Cruz, que era disputada entre os dois países, realizado em 13 de junho, portanto duas semanas antes da data da capa (figura 71).



Figura 71: cobertura do jogo Brasil 3 x Paraguai 0, *Manchete Esportiva* número 1, de 26 de novembro de 1955 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

“Quem ama o prêto, branco lhe parece”, título inimaginável para os dias de hoje, para uma reportagem sobre o romance entre o jogador Escurinho, do Fluminense, negro, e Dalita, “sua namorada e nada mais”, branca (figura 72).



Figura 72: “Quem ama o prêto, branco lhe parece”, *Manchete Esportiva* número 1, de 26 de novembro de 1955 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

E “Flamengo sessentão”, título de uma reportagem de duas páginas de Arnaldo Niskier e também da primeira crônica assinada por Nelson Rodrigues para a revista, sobre o 60º aniversário do Clube de Regatas do Flamengo (figura 73).

## FLAMENGO SESSENTÃO

ESCREVE  
Nelson Rodrigues



**C**ORRIA o ano de 1911. Vejam vocês : — 1911 ! O bigode do Kaiser estava, então, em plena vigência; Mata-Hari, com um seio só, ateava paixões e suicídios : e as mulheres, aqui e alhures, usavam unias ancas imensas e intransportáveis. Aliás, diga-se de passagem : é impossível não ter uma funda nostalgia dos quadris anteriores à Primeira Grande Guerra. Uma menina de 14 anos, para atravessar uma porta tinha que se pôr de perfil. Convenhamos : — grande época ! grande época !

Pois bem. Foi em 1911, tempo dos cabelos compridos e dos espartilhos, das valsas em primeira audição e do busto unilateral de Mata-Hari, que nasceu o Flamengo. Em tempo retífico : — nasceu a seção terrestre do Flamengo. De fato, o clube de regatas já existia, já começava a tecer a sua camoneana tradição náutica. Em 1911, aconteceu uma briga no Fluminense. Discute daqui, dali, e é possível que tenha havido tapa, nome feio, o diabo. Conclusão : — cindiu-se o Fluminense e a dissidência, ainda esbravejante, ainda ululante, foi fundar, no Flamengo de regatas, o Flamengo de futebol.

Naquele tempo tudo era diferente. Por exemplo : — a torcida tinha uma ênfase, uma grandiloquência de ópera. E acontecia esta coisa sublime : — quando havia um gol, as mulheres rolavam em ataques. Eis o que empobrece liricamente o futebol atual : — a inexistência do histerismo feminino. Difícil, muito difícil, achar-se uma torcedora histórica. Por sua vez, os homens torciam como espanhóis de anedota. E os jogadores ? Ah, os jogadores ! A hola tinha uma importância relativa ou nula. Quantas vezes, o craque esquecia a pelota e saía em frente, ceifando, dizendo, assassinando canelas, rins, tóraxes e baços adversários ? Hoje, o homem está muito desvirilizado e já não aceita a ferocidade dos velhos tempos. Mas raciocinemos : — em 1911, ninguém bebia um copo d'água sem paixão.

Passou-se. E o Flamengo joga, hoje, com a mesma alma de 1911. Admite, é claro, as convenções disciplinares que o futebol moderno exige. Mas o comportamento interior, a gana, a garra, o élan são perfeitamente inatuais. Essa fixação no tempo explica a tremenda força rubro-negra. Note-se : — não se trata de um fenômeno apenas do jogador. Mas do torcedor, também. Aliás, time e torcida completam-se numa integração definitiva. O adepto de qualquer outro clube recebe um gol, uma derrota, com uma tristeza maior ou menor, que não afeta as raízes do ser. O torcedor rubro-negro, não. Se entra um gol adversário, ele se crispa, ele arqueja, ela vidra os olhos, ela agoniza, ele sangra como um Cesar apunhalado. Também é de 911, da mentalidade anterior à Primeira Grande Guerra, o amor às cores do clube. Para qualquer um, a camisa vale tanto quanto uma gravata. Não para o Flamengo. Para o Flamengo, a camisa é tudo. Já tem acontecido várias vezes o seguinte : — quando o time não dá nada, a camisa é içada, desfraldada, por invisíveis mãos. Adversários, juizes, bandeirinhas tremem, então, intimidados, acovardados, batidos. Há de chegar talvez o dia em que o Flamengo não precisará de jogadores, nem de técnicos, nem de nada. Bastará a camisa, aberta no arco. E diante do furor impotente do adversário, a camisa rubro-negra será uma bastilha inexpugnável.

Figura 73: “Flamengo Sessentão”, primeira crônica de Nelson Rodrigues para *Manchete Esportiva*, número 1, de 26 de novembro de 1955 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

O restante das 40 páginas de *Manchete Esportiva* número um (futuramente, a estrutura da revista se estabilizaria em 64) trazia, ainda, na contracapa, charges que tinham como tema o futebol, assinadas por artistas consagrados como Borjalo, Otelo e Fritz. A festa de coroação da Rainha dos Jogos da Primavera de 1955 (“Darcy, rainha até 1956”), evento anualmente promovido pelo *Jornal dos Sports*, de Mario Filho. Quatro páginas de cobertura dos jogos do Campeonato Carioca e mais duas do Campeonato Paulista, numa tentativa de nacionalização do conteúdo da revista. Página dupla com notas sobre esportes diversos, inclusive o futebol, e uma outra sobre a hegemonia do Vasco no remo carioca. Outras duas páginas reproduzindo, em forma de gráfico, os jogos amistosos que o Brasil faria na Europa dali até a Copa do Mundo que iria se realizar na Suécia, três anos depois (“A rota do Mundial de 1958”). Mais duas páginas sobre quanto custou o bicampeonato carioca conquistado pelo Flamengo (“O preço do bicampeão”). Um pôster central, colorido, com as caricaturas do time posado do Flamengo bicampeão carioca de 1953/54. No verso, o perfil de Daisy Corrêa de Aquino, a Rainha da Primavera de 1955, e uma reportagem incluindo fotos de uma operação realizada pelo jogador paraguaio Benítez, do Flamengo. Uma página dedicada a notas do esporte internacional, com destaque para o futebol europeu. Outra debatendo a necessidade de se instituir uma seleção permanente, espelhada com um teste esportivo de múltipla escolha para os leitores. O perfil do ex-jogador gaúcho Tesourinha. Uma reportagem sobre a conquista do XXII Campeonato Brasileiro de Basquetebol pela seleção paulista. “Um começo fulminante e um fim melancólico”, sobre os jogos da Seleção Brasileira contra o Paraguai pela Taça Osvaldo Cruz. “O drama de Luiz Rigoni”, sobre o jóquei que, doente, esteve ausente das competições durante o ano de 1955. “Elogio do Carona”, a primeira das colunas semanais prometidas por Mario Filho a Adolpho Bloch. Na terceira capa, colorizada, uma reportagem sobre polo (“Um jogo de cavalheiros (com h)”), e na quarta, também em cores, a foto de uma jovem de maiô, exibindo as coxas, com a legenda: “Zulma Lôbo, toneladas de “it”, ganhou, pelo sal, pelo “sex-appeal”, o título de princesa dos Jogos da Primavera”.

Secundando o que outras publicações como *O Cruzeiro* e o *Jornal da Semana Flan* vinham fazendo com as estrelas de cinema hollywoodianas e personalidades conhecidas, o magazine reservava invariavelmente sua contracapa colorida para abrir o “ektochrome” [sic] de alguma atleta fotografada em um recanto paradisíaco em pose de *pin-up*. Os registros dos atletas treinando ou mesmo no ambiente descontraído de casa eram de igual maneira trabalhados pela reportagem. As caricaturas assinadas por Lan e por Fritz recebiam, por sua vez, tratamento especial. Lan chegou a ganhar a página central, onde pôde explorar as formas exuberantes de seu traço, exibidas com requintes que destacavam as cores de sua palheta (SOUZA (org.), 2007: 539).

A importância das crônicas de Nelson Rodrigues publicadas em *Manchete Esportiva* é assim sintetizada na orelha do livro *O Berro Impresso das Manchetes*:

As crônicas esportivas de Nelson Rodrigues publicadas na *Manchete Esportiva* entre 1955 e 1959 compreendem um dos principais períodos de transformação do esporte brasileiro, em que o futebol desponta como modalidade nacional, mobilizando multidões cada vez maiores. Nelson sintetizou essa transformação ao escrever que, com a primeira conquista de uma Copa do Mundo — na Suécia, em 1958 —, representado por uma seleção desacreditada, o Brasil “descobre-se a si mesmo”.

Com sensibilidade para os significados de cada partida, luta ou corrida, Nelson relaciona os esportes — além de futebol, boxe, remo, basquete, entre outros — com seus personagens e com o público e mostra como as disputas podem ser vistas como pequenas metáforas da existência humana (SOUZA (org.), 2007).

Essas pequenas metáforas passam a ganhar ainda mais espaço em suas crônicas para a revista a partir do número 92, de 24 de agosto de 1957, quando Nelson Rodrigues inaugura uma nova coluna, intitulada “Meu Personagem da Semana” — segundo ele mesmo, a pedido do próprio dono da editora da revista:

Adolfo Bloch sugere que eu escolha “o meu personagem” de cada semana. É uma boa idéia e que tem a considerável vantagem de unir futebol e teatro. Para os bobos, não existe a menor relação entre uma coisa e outra. Existe, sim. O futebol vive dos seus instantes dramáticos e um jogo só adquire grandeza quando oferece uma teatralidade autêntica. Pode ser uma pelada. Mas se há dramatismo, ela cresce, desmedidamente. Foi o que aconteceu com Fluminense x Madureira, sábado último (RODRIGUES, Nelson. “Meu personagem da semana”, *Manchete Esportiva* n° 92, 24/8/1957, pág. 7).

Nelson começa, então, a destrinchar o primeiro de seus personagens da semana: Didi, do Fluminense.

Os ingênuos enxergarão, nêle, apenas o craque. Engano. É algo mais. Didi se projeta, com maior violência porque, acima de tudo, vale como “o personagem”. Examinem sua figura e, mais do que isso, o seu comportamento esportivo, social e humano. Racialmente, tem um físico de linhas bem caracterizadas. Daria, brincando, um soberbo príncipe etíope de rancho (RODRIGUES, Nelson. “Meu personagem da semana”, *Manchete Esportiva* n° 92, 24/8/1957, pág. 7).

A partir dali, Nelson apresenta semanalmente seus personagens, caracterizando-os com expressões que ficaram para sempre. Naquele mesmo espaço em que Didi passou a ser o “Príncipe Etíope”, Pelé foi chamado pela primeira vez de “rei”, na crônica de 8 de março de 1958.

Depois do jogo América x Santos, seria um crime não fazer de Pelé o meu personagem da semana. Grande figura, que o meu confrade Laurence chama de “o Domingos da Guia do ataque”. Examino a ficha de Pelé e tomo um susto: — 17 anos! Há certas idades que são aberrantes, inverossímeis. Uma delas é a de Pelé. Eu, com mais de 40, custo a crer que alguém possa ter 17 anos, jamais. Pois bem: — verdadeiro garoto, o meu personagem anda em campo com uma dessas autoridades irresistíveis e fatais. Dir-se-ia um rei, não sei se Lear, se

“Imperador Jones”, se etíope. Racialmente perfeito, do seu peito parecem pender mantos invisíveis. Em suma: — ponham-no em qualquer rancho e sua majestade dinástica há de ofuscar toda a corte em derredor.

O que nós chamamos de realza é, acima de tudo, um estado de alma. E Pelé leva sobre os demais uma vantagem considerável: a de se sentir rei, da cabeça aos pés (RODRIGUES, Nelson. “Meu personagem da semana”, *Manchete Esportiva* nº 120, 8/3/1958, pág. 8).

A coluna “Meu Personagem da Semana” tornou-se tão importante para Nelson Rodrigues que, a partir de *Manchete Esportiva*, ele a levaria para onde fosse — *Última Hora*, *Diário da Noite* e *O Globo*, de 1962 até o resto da vida (SOUZA (org.), 2007: 540). No artigo “Da informação ao entretenimento: análise do jornalismo esportivo brasileiro pela trajetória histórica da revista *Placar*”, Wagner Barge Belmonte e Ary José Rocco Junior fazem uma avaliação de *Manchete Esportiva* e do estilo rodriguiano:

Um dos grandes méritos da revista foi consagrar a crônica, como estilo narrativo característico dos jornalistas que escrevem sobre esporte. Nelson Rodrigues e Mário Filho são os principais artífices deste modelo de texto na “cobertura esportiva”. O cronista esportivo especializaria-se em narrar lances com um texto mais leve, quase literário. Por suas características, a crônica permite fundir ficção e realidade, tolera personagens existentes e criados, corretos e sagazmente incorretos. Popularizada pela *Manchete Esportiva*, a crônica tornou-se um gênero de grande popularidade entre os apaixonados pelo futebol, sobretudo pelo texto poético, romântico, ácido e reacionário de Nelson Rodrigues. O preço pago por essa popularidade, principalmente nas crônicas do “Anjo Pornográfico”, foi a perda de algumas características básicas do jornalismo - a busca pela verdade e a imparcialidade (BELMONTE; ROCCO JUNIOR, 20013: 4, 5).

O auge de *Manchete Esportiva* aconteceu em 1958, junto com a conquista do primeiro título da Copa do Mundo pela Seleção Brasileira, na Suécia, quando a revista chegou a circular em edições especiais a cada conquista e após a vitória definitiva do Brasil. No entanto, ainda na biografia de Nelson Rodrigues, Ruy Castro observa um problema inerente às revistas de futebol:

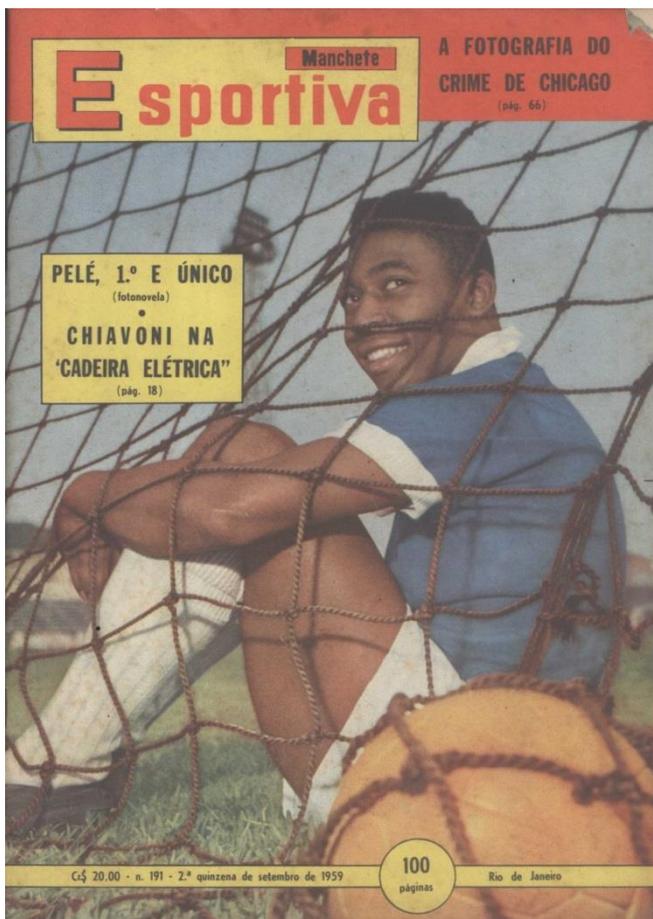
“*Manchete Esportiva*” não conseguia interessar os anunciantes. Uma vez na vida, outra na morte, aparecia um anúncio de cerveja, brilhantina ou lâmina de barbear. O texto da revista era moderno, as fotos espetaculares e o que Nelson [*Rodrigues*] e Mário Filho escreviam deveria constar de antologias — e, com tudo isso, “*Manchete Esportiva*” era um fracasso comercial. Adolpho Bloch olhava para ela como se fosse algo que o gato tivesse trazido da rua. Só pensava em enterrá-la (CASTRO, 1992: 263).

O próprio Ruy Castro opina, ainda, sobre os possíveis motivos do fracasso da publicação:

Talvez fosse uma revista inteligente demais para o torcedor comum de futebol, cujo QI não era muito mais cintilante do que o de Tuninho, o anti-herói de “A falecida” [*peça do próprio Nelson Rodrigues*]. [...] Outras edições tinham o tricolor Didi vestido de “Rigoletto”, fotografado no Teatro Municipal, e o vascaíno Bellini como o Radamês de “Aída”, ao lado de Adalgisa Colombo como a própria. Chique demais, não? A cobertura de Flamengo e América,

na decisão de 1955, foi apresentada como um solilóquio de Dida, o artilheiro do jogo, autor dos quatro gols do Flamengo. E o que Dida ia contando era ilustrado pelas fotonovelas, pelas seqüências quadro a quadro e outros efeitos criados por Augustinho e executados por seu diretor de arte Ricardo Papagnoli. Talvez “*Manchete Esportiva*” fosse muito acima dos padrões para uma revista de futebol — mas eles não sabiam fazer diferente (CASTRO, 1992: 266).

Apesar de o texto publicado na orelha do livro *O Berro Impresso das Manchetes* afirmar que *Manchete Esportiva* “durou até 30 de maio de 1959”, a verdade é que a revista, a partir dali, continuou em uma breve nova fase, como quinzenal, a partir do número 185 e até o 191, da segunda quinzena de setembro de 1959. Nesse período, aproveitando um formato e estilo que vinham fazendo sucesso em outras publicações, como *Capricho*, da Editora Abril, apresentou-se em formato menor (17,5 por 25,5 centímetros) e passou a dar destaque na capa para “fotonovelas completas” sobre a vida de grandes ídolos brasileiros. Não só do futebol, mas também de outros esportes, como o zagueiro Orlando, o ponta-direita Julinho Botelho, a tenista Maria Ester Bueno, o pugilista Éder Jofre, o meia Didi, o goleiro Gilmar e, por último, Pelé (figura 74).



*Figura 74: Pelé na capa da última edição de Manchete Esportiva, já em sua curta fase quinzenal, número 191, segunda quinzena de setembro de 1959 (Reprodução/arquivo pessoal do autor).*

Quase duas décadas depois, em mais 91 números, entre 18 de outubro de 1977 e 11 de julho de 1979 (data da última edição encontrada nas pesquisas para este trabalho), o título *Manchete Esportiva* voltou ao mercado (figura 75). Em dois formatos diferentes (21 por 26,5 centímetros na maioria das edições, 25 por 33 centímetros nas últimas), ainda em preto e branco, mas com capas e um caderno central todo coloridos, apostava principalmente na cobertura dos jogos e em colunas assinadas por nomes conhecidos do jornalismo esportivo no rádio e na televisão: Doalcey Camargo, Horácio Marana, José Trajano, Marcos de Castro, Ney Bianchi, Oldemário Touguinhó, Ricardo Serran, Waldyr Amaral e Washington Rodrigues, do Rio; Dalmo Pessoa, Flávio Adauto, Marco Antônio Rodrigues, Osmar Santos, Solange Bibas e Walter Abrahão, de São Paulo. Vinha para concorrer semanalmente com *Placar*, àquela altura um título já consolidado pela Editora Abril, e provavelmente por isso não tenha alcançado o sucesso que pretendia.



Figura 75: capas da primeira e das últimas edições da fase de *Manchete Esportiva* publicada entre 1977 e 1979 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

### 3.7 Futebol e fofoca: *Revista do Esporte* (1959-1970)

No mesmo ano em que *Manchete Esportiva* chegava ao fim, surgia mais uma tentativa de revista de futebol no Brasil, a última de maior relevância antes de *Placar: a Revista do Esporte*. Em formato menor (20 por 26 centímetros), apenas com a primeira capa colorizada e o miolo todo em preto e branco, impresso em papel-jornal, foi publicada semanalmente a partir de 14 de março de 1959.

Quem assina o editorial “Aqui estamos”, publicado na 66ª e última página (embora elas não fossem numeradas) de *Revista do Esporte* número um, é o jornalista Anselmo Domingos, o mesmo editor da *Revista do Rádio*, maior sucesso da Era do Rádio Brasileira, que circulou entre 1948 e 1970<sup>25</sup>. Nele, assim como Victor Civita faria onze anos depois ao assinar a primeira “Carta do Editor” para *Placar*, Domingos situa a *Revista do Esporte* como a realização de um antigo projeto de sua editora.

Quando ainda a “Revista do Rádio” nem estava no embrião, a vontade já era outra: era a de uma revista para o esporte. As circunstâncias, no entanto, naqueles tempos, indicaram o rumo do rádio — e saiu então o semanário que se enquadra hoje no grupo das maiores revistas brasileiras, a segunda, sem dúvida, em tiragem e circulação. Mas, par a par com o crescimento da “Revista do Rádio” subia também a idéia de uma revista esportiva. Ei-la que surge agora. A demora foi grande. Onze anos depois da primeira vontade. Explica-se porém: é que uma revista pode ser lançada a qualquer instante, mas uma grande revista não. Isso não especifica que a revista que ora surge já venha de rótulo assim. Mas tem essas esperanças. Nem se poderia compreender que neste país vasto de interesse pelo esporte, se tentasse um semanário esportivo sem esse ideal de ser grande. É assim que nasce a revista que aqui está.

Na sequência deste mesmo editorial, notam-se duas preocupações: a de passar uma imagem de convivência pacífica com os concorrentes, notadamente *Manchete Esportiva*, que, àquela altura (março de 1959), ainda estava em circulação; e de compromisso com outros esportes além do futebol, embora este seja assumido desde logo como “o esporte rei”:

Já temos no caminho grandes outras publicações, no Rio, em São Paulo, até mesmo em outros estados. A estrada é ampla e convidativa. Aqui estamos, pois, ao sol que nasce por igual. Nem por isso tentaremos fazer sombra a quem quer que seja. Vamos seguir, lado a lado, com os que primeiro entraram na caminhada. O esporte é grande e o Brasil ainda maior. Temos apenas a finalidade de também cooperar na constante ascensional do esporte. Futebol é o esporte rei, mas haveremos de enveredar por todo o reinado esportivo, buscando nas outras modalidades a atração para o leitor, porque também são grandes e belas as emoções do basquete, do vôlei, do tênis, do box, do hipismo, do remo, do polo, etc. Aliás bem diz o nosso nome, o título com que estamos saindo. Somos, e cada vez mais seremos, uma revista do esporte, em letras maiúsculas como diz a capa.

---

<sup>25</sup> Sobre a *Revista do Rádio* e a vida de Anselmo Domingos, ver: FAOUR, Rodrigo. *Revista do Rádio*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

Por fim, na última parte daquele editorial dividido em tópicos (formato que seria mantido até a última edição da revista), a ênfase é para a relação entre o rádio e o esporte, que se firmaria como a principal característica da publicação, dentro de uma lógica que só começaria a ser aprofundada oito anos depois, a partir de 1967, pelo escritor francês Guy Debord (1931-1994), em seu livro *La Societé du Spectacle* (A Sociedade do Espetáculo).

Que o rádio e o esporte são duas forças, ninguém tem dúvida. Mas terão afinidade entre si? Sim, diremos nós. O esporte é a ação, o rádio a transmissão. Para o povo são úteis e se constituem nos mais preferidos espetáculos populares. Haverá maior grandiosidade do que um estádio superlotado de vibração? E porventura algo poderá ser maior do que o poder do rádio transmitindo sem fronteiras? Eis porque [*sic*] se afinam, essas duas expressões notáveis, rádio e esporte. Eis porque [*sic*] deriva da “Revista do Rádio” o surgimento desta nova revista. Se a sorte e as venturas que pontificam há onze anos na vida da primeira se repetirem nesta outra que agora nasce, graças aos céus! Vontade, esforço, alma e coração não nos faltam. E confiança, sobretudo confiança, no público que por certo já conhece nosso trabalho, nossa obra, nossas diretrizes. Até a próxima semana, portanto.

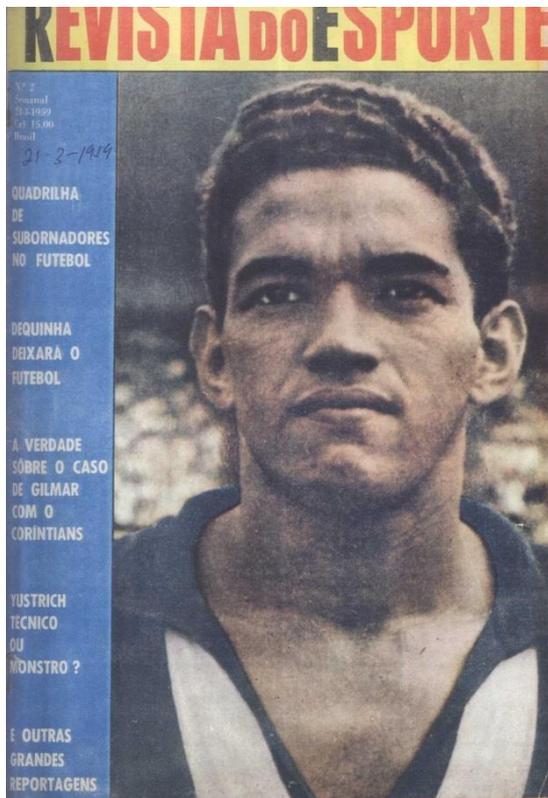
Sobre a criação da *Revista do Esporte*, o jornalista André Ribeiro observa:

Em março de 1959, estimulado pela conquista inédita do título mundial na Suécia no ano anterior, Anselmo [*Domingos*] foi mais longe em sua ideia de ampliar o faturamento de sua revista e lançou no mercado a *Revista do Esporte*. A fórmula editorial era a mesma consagrada na Revista do Rádio, com perfis das principais estrelas de futebol e principalmente os bastidores e a vida pessoal dos craques brasileiros. O sucesso foi estrondoso. Nunca, desde o surgimento da revista *Esporte Ilustrado*, em 1942 [*na verdade, 1938*], o mercado editorial esportivo tinha tido uma revista tão prestigiada como a *Revista do Esporte* (RIBEIRO, 2007: 177).

O escolhido para estampar a capa daquela *Revista do Esporte* número 1 foi Pelé (figura 76). A capa da semana seguinte, já antecipadamente prometida, foi Garrincha (figura 77). Ambos dividiam a preferência popular naqueles tempos pós-Brasil campeão mundial pela primeira vez, na Copa do Mundo que havia sido disputada na Suécia apenas nove meses antes, em junho de 1958.



Figura 76: capa da primeira edição de *Revista do Esporte*, de 14/3/1959, com Pelé (Reprodução/arquivo pessoal do autor).



*Figura 77: capa da segunda edição de Revista do Esporte, de 21/3/1959, com Garrincha (Reprodução/arquivo pessoal do autor).*

As chamadas na capa para as principais reportagens no interior da revista são sintomáticas de suas intenções.

Na edição número um – “Pelé, a vedete do momento”; “Quem tem o melhor futebol: Rio ou São Paulo?”; “Pompéia perseguido pelos técnicos”; “Garrincha queria um automóvel para renovar”; “Outras reportagens *de sensação*” (grifo do autor deste trabalho).

Na edição número dois – “Quadrilha de subornadores no futebol”; “Dequinha deixará o futebol”; “A verdade sobre o caso de Gilmar com o Corinthians”; “Yustrich: técnico ou monstro?”; “E outras grandes reportagens”.

Todos esses textos denunciam o principal objetivo da publicação, assim sintetizado pelo pesquisador Álvaro do Cabo no texto “Um raio-X da *Revista do Esporte*”, publicado no livro *O Esporte na Imprensa e a Imprensa Esportiva no Brasil*:

*A Revista do Esporte* busca atrair a atenção dos leitores através de reportagens sensacionalistas e seções que exploram a intimidade dos atletas das principais equipes de futebol do país. Inspirada no modelo da *Revista do Rádio*, a vida dos ídolos é o principal foco das matérias em uma diagramação em que as reportagens utilizam muitas fotografias e pouco conteúdo. São notícias meramente informativas com linguagem bem objetiva ou claramente especulativas no sentido de buscar vender notícias polêmicas além de breves entrevistas com os atletas e pessoas envolvidas com o esporte (HOLLANDA; MELO (orgs.), 2012: 137).

Álvaro do Cabo lembra, ainda, que “a própria redação e as oficinas de ambas as revistas (Rádio e Esporte) ficavam no mesmo espaço físico. A primeira sede era na Rua Santana, 136, no Rio de Janeiro, porém a revista possuía uma sucursal em São Paulo” (HOLLANDA;

MELO (orgs.), 2012: 137). A preocupação em equilibrar o conteúdo entre notícias sobre o futebol paulista e carioca, na época os dois maiores centros desse esporte no país, acentua-se a partir da edição número 89, de 19 de novembro de 1960. Ela traz na capa colorida o goleiro Gilmar, do Corinthians, de São Paulo, e na quarta e última capa, em preto e branco, os jogadores Castilho, Jair Marinho e Pinheiro, que formavam a defesa do Fluminense, do Rio de Janeiro (figura 78). A partir dali, geralmente quando a capa era paulista a quarta capa era carioca, e vice-versa.



*Figura 78: primeira e quarta capas de Revista do Esporte nº 89, de 19/11/1960, com o goleiro Gilmar, do Corinthians, de São Paulo, e a defesa do Fluminense, do Rio (Reprodução/Arquivo Pessoal).*

Além da capa, onde quase sempre aparece a foto de um atleta de futebol, às vezes dois jogadores juntos, em muitas edições pesquisadas aparece o pôster de uma equipe ou seleção no meio da revista, além da foto da semana, da seção “flagrantes”, e muitas fotografias nas reportagens. Chega a impressionar a qualidade visual da revista e a amplitude das imagens em

todas as edições. A utilização de seções específicas voltadas para a vida íntima e banalidades das celebridades esportivas é a principal marca da revista, que provavelmente ajudou na popularização do periódico (HOLLANDA; MELO (orgs.), 2012: 137).

No texto “Pérolas na *Revista do Esporte*”<sup>26</sup>, postado em 29 de maio de 2012 no sítio “História (s) do Sport”, o pesquisador Álvaro do Cabo postou algumas “joias” que, segundo ele próprio, “não foram publicadas no artigo [*“Um raio-x da Revista do Esporte”*] por falta de espaço”. Elas se referem às seções “Raios-X de Corpo Inteiro” (figura 79), “Bate-Bola” (figura 80) e “Candinha no Esporte” (figura 81). Principalmente a partir das respostas dadas pelos entrevistados, oferecem, mesmo que de maneira jocosa, uma boa ideia do que foi aquela publicação:

[...] começando pela emblemática seção Raio-x [*sic*] de corpo inteiro:

Cabrita (Goitacás) – “No cabelo usa somente água” – N. 1/1959

Zizinho – “Fuma cigarros Hollywood. Um maço por dia mais ou menos” – N.5/1959

Didi – “Oldsmobile é a marca do seu automóvel” – N. 7/1959

Macalé (Botafogo) – “Adora Icaraí. Acredita que não existe no mundo inteiro praia mais poética” – N. 9/1959

Pampolini – “Não tem predileção por marca de sabonete, usa o mais barato” – N. 10/1960

Gino (São Paulo) – “Carnavalesco cem por cento, adora os folguedos momescos” – N. 62/1960.

Jorge (América) – “Ficaria feliz se a cegonha deixasse um casal de gêmeos na sua casa”. N. 64/1960.

Zito (Santos) – “Corretor de café é a profissão que exerce fora dos gramados” – N. 66/1960.

Paulo Otacílio (São Paulo) – “Não tem, nem gosta de apelido, tem raiva mesmo” – N. 108/1961.

Ílton (Guarani) – “Não quer morrer sem conhecer os Estados Unidos e aponta Portugal como o melhor país que visitou” – N. 110/1961.

Antoninho (América) – “Não fuma, não bebe e não joga a valer dinheiro. Acha que serve de exemplo”. N. 172/1962.

Murilo (Flamengo) – “Seu principal divertimento é soltar papagaio com os sobrinhos”. N.386/1966.

Tim (Fluminense) – “Seu traje preferido é o esporte. Acha um suplício colocar gravata”. N. 388/1966.

<sup>26</sup> Disponível em <https://historiadosporte.wordpress.com/2012/05/29/perolas-na-revista-do-esporte/>, acessado em 19/7/2015.

# Raios X de Corpo Inteiro

**PAMPOLINI**  
(MÉDIO DO BOTAFOGO)

- Seu nome completo é Américo Pampolini Filho
- É mineiro, de Belo Horizonte
- Tem 26 anos
- Comemora o seu aniversário no dia 24 de dezembro
- É católico e vai à missa aos domingos
- Sagrado Coração e Santa Terezinha são os Santos de sua devoção
- Mede 1,74
- Pesa 65 quilos
- Sua diversão preferida é o cinema
- Calça chuteira (e sapato) n.º 41
- "Ma Griffe" é o perfume de que mais gosta
- Não tem predileção por marcas de sabonete; usa o mais barato...
- Colgate é a sua pasta dentifricia
- Fumava muito, mas deixou por completo
- É noivo
- Seu maior sonho é casar-se brevemente e ter muitos filhos
- Aprecia filmes românticos e comédias
- Não lê histórias em quadrinhos
- Mora em Copacabana
- Freqüentador assíduo da praia
- Volei e natação são os outros esportes que pratica, mas só na praia
- Não tem automóvel, mas espera comprar um algum dia
- Deita-se entre 11 horas e meia-noite
- Acorda o mais tarde possível
- Seu passatempo favorito é ouvir música
- Usa no cabelo óleo de lavanda Bourbon
- Seu alfaiate é o J. Martins, da Rua Arnaldo Quintela
- Azul é a sua cor preferida
- Henrique, do Botafogo, é o seu barbeiro
- Sua maior emoção foi ter sido campeão carioca de 1957
- Gosta de dançar bolero e samba
- Não gosta de ler romances
- Os melhores filmes que já viu até hoje foram "O preço da esperança" e "Sempre em meu coração"
- As músicas que ouve com prazer: brasileira, italiana e mexicana
- Seu prato predileto é capelete, feito por sua mãe
- Tem uma padaria em Belo Horizonte, em sociedade com um irmão
- Conhece quase toda a Europa
- Itália, Alemanha, México e Suíça são países que lhe deixaram as melhores lembranças
- Acha que todos os atacantes são difíceis de ser marcados
- Já foi dirigido por sete técnicos e considera todos iguais
- Prefere o traje esporte



**ÊLE É PROPRIETÁRIO DE UMA PADARIA**

Figura 79: seção "Raios-X de Corpo Inteiro" com Pampolini, jogador do Botafogo, na Revista do Esporte nº 10, de 16/5/1959 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

O item Bate-Bola traz perguntas “reflexivas” para os ídolos que possibilitam respostas curiosas bem como nos seguintes exemplos:

– R.E “ Que faria se visse uma marciana?”

Valdemar Carabina (Palmeiras) “Tentaria falar com ela e perguntaria como são as coisas lá” (N.9/1959)

R.E “As louras ou as morenas?”

Rosan (Ferroviária). “Em se tratando de filhas de Eva, não gosto muito de escolher. O que cair na rede...” (N.62/1960)

R.E “Se fosse cantado para amolecer uma partida, que faria?

Ernani (Botafogo). “Não creio que exista um indivíduo suficientemente corajoso para fazer semelhante proposta”. (N.63/1960)

– R.E “Acredita no fim do mundo?”

Alenor (Bahia) “Nada disso, o mundo acaba é para quem morre”.

R.E “ Faria um raid numa jangada?”

Perinho (Palmeiras) “Não sei nadar, portanto nunca”. (N.65/1960)

R.E “Contra ou a favor da pena de morte?

Mengálvio (Santos) “Sou contra”. (N.172/1962).

# ★☆☆ Bate-Bola ☆☆☆

## Com ROSAN (goleiro da Ferroviária)

- **Jogador de futebol é escravo ou boa vida?**  
— Somos um pouquinho de cada coisa: damos duro e temos nossas compensações.
- **Já levou bronca de técnico?**  
— Gosto de cumprir meus deveres à risca e não dou oportunidade ao técnico para me observar.
- **Qual o pior campo em que já atuou?**  
— Em Assis, no interior paulista, existe um gramado que mete medo a qualquer cristão.
- **Se recebesse boa proposta, jogaria na Rússia?**  
— Para fazer minha independência financeira, iria para qualquer lugar, mas acontece que na Rússia não há profissionalismo. Daí...
- **Joga por prazer ou por dinheiro?**  
— Sou profissional e também gosto do futebol. Assim, junto as duas coisas.
- **Foi roubado alguma vez?**  
— Os ladrões sabem muito bem de minha carreira, pois até agora não assinei nenhum contrato endinheirado...
- **Com quem se acha parecido?**  
— Quando olho no espelho vejo sempre o Rosan a me espiar muito espantado...
- **Como recebe as críticas às suas atuações?**  
— Recebo-as sempre de bom humor. Detesto injustiça, entretanto.
- **As louras ou as morenas?**  
— Em se tratando de filhas de Eva, não gosto muito de escolher. O que cair na rede...
- **O que mais admira na mulher?**

- U'a mulher carinhosa e honesta é um problema bem sério.
- **Já discutiu com algum juiz em campo?**  
— Não sou brigão e não me perco com bobagens. Respeito o juiz e gosto de ser respeitado por ele também.
- **Prefere jogar no inverno ou no verão?**  
— O tempo nada significa para mim. Jogo em qualquer estação.
- **Faz regime para manter o peso?**  
— Meus quilos sempre foram estáveis. É uma preocupação que não tenho.
- **O que mais admira em si mesmo?**  
— O meu caráter definido. Comigo é pão, pão, queijo, queijo.
- **Qual o maior invento humano?**  
— Desculpem, mas fujo da pergunta: o maior inventor, para mim, foi o grande Santos Dumont.
- **Cite um craque:**  
— Peço perdão e cito dois:

Julinho e Pelé — duas máximas em futebol.

- **Já frequentou sessões piritas?**  
— Sou católico e nunca interessei pelo Espiritismo.
- **Cite um jogador violento.**  
— Não creio existir isso no futebol brasileiro. É melhor dizer que nossos colegas jogam duro. Ai, sim, poderíamos apontar uma porção deles.
- **Se não fosse jogador, gostaria de ser?**  
— Nunca pensei em ser nada na vida, mas gostaria de ter uma profissão que coadunasse com o meu temperamento.
- **Faria um "raid" numa jogada?**  
— Desde que estivesse pé de terra firme, não tenho muito medo, não.
- **Compraria terreno em Brasília?**  
— Atualmente não vejo vantagem, mas, para o futuro, será um bom emprego de capital.
- **Quantos cigarros fuma por dia?**  
— Mais ou menos uns 10 ou 12.
- **Gosta de concentração?**  
— As concentrações são muito confortáveis, mas, para mim, dispense, pois sei muito bem da minha responsabilidade.



**ELE NÃO ACREDITA QUE EXISTA JOGADOR VIOLENTO...**

Figura 80: seção "Bate-Bola" com Rosan, goleiro da Ferroviária de Araraquara (SP), na Revista do Esporte nº 62, de 14/5/1960 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

A seção Candinha no Esporte é inspirada em personagem homônima da Revista do Rádio e tem como objetivo fazer fofocas sobre os esportistas. Vejam alguns “fuxicos” da Candinha que para os dias atuais não se enquadrariam bem nos parâmetros do politicamente correto:

- “Famoso craque do São Paulo recentemente contratado adora beber água que passarinho não bebe” (N. 108/1961)
- “Você não é nada modesto para pedir hein Garrincha? Contaram-me que para terminar as obras do seu novo “barraco” você meteu um vale de 300 mil do Botafogo” (N.111/61)
- “Germano parece que tem os dentes maiores que a boca. Só vive rindo o neguinho” (N.171/62)
- “ Denílson, escurinho do Fluminense não gosta de ser chamado de “negão” pelos seus companheiros. Resultado: estão pensando em chamá-lo de Alvinho” (N.288/1964)
- “Volto ao Tostão: Ele não esquece de escrever constantemente para sua querida Édila, (que tem sobrenome Barbosa, e que conta 16 anos). Numa de suas cartas todo galanteador, o Tostão afirmou que as mulheres europeias são realmente bonitas, mas nenhuma tanto quanto ela, Édila...”
- “João Saldanha é de morte... Imaginem que ele garante que há uma lista de coleguinhas jornalistas pagos pela C.B.D. Diz o Saldanha que pagaria do seu bolso uma primeira página de jornal se a C.B.D se dispusesse a dar divulgação do nome desse pessoal”. (N. 389/1966).

**PELA** vontade de Garrincha a Elza Soares pararia de cantar profissionalmente. (Não é verdade, querido?)

**MANGUITO** dá cada susto no pessoal na concentração do Olaria. Ronca e fala sozinho a noite inteira...

**JÁ** vi gente ter medo de levar injeção, mas igual ao Joaquinzinho acho que está para nascer. O atacante do Fluminense precisa quase ser agarrado no laço...

**MARCELO**, zagueiro do Bon-sucesso, está fazendo o curso de

to, minha filha, já estou falando nele...

**AINDA** sobre o Celso: êle está vendendo televisões portáteis, rádios, etc. Com isso, é mais dinheirinho que vai entrando.

**AMARO**, do Corinthians, mudou de carro. Agora está desfilando com um DKW ano 64, cor cinza.

**QUE** é isso, Marcial? Você agora também deu para fumar charutos? A idéia é horrível, meu querido.

**JÁ** o Zé Carlos, médio-apoi-

com o preparador chito.

**SE** eu tivesse que casa mais bacana de jogadores paulistas ria dúvidas em ir Belini. Meu bonitão apartamento duplicular na Av. Angélio

**BERICO**, com o d luvas que recebeu o go, comprou logo um no interior de São Paulo seu pai.

**O PRESIDENTE** que nadava em dinheiro (presidente) está agora baixo, coitado. Está culdades até para maro. (Agora os "amigos" chamam a fugir).

**VALDEMIRO** Pinisso? D. Maria Soares Pinto reclamação contra você. E zão, você sabe.

**FUJAM** de qualquer "lho" com o juiz Gersar. Quem avisa a homem é "apenas" poeirista e capitão dista.

**ADAURI** tinha medo de gir seu Volkswagen (bana (onde reside) (onda joga). Não tira. Agora o medo já

**DA PRIMEIRA** vez que enganou o Nélio esposa, D. Áurea (feteu passar na casa depois desviou-se. Agora, porém, a av confirmou sua próxima da, para alegria do Flamengo e de sua e

# Candinha NO ESPORTE

Contabilidade na FUGAP. E é aplicado nos estudos, mesmo.

**DOIS** que não se gostam, mesmo: José de Albuquerque, presidente do Olaria, e João Saldanha. Inimizade antiga.

**AMOROSO** assim que foi para o Fluminense escolheu logo uma vítima para as suas brincadeiras: Procópio. Como o zagueiro sofre com a gozação do atacante...

**VAI** sair faisca quando se encontrarem Manoel Joaquim Lopes (presidente do Vasco) e Jaime Soares Alves (ex-vice-presidente cruzmaltino). O primeiro diz cada coisa feia do segundo...

**FEFEU** (Flamengo) já não é nenhuma beleza. Imaginem, então, êle fazendo cara feia quando é tratado pelo pedicure. Assusta qualquer um...

**INALDO**, atacante da Portuguesa, do Rio, é noivo em Recife. Sua eleita é irmã do goleiro Manga, do Botafogo.

**A NOIVA** do zagueiro Murilo reclamou com o Gérson Monteiro (Secretário da nosa R.E.) que o seu querido quase não saia nas nossas páginas. Pron-

dor paranaense do Vasco, recebeu logo dois apelidos: "Penteado" e "Bôca de Chupeta".

**AMAURI** (nôvo atacante do Flamengo) fez feio uma dia desses. Levou pau no exame de motorista. De jeito nenhum conseguiu colocar o carro na balisa...

**CELSO**, atacante brasileiro que está ganhando os tubos na Venezuela, vai montar negócio no Rio: uma pastelaria. (Pelos cálculos do Celso sua renda não será inferior a meio milhão mensalmente).

**DENILSON**, escurinho do Fluminense, não gosta de ser chamado de "Negão" pelos seus companheiros. Resultado: estão pensando apelidá-lo de "Alvinho"...

**UM** rádio-repórter de uma emissora carioca telefona diariamente para o Departamento Médico do Fluminense para bater papo com a enfermeira Dilá. (O nome, infelizmente, não posso dar).

**ESTÁ** para acontecer algo de desagradável, coisa assim como uma briga. E' só haver um encontro do Martim Francisco



Figura 81: seção "Candinha no Esporte" na Revista do Esporte nº 288, de 12/9/1964 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Embora a pesquisa de Álvaro do Cabo aponte para a existência de 590 edições de *Revista do Esporte*, até dezembro de 1970, o último exemplar localizado para esta pesquisa é de número 588, de 27 de novembro daquele ano, que traz na capa o jogador César, do Palmeiras (figura 82).



Figura 82: capa da *Revista do Esporte* n° 588, de 27/11/1970 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Em sua fase final, a revista passou por diversas mudanças de formato, na tentativa de sobreviver. Desde a edição 567, de 20 de maio de 1970, tornara-se 2 centímetros mais larga. Os últimos sete números mediam 31 por 23 centímetros.

*A Revista do Esporte* acaba justamente no ano do tricampeonato mundial de futebol do Brasil e num momento que a influência do rádio vem sendo suplantada pelo crescimento da televisão. Seria o ocaso da “era de ouro” do rádio e para muitos da principal fase do futebol brasileiro. [...] Essa importante publicação sai de cena em um momento em que seu fundador estava em decadência pessoal e entregue às drogas. O crepúsculo da *Revista do Esporte* acontece no mesmo ano do surgimento da *Placar*, a mais importante revista esportiva das próximas décadas, simbolizando um ritual de passagem de períodos distintos da mídia esportiva brasileira (HOLLANDA; MELO (orgs.), 2012: 147).

## 4. AS MUITAS VIDAS DE *PLACAR*

### 4.1 Política, sim, mas sem perder a esportiva (1970 a 1984)

O “ritual de passagem” da *Revista do Esporte* para *Placar*, ao qual Álvaro do Cabo se refere no final de seu artigo, é de uma revista menor (32 páginas), mais cara (NCr\$ 1,20) e ainda impressa em preto e branco, para uma novidade maior (40 páginas), mais barata (NCr\$ 1,00), que já trazia algumas páginas internas em cores, principalmente as publicitárias, e logo se tornaria predominantemente colorida. Não havia mesmo como concorrer.

No entanto, a principal diferença entre essas duas revistas de futebol é que em *Placar* as fofocas que caracterizavam a *Revista do Esporte* deram lugar à “nova mentalidade no jornalismo esportivo” ressaltada por Victor Civita na “Carta ao Leitor” da edição número um. Com seu estilo agressivo, sem limitar-se à tietagem dos jogadores, *Placar* logo conseguiu merecido destaque no jornalismo esportivo brasileiro (GONÇALO JUNIOR, 2003: 165). Uma revolução que, segundo o jornalista André Ribeiro, teve início quatro anos antes, no caderno de esportes do *Jornal da Tarde*, também editado em São Paulo.

Apesar de a ditadura militar ainda engatinhar, criar um jornal com a seção de esportes dedicada à contestação da cobertura jornalística praticada no futebol desde os tempos de Charles Miller poderia representar pura provocação. Se os militares aplicaram um golpe, o surgimento do caderno de esportes do *Jornal da Tarde* foi uma verdadeira revolução no jornalismo esportivo brasileiro. O *JT*, como ficou conhecido, começou a circular no dia 4 de janeiro de 1966 sob a direção de Mino Carta, e tinha o objetivo de informar muito, mas com a maior leveza editorial. A seção de esportes, comandada por Tão Gomes Pinto, Sérgio Pompeu e Hamilton Almeida, tinha como missão romper completamente com a linha editorial praticada em décadas anteriores pela maioria dos jornais esportivos do Brasil. [...] Em pouco tempo, a audácia, aliada ao talento de sua equipe, fez do *JT* uma referência no jornalismo esportivo. Passou a faturar praticamente todos os grandes prêmios jornalísticos destinados às melhores coberturas esportivas da época (RIBEIRO, 2007: 197, 198, 199).

O *JT*, por sua vez, teve como embrião a *Edição de Esportes* de *O Estado de S. Paulo*, que até 1991 não circulava às segundas-feiras e para informar sobre a rodada esportiva do fim de semana precisava colocar aquele complemento em circulação já na noite do domingo. Posteriormente, a *Edição de Esportes* do Estadão tornou-se um suplemento do próprio *Jornal da Tarde*. Não por acaso, vinha do *JT* praticamente a metade da equipe original de onze (coincidentalmente, o mesmo número de jogadores de um time de futebol) jornalistas contratados que constam no expediente da edição número um de *Placar*: o editor Hamilton Almeida, os redatores e repórteres Hedyl Valle Júnior, José Maria de Aquino e Michel Laurence e o fotógrafo Lemyr Martins (que depois passaria também a escrever textos para a revista). Outros, como José Maria de Aquino e Mylton Severiano da Silva, o “Miltainho”,

logo seguiriam do *JT* para o prédio da Abril na marginal do Rio Tietê, onde a recém-criada *Placar* funcionava. Ainda sobre os primeiros tempos de *Placar* e sua afinidade ideológica com a linha editorial do *Jornal da Tarde*, André Ribeiro registra:

A maior e melhor revista esportiva do Brasil, publicada pela Editora Abril, surgiu no auge da efervescência política do país e no olho do furacão da crise instalada com a demissão do técnico da Seleção Brasileira às vésperas da disputa da Copa do Mundo no México. *Placar*, idealizada pelo jornalista e advogado Cláudio de Souza, era destinada a leitores interessados em reportagens mais elaboradas, inteligentes, escritas somente por feras do jornalismo esportivo. Em pouco tempo um time de primeira começou a bater um bolão nas páginas da nova revista. Boa parte da primeira equipe era formada por jornalistas que trabalhavam na edição de esportes do *Estadão* e do *JT*, como Michel Laurence, Hedyll Valle Jr., Woile Guimarães e José Maria de Aquino. Uma verdadeira geração de craques da imprensa esportiva passou a fazer parte da revista, como Milton Coelho da Graça, Jairo Régis, Juca Kfourri, Lemyr Martins, Maurício Cardoso, Carlos Maranhão, Celso Kinjô, Paulo Patarra, Maurício Azêdo, Hamilton Almeida Filho e Rogê Cláudio (RIBEIRO, 2007: 208).

Em termos de revista, *Placar* levava para a cobertura esportiva o espírito das grandes reportagens presentes em uma outra publicação da Editora Abril: *Realidade*. Lançada em abril de 1966 e publicada por praticamente uma década, até janeiro de 1976, aquela publicação revolucionária privilegiava as fotos, textos escritos em primeira pessoa e apresentava design incomum para a época. Entre suas pautas, até o surgimento de *Placar*, muitas vezes esteve presente o futebol. Principalmente nas edições de julho de 1966 (“Feitiço brasileiro vai a Londres”), outubro de 1966 (“O goleiro é um desgraçado”), maio de 1967 (“Mengo, tu é o maior!”), novembro de 1968 (“O Mineirão mostra outro mineiro”) e maio de 1969 (“Nosso futebol sem rumo”), outubro de 1969 (“Tostão, vice-rei no México”).

A primeira edição de *Placar* teria vendido “500 mil exemplares” (RIBEIRO, 2007: 208). As fontes ouvidas por Bruno Chiarioni e Márcio Kroehn para o livro *Onde o Esporte se Reinventa – Histórias e Bastidores dos 40 Anos de Placar* falam em uma tiragem de 120 mil. Segundo Gonçalo Junior, a partir do depoimento do primeiro diretor, Cláudio de Souza, a revista “padecia, no começo, porém, de um mal congênito”:

[...] por necessidade da gráfica da Abril, fechava às 19h do domingo, mas só seria impressa na segunda e distribuída na terça. Como a maioria dos jogos terminava exatamente nesse horário em praticamente todos os campeonatos estaduais ou nacional, a revista não informava resultados. A parte de cobertura e atualidade dos fatos chegavam ao leitor frias ou incompletas. [...] levou-se algum tempo até que as vendas empatassem com os custos (GONÇALO JUNIOR, 2003: 165).

Placar misturou inicialmente reportagens de dentro e de fora do campo, com a cobertura dos jogos e detalhes dos bastidores (GONÇALO JUNIOR, 2003: 164). Já na primeira edição, em uma tentativa de amenizar o “mal congênito” apontado por Cláudio de Souza no depoimento a Gonçalo Junior, surge o “Tabelão”, uma das seções mais emblemáticas destes 45 anos da revista, que já nesta primeira versão prometia: “Aqui você encontra os principais resultados esportivos da semana” (figura 83).

**Tabelão**

Aqui você encontra os principais resultados esportivos da semana. O Santos é o líder da Taça São Paulo, Picolé é o artilheiro; na Taça Guanabara, o Fluminense venceu o Vasco e ficou sozinho em 1.º; em Portugal, o Sporting é quase campeão; Luís Pereira Bueno venceu em Interlagos.

**futebol**

**SELEÇÃO**  
Seleção Brasileira 1 x Bangu 1  
Local: Estádio Proletário, Rio de Janeiro — 14/mar.  
Juiz: Armando Marques.  
Entrada permitida somente à imprensa e a funcionários da Fábrica Bangu.  
Gols: Paulo Mata 24' do 1.º e Moraes (contra) 26' do 2.º  
Seleção: Ado, Carlos Alberto (Zé Maria), Brito, Joel e Marco Antônio; Clodoaldo (Zé Carlos) e Rivelino; Jartzinho, Dirceu Lopes (Edú), Pelé e Paulo César.  
Bangu: Roni (Devito), Cabrita (Bicas), Sérgio, Luis Alberto (Moraes) e Bauer; Didinho (Da Guia) e Cidcler (Vanderlei); Mário (Gijo), Paulo Mata (Edison), Jorge Félix (Lin) e Aladim (Zé Carlos).

**TAÇA SÃO PAULO**  
2.ª rodada — 11 a 15/mar.  
Palmeiras 0 x Santos 1  
São Paulo 1 x Portuguesa 1  
Classificação (Pontos ganhos)  
1.º Santos 0  
2.º Corinthians 1  
3.º Palmeiras e São Paulo 2  
4.º Portuguesa 3

**TAÇA GUANABARA**  
2.ª rodada — 11 a 15/mar.  
Bangu 2 x Campo Grande 0  
São Cristóvão 0 x Flamengo 4  
América 1 x Portuguesa 1  
Botafogo 1 x Bonsucesso 0  
Olaria 1 x Madureira 0  
Fluminense 2 x Vasco 1  
Classificação (Pontos perdidos)  
1.º Fluminense 0  
2.º Portuguesa, América, Botafogo e Flamengo 1  
3.º Bangu, Olaria e Vasco 2  
4.º Bonsucesso, Campo Grande e Madureira 3  
5.º São Cristóvão 4

**SÃO PAULO**  
Campeonato Estadual  
12.ª rodada — 11 a 15/mar.  
Ferroviária 5 x Ponte Preta 0  
Guarani 1 x Juventus 0  
Comercial 1 x São Bento 1  
Santista 6 x São Bento 1  
Ferroviária 2 x Comercial 1  
Botafogo 1 x Juventus 0  
Guarani 3 x XV de Piracicaba 2  
Paulista 3 x América 0  
Classificação (Pontos perdidos)  
1.º Ferroviária 15  
2.º Botafogo 12  
3.º Guarani 12  
4.º Paulista 11  
5.º XV de Piracicaba e Santista 9

6.º Ponte Preta 8  
7.º Comercial, Juventus e São Bento 7  
8.º América 5.

**MINAS**  
Campeonato Estadual  
13.ª rodada — 15/mar.  
Uberlândia 1 x Fluminense 3  
Ataíde 1 x Fluminense 0  
Paraense 1 x Caldense 2  
Acesita 0 x Tupinambás 2  
Tupi 2 x Democrata 1  
Valério 6 x Sport 2  
Villa do Carmo 1 x Nacional 0  
Sete 1 x Flamengo 3  
Casimiro 2 x Formiga 1  
Democrata 0 x Atlético 0  
Atlético 0 x Olímpic 2  
Classificação (Pontos perdidos)  
1.º Uberlândia e Fluminense 2  
2.º Uberaba e Araguari 3  
3.º Anaxi 4  
4.º Nacional e Paraense 5  
5.º Caldense 6  
Chave B  
1.º Valério 1  
2.º Tupi 2  
3.º Sport, Tupinambás e Villa do Carmo 3  
4.º Democrata 4  
5.º Acesita e Nacional 5  
6.º Sete de Setembro 6

**R.G. DO SUL**  
Campeonato Estadual  
4.ª rodada — 15/mar.  
Grêmio 0 x Juventude 1  
Flamengo 2 x Gaúcho 1  
14 de Julho 1 x Ipiranga 1  
Internacional de Santa Maria 2 x Esportivo 0  
Pelotas 3 x Aimoré 1  
Guarani 1 x Santa Cruz 1  
Nóvo Hamburgo 2 x Cruzeiro 1.  
Classificação (Pontos perdidos)  
Chave Centro  
1.º Grêmio, Ipiranga e Flamengo 2  
2.º 14 de Julho e Juventude 3  
3.º Internacional de Santa Maria e Barroso 4  
4.º Gaúcho 6.  
Chave Sul  
1.º Internacional 0  
2.º Pelotas e Nóvo Hamburgo 2  
3.º Brasil 4  
4.º Aimoré, Cruzeiro, Guarani e Santa Cruz 5.

**PARANÁ**  
Campeonato Estadual  
7.ª rodada — 15/mar.  
Água Verde 3 x Atlético 3  
Coritiba 3 x Operário 1  
Apucarana 3 x Ferroviário 1  
Grêmio Oeste 2 x Londrina 1  
Paranávi 3 x Cianorte 0  
Maringá 1 x Seletio 1  
Bandeirantes 2 x Jandaia 1

**Classificação**  
(Pontos ganhos)  
1.º Grêmio 2  
2.º Coritiba 4  
3.º União Bandeirante 6  
4.º Apucarana 7  
5.º Jandaia 8  
6.º Londrina 9  
7.º Água Verde 11  
Chave B  
1.º Seletio e Paranávi 5  
2.º Maringá 6  
3.º Ferroviário 7  
4.º Operário e Atlético 8  
5.º Cianorte 12.

**PERNAMBUCO**  
Campeonato Estadual  
1.ª rodada — 15/mar.  
Náutico 1 x Santo Amaro 0  
Ibis 1 x Santa Cruz 5  
Central 0 x América 1  
Sport 4 x Ferroviário 0  
Classificação (Pontos perdidos)  
1.º Náutico, Santa Cruz, América e Sport 0  
2.º Ibis, Central, Santo Amaro e Ferroviário 2.

**BAHIA**  
Campeonato Estadual  
8.ª rodada — 15/mar.  
Bahia 3 x Fluminense 0  
Feira 1 x Monte Libano 0  
Ideal 1 x Jequiá 3  
Itabuna 1 x Redenção 1  
Conquista 1 x Galícia 0.  
Classificação (Pontos perdidos)  
1.º Jequiá e Bahia 2  
2.º Conquista 3  
3.º Fluminense e Ilhéus 4  
4.º Galícia, Ipiranga e Vitória 5  
5.º Leônico e Redenção 6  
6.º Itabuna e Feira 7  
7.º Monte Libano 8  
8.º São Cristóvão 9  
9.º Ideal 11  
10.º Botafogo 12.

**AMISTOSOS/BRASIL**  
14/mar.  
Grêmio (Porto Alegre) 0 x Nacional (Uruguaí) 0  
Torneio quadrangular: Inauguração do estádio de São José dos Campos (SP)  
15/mar.  
Local: São José dos Campos Atlético Mineiro 1 x Internacional (Porto Alegre) 0  
Palmeiras 2 x Corinthians 2.  
NOTA: Palmeiras e Corinthians, que terminaram empatados, disputaram em pênaltis; o Corinthians ganhou de 2 a 1.

**AMISTOSO/COPA**  
15/mar.  
Local: Cidade do México México 3 x Peru 1.

**ITALIA**  
1.ª Divisão  
22.ª rodada — 15/mar.  
Bari 1 x Fiorentina 1  
Bo'omba 0 x Brescia 3  
Napoli 1 x Milan 1  
Juventus 2 x Cagliari 2  
Inter 0 x Lanerossi 0  
Lazio 4 x Palermo 0  
Sampdoria 2 x Roma 0

Torino 1 x Verona 0.  
Classificação (Pontos ganhos)  
1.º Cagliari 35  
2.º Juventus 33  
3.º Inter 31  
4.º Milan 30  
5.º Fiorentina 29  
6.º Napoli e Turim 26  
7.º Roma e Lanerossi 23  
8.º Bolonha e Verona 21  
9.º Lazio 20  
10.º Sampdoria 18  
11.º Palermo, Bari e Brescia 16.

**PORTUGAL**  
1.ª Divisão  
22.ª rodada — 15/mar.  
Benfica 2 x Setúbal 1  
Sporting 2 x Belenenses 1  
Pórtio 1 x Barreirense 1  
Vizim 2 x Tomar 0  
Guimarães 2 x Braga 0  
Académica 4 x Boa Vista 1  
CUF 1 x Leixões 0.  
Classificação (Pontos ganhos)  
1.º Sporting 38  
2.º Setúbal e Benfica 30  
3.º Vizim 27  
4.º Barreirense e Guimarães 23  
5.º Belenenses 21  
6.º Pórtio e Académica 20  
7.º CUF 20  
8.º Leixões 18  
9.º Braga e Boa Vista 13  
10.º Tomar 12.

**ESPAÑA**  
1.ª Divisão  
25.ª rodada — 15/mar.  
Atlético de Madrid 3 x Real Madrid 0  
Valencia 2 x Elche 0  
Real Sociedade 2 x Atlético de Bilbao 0  
Pontevedra 4 x Sabadell 1  
Sevilha 2 x Coruña 0  
Granada 0 x Las Palmas 0  
Mallorca 1 x Zaragoza 1.  
Classificação (Pontos ganhos)  
1.º Atlético de Bilbao 35  
2.º Atlético de Madrid 34  
3.º Real Madrid, Real Sociedade, Valencia e Sevilha 29  
4.º Zaragoza 28  
5.º Barcelona 27  
6.º Sabadell 24  
7.º Celta 22  
8.º Las Palmas 20  
9.º Coruña 19  
10.º Mallorca 15  
11.º Pontevedra 11.

**automobilismo**  
Festival de velocidade  
Interlagos — 15/mar.  
Renda: NCR\$ 65 465,00.  
Público pagante: 6 478 pessoas.  
Promoção — ACESP/Avallone Empreendimentos.  
Categoria Estreantes  
1.º Nilson Clemente — Opala 8 voltas no circuito em 32m54s e 5/10, média horária de 123,84 km/hora. Melhor volta (Nilson Clemente) em 4m03s.  
2.º Rafael de Lorenzo — VW 1600  
3.º Anésio Martinez — VW 1600  
4.º Johnny Christian — VW 1600  
5.º Rodolfo de Freitas — Puma.  
Prova de Motociclismo  
1.º Luís Celso Gianini, 8 voltas em 30m33s1/10, média horária de 125,64 km/hora, com Yamaha 250 TD-1  
2.º Gualtiero Tognochi — Yamaha 250 TD-2  
3.º Antônio Carlos Aguiar — Honda 350  
4.º José Henrique Vetori — Ducatti 250  
5.º Carlos Luzia — Ducatti 250  
Nóvo recorde (não homologado): 3m44s2/10, de Paulo Tognochi com Yamaha TD-2.  
Categoria Monopostos  
1.ª Bateria:  
1.º Luís Pereira Bueno — Merlyn (Fórmula Ford)  
8 voltas pelo circuito, em 26m 46s6/10 com média horária de 142,92 km/hora  
2.º Salvatore Amato — Macon (Fórmula Ford)  
3.º Sérgio Magalhães — Rio Vê 1200 (Fórmula Ford)  
4.º Luís Cardassi — Rio Vê 1200 (Fórmula Brasil)  
Melhor volta: Luís Pereira Bueno em 3m16s3/10.  
2.ª Bateria:  
1.º Luís Pereira Bueno, em 27m35s/10, média horária de 141,48 km/hora — Merlyn (Fórmula Ford)  
2.º Salvatore Amato — Macon (Fórmula Ford)  
3.º Luís Cardassi — Rio Vê 1200 (Fórmula Brasil)  
4.º Manuel Ferreira — Fórmula Vê 1200  
5.º Otto Willy Jordan — Fórmula Brasil 1600  
Resultado final das duas baterias por categoria  
Fórmula Ford  
1.º Luís Pereira Bueno — Merlyn 20 pontos  
2.º Salvatore Amato — Macon — 18 pontos  
3.º Sérgio Magalhães — Merlyn — 9 pontos.  
Fórmula Brasil até 1 200 cilindradas  
1.º Luís Cardassi — Rio Vê — 15 pontos  
2.º Nelson Bastos — BRV — 12 pontos  
3.º Manuel Ferreira — FV — 11 pontos  
4.º Antônio Santisi — Fitti-Vê — 10 pontos  
5.º Elcio Nithack — BRV — 9 pontos.  
Categoria Turismo e Protótipos  
1.ª Bateria:  
1.º Luís Pereira Bueno, 8 voltas pelo circuito de Interlagos, com Bino Mark II, em 28m12s8/10, média horária de 135,72 km/hora  
2.º Tominho da Matta — Opala  
3.º Camilo Cristóforo — “carretera” Chevrolet Corvette  
4.º Eduardo Celidônio — Protótipo “Snob’s” Corvair  
5.º Abílio Diniz — Alfa GTA  
Melhor Volta: Luís Pereira Bueno em 3m28s8/10.  
2.ª Bateria:  
1.º Luís Pereira Bueno — Bino Mark II  
2.º Camilo Cristóforo — “carretera” Chevrolet Corvette  
3.º Tominho da Matta — Opala  
4.º Eduardo Celidônio — Protótipo “Snob’s” Corvair  
5.º Maurício Pires de Barros — Protótipo Fittipaldi VW 1600.  
Resultado final  
1.º Luís Pereira Bueno — 20 pontos  
2.º Tominho da Matta — 17 pontos  
3.º Camilo Cristóforo — 17 pontos  
4.º Eduardo Celidônio — 14 pontos  
5.º Abílio Diniz — 11 pontos.

Figura 83: a emblemática seção “Tabelão”, presente já em Placar nº 1, de 20/3/1970 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Apesar da precariedade da comunicação, *Placar* levava ao leitor resultados quentes e precisos pelo Tabela. Esse grande resumo da rodada, que durou quase 30 anos, descrevia a ficha técnica de praticamente todos os jogos do fim de semana pelo Brasil. Era um trabalho nas noites de domingo e início da madrugada de segunda-feira, com um esquema de atendentes e ligações para todo o país. Esse esforço trouxe tanta credibilidade que a revista, quando chegava às bancas na terça-feira, era alvo das rádios que reproduziam o Tabela de *Placar* para bem informar os ouvintes (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 15).

No depoimento a Gonçalo Junior, o primeiro diretor de *Placar* apontou os dois melhores trabalhos de sua fase à frente da revista: a entrevista exclusiva com João Saldanha e a reportagem sobre a venda em bloco, para o Marrocos, de vários jogadores do Santos. Renomado jornalista esportivo e técnico da Seleção Brasileira com aproveitamento de 100% nos seis jogos das eliminatórias para a Copa de 1970, disputados ainda em 1969, João Alves Jobin Saldanha (1917-1990) foi demitido e substituído por Mário Jorge Lobo Zagallo na noite de 17 de março de 1970 — a menos de três meses, portanto, da estreia do Brasil na Copa do Mundo no México, que ocorreria em 3 de junho. Já em seu número 2, datado de 27 de março, *Placar* trazia um depoimento do polêmico ex-treinador, conhecido pelo temperamento forte e por sua ligação com o Partido Comunista em pleno auge da ditadura militar, sob o título “Exclusivo: João conta tudo” (figura 84). As sete páginas foram escritas em primeira pessoa pelo próprio técnico-jornalista e intituladas “Carta aberta ao futebol brasileiro”.



Figura 84: capa de *Placar* nº 2, de 27/3/1970 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Já a reportagem “Eu comprei meio time do Santos” (figura 85) foi uma brincadeira de primeiro de abril, o Dia da Mentira. Perigosíssima naqueles tempos de ditadura militar, pois foi aplicada em um general, Osman Ribeiro, então vice-presidente do Santos Futebol Clube. Publicada na edição número 4, de 10 de abril de 1970, nela o repórter Georges Bourdokan apresentou-se como tradutor de Abdul Amir Hassan Karam, emissário do Marrakesh Football Club, um time de futebol marroquino (na verdade, um libanês, amigo do repórter, que estava de passagem pelo Brasil). Assim, conseguiu “comprar” por 600 mil dólares cinco jogadores com passagem pela Seleção Brasileira: Carlos Alberto Torres (capitão do time que pouco mais de dois meses depois seria tricampeão mundial jogando no México), Joel, Rildo, Lima e Coutinho. Além disso, obteve a prioridade para a compra de mais dois, Djalma Dias e Picolé.



Figura 85: reportagem “Eu comprei meio time do Santos”, em Placar nº 4, de 10/4/1970 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Logo na capa de sua quinta edição, de 17 de abril de 1970, a revista começa a se destacar, também, por outro aspecto que a diferenciaria ao longo dos anos: o visual. Na ilusão criada pela foto de Lemyr Martins, o jogador Dario parece ter três pernas (figura 86). Mais conhecido como “Dadá Maravilha”, o folclórico Dario havia sido pivô de uma polêmica entre o general-presidente Emílio Garrastazu Medici, que queria vê-lo na Seleção Brasileira, e o ex-técnico João Saldanha, que nesse episódio teria mandado Medici escalar o ministério e deixar que ele mesmo, Saldanha, escalasse o time. Dario acabou convocado por Zagallo, substituto de Saldanha, para a Copa de 70.



Figura 86: Dario, o “Dadá Maravilha”, com três pernas, na capa de *Placar* nº 5, de 17/4/1970 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

*Placar* consolida-se logo na primeira Copa do Mundo que cobriu, a cultuada conquista do tricampeonato mundial no México, em 1970. A cobertura contava com Woile Guimarães, editor; Aimoré Moreira, consultor técnico da revista e treinador da própria Seleção Brasileira no bicampeonato mundial conquistado no Chile, oito anos antes; os repórteres Hedyl Valle Junior, José Maria de Aquino, Michel Laurence e Fernando Sandoval e os fotógrafos Lemyr Martins e Sebastião Marinho. O material, segundo a apresentação da equipe feita na segunda capa da edição 12, de 5 de junho de 1970, era “transportado para o Brasil pela Aerolíneas Peruanas e pela PANAM”.

Apesar de as imagens da primeira Copa do Mundo via satélite terem sido transmitidas para o Brasil em cores (e por isso até hoje serem vistas assim nas retrospectivas), os primeiros aparelhos de televisão coloridos só chegariam ao país dois anos depois, em 1972. Com isso, apenas alguns privilegiados, entre eles, o general-presidente Emílio Garrastazu Medici, puderam escapar da monotonia do preto-e-branco, ao verem os jogos na sede da Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel). Para o cidadão comum, a chamada de capa de *Placar* número 13, de 12 de junho de 1970, era mais que útil: “Em côres: a sensacional estréia das feras” (figura 87).



*Figura 87: capa de Placar nº 13, de 12/6/1970, anuncia as “côres” da estreia do Brasil na Copa (Reprodução/Arquivo Pessoal).*

No período que compreendeu a Copa de 70, entre 31 de maio e 21 de junho, além das quatro edições semanais foi publicado um número extra (14-A), dois dias depois da vitória por 3 a 1 sobre o Uruguai, ocorrida em uma quarta-feira, 17 de junho, e tratada como a vingança da decisão da Copa de 50, perdida para os uruguaios (figura 88).



Figura 88: capa de *Placar Extra*, nº 14-A, de 19/6/1970 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Nesses anos 70, a revista ganhou influência e mercado. E cumpriu com seu objetivo de ser a principal referência informativa futebolística do País. Com uma equipe de repórteres diferenciados e colaboradores espalhados pelas principais praças do Brasil, a cobertura dos campeonatos Estaduais e Nacional foi um dos pontos de diferenciação nessa primeira década de vida da revista. Com a criação do Campeonato Brasileiro (com esse nome mesmo, em 1971), este passa a ser o foco e sua marca registrada — e também seu melhor período do ano em vendas (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 14, 15).

*Placar*, àquela altura, já contava com peças de força como o troféu Bola de Prata, criado logo em seu primeiro ano de existência, pelo repórter Michel Laurence e pelo fotógrafo Manoel Motta, para premiar os melhores jogadores do Campeonato Brasileiro. Além do futebol, a Fórmula 1 passa a ocupar espaço cada vez mais importante na receita editorial, principalmente a partir de 1972, quando Emerson Fittipaldi torna-se o primeiro brasileiro campeão mundial, feito que repetiria em 1974.

A partir da edição 131, de 15 de setembro de 1972, o “mal congênito” do prazo de fechamento da revista, que impedia a publicação dos resultados de alguns jogos, passa a ser resolvido com a impressão do “Tabelão” em um caderno à parte de oito páginas. Inicialmente batizado como “Suplemento Especial do Campeonato Nacional” (depois simplesmente “Suplemento Especial”, por abranger todos os campeonatos), ele durará mais de dois anos, até a edição 248, de 20 de dezembro de 1974.

O traço irreverente do cartunista Henrique de Souza Filho (1944-1988), o Henfil, um dos símbolos da resistência ao regime militar, também se fazia presente desde os primeiros tempos dessa revista esportiva, sim, mas de atuação cada vez mais política. No início de 1973, dom Paulo Evaristo Arns (1921-), que durante a ditadura militar se notabilizaria por sua luta pelo fim da tortura e o restabelecimento da democracia no país, é nomeado cardeal de São Paulo. Sorridente, ele posou para a capa de *Placar* 154, de 23 de fevereiro de 1973 (figura 89), com a bandeira e uma flâmula do Corinthians, time do seu coração, que à época não era campeão havia 18 anos (chegaria a 22). No depoimento de dom Paulo, de três páginas, lê-se, nas entrelinhas, uma série de mensagens dedicadas ao então sofrido torcedor corintiano, mas que naqueles tempos de exceção ganhavam conotação política e poderiam muito bem se destinar ao próprio povo brasileiro:

“Sou dos que acreditam cada ano na alegria do povo.”

“Na hora de deslanchar, toda essa longa provação acaba por render.”

“Sempre torci pelo Corinthians por causa do povo humilde e bom de nossa cidade. O que cada qual pode e deve fazer é cuidar que a desunião e as intrigas não destruam o trabalho necessário e bem feito.”

“Diria a todos os corinthianos que façam do esporte uma distração e um motivo de unir o povo. No mais, o que resolve em nossa vida é a amizade e paz no lar, a justiça por toda parte, e um grande amor a São Paulo e ao Brasil.”



Figura 89: dom Paulo Evaristo Arns na capa de *Placar* 89, de 23/2/1973 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

A militância política nas páginas de *Placar* aumentou quando um estudante de Ciências Sociais da Universidade de São Paulo chamado José Carlos (Juca) Kfouri assumiu a chefia de reportagem, em 1974, e posteriormente a direção da revista, a partir de 1979. Ele, no entanto, já havia participado do projeto de lançamento desde o número um. Daí seu nome constar no primeiro expediente, ao lado dos de outros pesquisadores do Departamento de Documentação (Dedoc) da Editora Abril que se tornariam famosos, como o futuro comentarista econômico Celso Ming e a militante feminista e vereadora Irede Cardoso. Na entrevista concedida para este trabalho, o próprio Juca fez questão de lembrar que a politização em *Placar* é bem anterior à sua chegada.

Não se esqueça: nesse período a revista era dirigida por membros do Partido Comunista Brasileiro, Milton Coelho da Graça [em 1971] e Jairo Régis [de 1971 a 1979]. O Hedyll [Hedyll Valle Junior, chefe de reportagem] achava que o Partido Comunista era um partido de bundões, o Hedyll era um radical de esquerda. O Alfredo Lobo, que era o editor de texto, era do Partidão. O João Rath, que depois substituiu o Hedyll, era do Partidão. Quer dizer: a cúpula da revista. [...] A redação de *Placar* era muito politizada. O mais, nem diria despolitizado, mas, digamos, à direita, ali, era representado pelo Zé Maria de Aquino, que era o mais conservador. Também não posso dizer que ele fosse nenhuma besta-fera, que apoiasse a ditadura.

Desde sempre, Juca Kfouri teve, predominantemente, dois interesses na vida: futebol e política. Conta que sua mais antiga lembrança, às vésperas de completar 5 anos, é a conquista do título de campeão paulista de 1954, ano do IV Centenário da cidade de São Paulo, pelo Corinthians, time do seu coração.

A única televisão que a gente podia ver o jogo era de um tio “torto” meu, que não era tio de sangue, chamado João Marino, que foi o braço-direito do Pietro Maria Bardi, do Museu de Arte Moderna. [...] E nós saímos de lá, no carro do tio João, que não tinha filhos homens, tinha três meninas, para o Parque do Ibirapuera, recém-inaugurado no IV Centenário, festejar a vitória lá no gramado, jogando bola. Lembro que eu achei, ainda, mapas de São Paulo em alumínio, numa folha metalizada, que aviões da Esquadilha da Fumaça haviam jogado em 25 de janeiro. Velho, já... Lembro de ter pego um e levado pra casa e ter guardado esse troço durante um tempo. É a primeira lembrança da minha vida.

Juca relata como, a partir dali, sua vida passou a se pautar “pelos jogos do Corinthians”:

Para o bem e para o mal. Porque nós tínhamos que dormir às oito horas da noite, mas de quarta-feira, dia de jogo do Corinthians, eu levava meu radinho Speaker debaixo do travesseiro e ouvia o jogo numa rádio que tinha um locutor que irradiava do ponto de vista do Corinthians. Cada vez que o Corinthians fazia um gol eu acabava gritando. Os jogos começavam às nove, eu ficava esperando uma hora e depois, às vezes, ficava até meia-noite. Indo pra escola a pé, no caminho tinha obras, construção, eu sabia quem era o pedreiro corinthiano, parava pra conversar. Com muita frequência comprava *A Gazeta Esportiva*. Eu me lembro de coisas... Acho que em 59 o Corinthians virou um jogo que perdia do São Paulo por 2 a 0 pra 3 a 2 com dez jogadores. E *A Gazeta Esportiva* deu na capa: “Eram dez, mas pareciam quinze leões feridos”. Luizinho fez um gol em Buenos Aires em um jogo Brasil e Argentina, um a zero pro Brasil, e lembro do meu pai falando da manchete do *Clarín*: “*El chiquitito número ocho nos destrozó*”. Me pergunte da morte do Getúlio. Não sei — e é da mesma época, 54...

Leitor voraz desde a infância — primeiro de histórias em quadrinhos, como Kid Colt e Mandrake, e do jornal *A Gazeta Esportiva*, depois, “a partir dos 7, 8 anos”, também da revista *A Gazeta Esportiva Ilustrada* —, Kfourri confessa “um péssimo hábito quando criança”: batia a carteira do pai ou pegava o dinheiro da feira do casaco da mãe, escondia “debaixo de uma pedra” ou “em um buraco no mato”, no caminho da escola, fingia que achou o dinheiro e ia correndo à banca de jornais. “Eu era conhecido na rua onde eu morava como o cara de mais sorte no mundo, vivia achando dinheiro.”

Tanto interesse por futebol acabou lhe valendo a própria contratação pela Editora Abril. Na entrevista para admissão, feita pelo primeiro diretor de *Placar*, Cláudio de Souza, Paulo Patarra, Woile Guimarães, Maurício Azêdo e Roger Karman, diretor de serviços editoriais, “o homem do Dedoc”, alguém perguntou a Juca: “Qual o ataque da Fiorentina?”

E eu falei assim: “O ataque? Por que só o ataque? Eu sei o time inteiro: papapá, papapá, papapá...” E torci pra que ninguém me perguntasse do... Celtic [*time de futebol escocês*], por exemplo. Daí eu não saberia. Achavam que bastava. A Itália, na década de 70, o futebol italiano era mais acompanhado aqui. Mas me serviu disso, de leitura de revista.

Juca Kfourri lembra que, naquela mesma entrevista, fez “todas as demagogias que tinha que fazer”, dizendo nunca ter entendido por que o Brasil não tinha uma revista de futebol, que quando se falou que a Abril ia lançar uma revista semanal ele jurava que era de futebol — mas não era, era a *Veja*, criada dois anos antes, em 1968. Entrevistado por Bruno Chiaroni e Márcio Kroehn para seu livro sobre a história da revista *Placar*, Cláudio de Souza falou sobre aquele processo de escolha:

O arquivo Abril precisou equipar-se e a primeira providência foi achar um homem – o homem certo – para antes equipá-lo e mantê-lo. Alguém recomendou um jovem chamado Juca Kfourri e marcamos uma entrevista-sabatina com ele. O jovem era realmente bom e não deixou nenhuma pergunta sem resposta completa. Juca foi contratado no ato (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 77).

*Placar* literalmente mudou a vida de Juca Kfourri. Antes da Abril, ele havia entrado como voluntário no CPOR, o Centro de Preparação de Oficiais da Reserva, só para aprender a atirar e, posteriormente, entrar na luta armada contra a ditadura. Seu projeto de pós-graduação, que começou a fazer na própria USP com o professor Francisco Weffort, futuro ministro da Cultura do governo Fernando Henrique Cardoso, mas jamais concluiria, pretendia provar que o futebol era um fator de mobilização social, não de alienação.

Na minha cabeça, o futebol nunca foi isso [*alienação*]. Eu estava no Pacaembu no dia que o Marighella foi morto. Corinthians e Santos, goleada do Corinthians, 4 a 1 ou 4 a 0 [*4 a 1*]. Eu saí no meio, depois que o alto-falante anunciou [*a morte de Marighella*] e as pessoas aplaudiram. E eu me escagacei. Foi uma situação... Eu tinha 19 anos. Fiquei achando que todo mundo estava olhando pra mim. O Corinthians estava ganhando, dando olé no Santos e eu levantando pra ir embora, com medo de ser preso. A minha sensação era que o Pacaembu todinho estava olhando pra mim. Estava agoniado. “Cara, por que esse moleque, corinthiano, está indo embora agora? O Corinthians dando um baile no Santos...” Não fazia um ano, o Corinthians, ou fazia pouco mais de um ano, tinha quebrado o tabu [*período de mais de dez anos sem vitórias sobre o Santos de Pelé em jogos pelo Campeonato Paulista*]. E agora o Corinthians estava dando uma goleada, em um jogo que havia começado em um domingo, que choveu, foi interrompido e que voltou a ser disputado. Foi um baile. Eu não vi o jogo inteiro.

Até 1972, Juca Kfourri ocupou-se exclusivamente da pesquisa e atendimento do Dedoc para *Placar*. Naquele mesmo ano, foi promovido à chefia do Dedoc e no seguinte à gerência do departamento. Em 1974, Jairo Régis, então diretor de redação, o convidou para ser chefe de reportagem. Só sairia para uma “curta e traumática aventura como diretor de esportes da Rede Tupi de Televisão em 1978”, segundo suas próprias palavras, na carta de apresentação “Sobre o autor” de seu primeiro livro, *A Emoção Corinthians*, de 1983.

Quando entro em *Placar*, em 74, a revista vinha numa batida com problemas, já tinha enfrentado dois ou três boatos de que ia fechar, mas se mantinha. Durante a conversa com o Jairo [*Régis*] em que ele me chamou pra ser chefe de reportagem, eu falei: “Mas como eu venho pra ser chefe de reportagem se eu nunca fiz uma reportagem?” E ele disse: “Nós queremos o seu senso de organização”. Quer dizer, no fundo eles queriam o cara do Dedoc pra organizar o fluxo do fechamento da revista. De abastecimento e fechamento. Lembro de uma conversa com o Hedyll [*Valle Júnior*], que infelizmente durou pouco no comando da revista, na chefia de redação, depois que eu entrei. Logo depois ele é demitido e veio me dizer: “Minha vida melhorou sensivelmente com a sua entrada”.

Para quem escreviam os jornalistas de *Placar* naquela década de 70, em que futebol era considerado alienação? Colocado diante da pergunta, Juca Kfourri responde: “Eu acho que a gente nunca fez [*a revista*] pensando que o cara que nos lesse era alienado”. Ele acredita que, até ali, o que se fazia era uma revista “cifrada”, aproveitando o fato de que, por ser uma revista esportiva, *Placar* era menos visada pela censura. Além disso, foi justamente por causa da censura em outras redações que não só *Placar* como o jornalismo esportivo em geral ganhou muitas boas cabeças. Afinal, eram as páginas que haviam sobrado para se trabalhar. Kfourri lembra uma frase de Roberto Civita, filho do fundador da Abril, Victor Civita, e presidente da editora até morrer, em 2013: “A esquerda me dá ótimos jornalistas, a polícia só é capaz de me dar gráficos”. Em seguida, recorda:

A maior emoção — não a maior, mas certamente uma das maiores emoções que eu tive na minha vida profissional — foi no dia que chegou uma carta de um preso político lá do Barro Branco [*Presídio Romão Gomes, em São Paulo*] dizendo que tinha entendido a matéria das bombas [*“A fórmula da bomba”, Placar 173, 6/7/1973*], e outras tantas, que a gente fez uma série contra a violência. Que não falava em nenhum momento das bombas [*atentados comuns*].

*na época da ditadura*], mas que a bomba [*chute forte*] que interessava era a do Rivellino, a do Pepe...

No artigo “Da informação ao entretenimento: análise do jornalismo esportivo brasileiro pela trajetória histórica da Revista Placar”, Ary José Rocco Junior e Wagner Barge Belmonte situam aqueles primeiros tempos da revista como os de mais forte conteúdo informativo.

Criada em 1970, meses antes da conquista do tri na Copa do México, Placar se notabilizou, na primeira fase, por matérias com forte conteúdo informativo e pautas investigativas lembradas até hoje, em especial por desvendar o submundo do futebol brasileiro. Em função dos fracos resultados econômicos e financeiros obtidos pela publicação, a revista teve de modificar seu rumo, enveredando para o entretenimento e para o espetáculo. É nossa intenção demonstrar, através da trajetória da revista, que aspectos como notoriedade, interesse público e imprevisibilidade foram abandonados pela imprensa esportiva brasileira. Esses elementos, fundamentais na definição da identidade de um veículo, foram deixados de lado. Em seu lugar, o entretenimento e o consumo passaram a nortear as práticas editoriais (BELMONTE; ROCCO JUNIOR, 2014: 1).

Kfourri concorda que a revista, gradativamente, foi se afastando da informação para se aproximar do entretenimento. Mas ressalta que isso demorou para acontecer.

Eu acho que quando eu fui para *Placar*, em 74, existia a ideia (e acho que era uma ideia falsa, mas era uma ideia muito pra vender publicidade) de que *Placar* era uma revista para o cara entre 20, 25 anos. Eu não sei te dizer quanto tempo, mas não demorou muito pra mudar, pra ter consciência de que a gente fazia uma revista pra molecada. [...] Aí veio o Rath [*João Rath, como chefe de redação*]. O Rath era um cara que se você me perguntar: já conheceu um gênio na sua vida? Eu respondo: ele. O Rath não brigava com ninguém. E aí a revista dá uma “amornada” do ponto de vista da porradaria. Fica mais com a cara do Rath. Digamos que o Rath era a capacidade do refinamento do texto e o Hedyll [*Valle Junior*] era a porrada segura, seca. O Rath era o cara da literatura, do texto que se espalhava. E a revista se mantém assim. Ela vive essa situação, de águas mornas com o Rath.

A despeito disso, Kfourri ressalta a importância da publicação ter se tornado, ao mesmo tempo, uma referência para as futuras gerações de torcedores — e até de jornalistas.

No dia em que eu conheci, não me lembro nem em que circunstâncias foi, mas no dia em que eu conheci o Joelmir Beting, ele veio, me deu um abraço e disse: “Vim te agradecer”. Eu disse: “Pelo quê?” E ele respondeu: “Porque eu tenho um filho, Mauro, que está aprendendo a ler na *Placar*. E os textos são de ótima qualidade, vocês estão de parabéns”. Aquilo pra mim foi um puta elogio. Depois, por extrema coincidência, eu descobro que o Mauro estudava na escola da minha mãe. Então a gente tinha essa consciência e esse cuidado.

Ao mesmo tempo, a revista se manteria combativa, ainda, por mais de uma década. Principalmente a partir de 1979, quando o sempre politizado Kfourri torna-se diretor de redação, apesar de pouco antes, como diretor do sindicato, ter ajudado a parar a própria Editora Abril na greve dos jornalistas daquele ano.

No dia que eu sou anunciado como diretor, o Rath vai à minha sala e diz que eu estava sendo posto ali pra fechar a revista. Eu disse: “Você está maluco. Eu jamais aceitaria esse papel. Não posso ter um chefe de redação que pensa que eu vou fechar a revista”. Ele então me disse: “Você está me demitindo?” E eu não tive outra escolha.

Com Celso Kinjô no lugar de João Rath, Kfourri muda a cara da revista. Desde a edição 476, de 8 de junho de 1979, uma das últimas sob a direção de Jairo Régis (que, cansado da rotina paulistana, reivindicou e conseguiu junto à Abril uma distribuidora de revistas no Espírito Santo), *Placar* havia ficado menor (27 por 20 centímetros em vez dos tradicionais 30 por 23), embora com um visual mais moderno e impressa em papel mais encorpado. No ano seguinte, a redação, pela primeira vez, mudaria também de lugar, do prédio da Abril na Marginal Tietê para a Rua do Curtume.

Em seu primeiro editorial assinado, a “Opinião de Placar”, na página 22 da edição 489, de 7 de setembro de 1979, o novo diretor critica a realização do Campeonato Brasileiro daquele ano com 94 (!) clubes e, ao mesmo tempo, sem a presença de alguns dos mais tradicionais, como Corinthians, Santos e São Paulo. Uma amostra do tom crítico de seus 16 anos à frente da revista.

Pobre e flagelado futebol brasileiro, navegando sem destino ou proteção, feito barco de refugiados. Sempre à deriva, vive sendo assaltado por piratas que agem à luz do dia. E esta versão 79 do Campeonato Brasileiro, produzida nos refrigerados gabinetes da rua da Alfândega [onde ficava a Confederação Brasileira de Desportos, CBD, atual Confederação Brasileira de Futebol, CBF], nada mais é que um ato de pirataria. Mais que nunca, estamos num barco sem bússola, sem memória e sem futuro. Os fracassos das últimas Copas, a perda de prestígio internacional e os monstruosos Campeonatos Brasileiros de 77 e 78 parecem ter sido apagados num simples passar de borracha. E a CBD (iniciais que sugerem: Cavilosa, Burra e Decrépita) consegue arquitetar um campeonato onde, gênio dos gênios, ficam de fora paulistas e cariocas. Onde se misturam, numa inaceitável promiscuidade profissional, grandes, pequenos e minúsculos clubes de todo o país. Assim, Grêmio, Bahia, Atlético, Santa Cruz devem expiar o crime de serem clubes de massa! E tome prejuízo! E tome viagens suicidas! “Não é certo disputar o Brasileiro para depois abrir falência”, brada Felício Brândi, do Cruzeiro, ameaçando jogar com equipe mista. Atitude certa, tão certa quanto as outras reações que surgem de norte a sul. **Placar** tem toda a autoridade para firmar estes conceitos, pois sempre defendeu a integração do futebol através de um certame a nível nacional. Mas um certame de conteúdo técnico, economicamente saudável e forte do ponto de vista profissional. Os pequenos, os clubes sem a necessária tradição, têm todo o direito de se defrontar com os Flaminhos e Corinthians deste Brasil grande. Mas devem, antes, mostrar uma suficiência técnica que justifique sua presença. Daí, a proposta de um Brasileiro em várias divisões de acesso, que **Placar** defende há 10 anos. Nos próximos dias, paulistas, cariocas, gaúchos e mineiros se reúnem para encontrar uma saída — possivelmente à margem e contra a cavilosa, burra e decrépita CBD. Ora, estamos falindo, estamos a pique de perder nossos melhores talentos para o estrangeiro, somos sufocados por campeonatos cada vez mais deficitários. É hora de moralizar! É hora de dar um BASTA aos piratas do nosso pobre e flagelado futebol!

Segundo Kfourri, por volta dessa época, os executivos da Abril passaram a vibrar com a revista. Roberto (Civita) gostava dela. Tomaz (Souto Corrêa) elogiava as capas. “Enfim, a

gente passou um período, nesse aspecto... Vai bem, vai bem, vai bem.” Chega, então, 1982, que Juca chama de “o melhor ano da minha vida, pessoal e profissional”.

Eu tinha um puta orgulho daquilo. A capa, a última capa de 81, do especial de *Placar*, com Sócrates, Falcão, Reinaldo e Zico pintados a óleo. Saí de férias com a Ledinha e com as crianças, eu passava nas bancas, via aquela coisa ali e pensava: “Cacete!” E eu sabia, apostava na qualidade daquilo.

O ano de 1982 foi tão marcante para seu diretor quanto para a própria *Placar*. Por três motivos: a Copa do Mundo disputada na Espanha, a reportagem que desvendou a Máfia da Loteria Esportiva no Brasil e o surgimento da Democracia Corinthiana, que, como a própria marca elaborada pelo publicitário Washington Olivetto indica, surgiu no Corinthians, a grande paixão de Juca. Em pleno ocaso da ditadura militar, esse movimento reivindicava uma maior participação dos personagens que fazem o futebol, dos atletas aos membros da comissão técnica, nas decisões que envolvem seu trabalho. Foi também em 1982 que a redação se mudou para um terceiro endereço, da Rua do Curtume, no bairro paulistano da Lapa, para o Edifício Panamby, no Brooklin Novo.

Para a Copa do Mundo realizada na Espanha, o Brasil do técnico Telê Santana viajou como favorito, com uma seleção de craques do nível de Falcão, Sócrates e Zico. Por causa do projeto de *Placar* para a cobertura daquele evento, a publicidade, que sempre foi o calcanhar-de-aquiles da revista, deixou de ser problema. Empresas como Topper, Philips e Kodak passaram a anunciar na revista, cuja estrutura física saltou de 84 para 100 páginas. A edição especial da Copa, antecipando a competição, tinha 132.

Para cobrir aquele Mundial, viajaram pela revista, além do diretor Juca Kfoury (em sua primeira Copa), o editor de texto Carlos Maranhão, o hoje apresentador de televisão Marcelo Rezende, da sucursal carioca, e Emanuel Mattos, de Porto Alegre. As imagens ficaram a cargo do carioca Rodolpho Machado e do gaúcho J.B. Scalco, autor da histórica foto da comemoração de Falcão após marcar o gol do empate por 2 a 2 com a Itália que, àquela altura, ainda garantia a classificação brasileira para as semifinais (figura 90).



*Figura 90:* na foto não publicada de J.B. Scalco, Falcão comemora seu gol, que àquela altura empatava o jogo Brasil x Itália (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Como colunistas, Alberto Helena Junior, que recentemente migrara seu conceituado espaço “Bola de Papel” do *Jornal da Tarde* para a revista, além de personagens da própria Seleção Brasileira. Toninho Cerezo tiraria fotos da concentração para sua seção “Câmara Indiscreta”. Sócrates escreveria um diário daquela campanha e Falcão daria, a cada jogo, as notas dele e da Seleção.

“Todos tinham achado uma cobertura magnífica. Pungente, comovente, fomos capazes de interpretar o Brasil”, recorda Juca Kfourri. Mas a Seleção Brasileira, considerada o melhor time da Copa até ali, foi surpreendentemente derrotada pela Itália por 3 a 2, com três gols de Paolo Rossi, e teve que voltar para casa mais cedo, eliminada antes mesmo das semifinais. “Entramos de novo num período de vacas magras”, define Kfourri. No depoimento a Bruno Chiarioni e Márcio Kroehn para o livro sobre as histórias e bastidores dos primeiros 40 anos de *Placar*, Carlos Maranhão analisou:

A derrota na Copa acabou com uma página na história de *Placar*. Na volta, houve certo descrédito com o futebol. Os torcedores ficaram decepcionados. A venda da revista caiu. E só foi subir três meses depois, com a matéria da Máfia da Loteria Esportiva. E depois caiu de novo (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 136).

A matéria da Máfia da Loteria Esportiva, à qual Maranhão se refere, foi publicada na edição 648, de 22 de outubro de 1982 (figura 91).

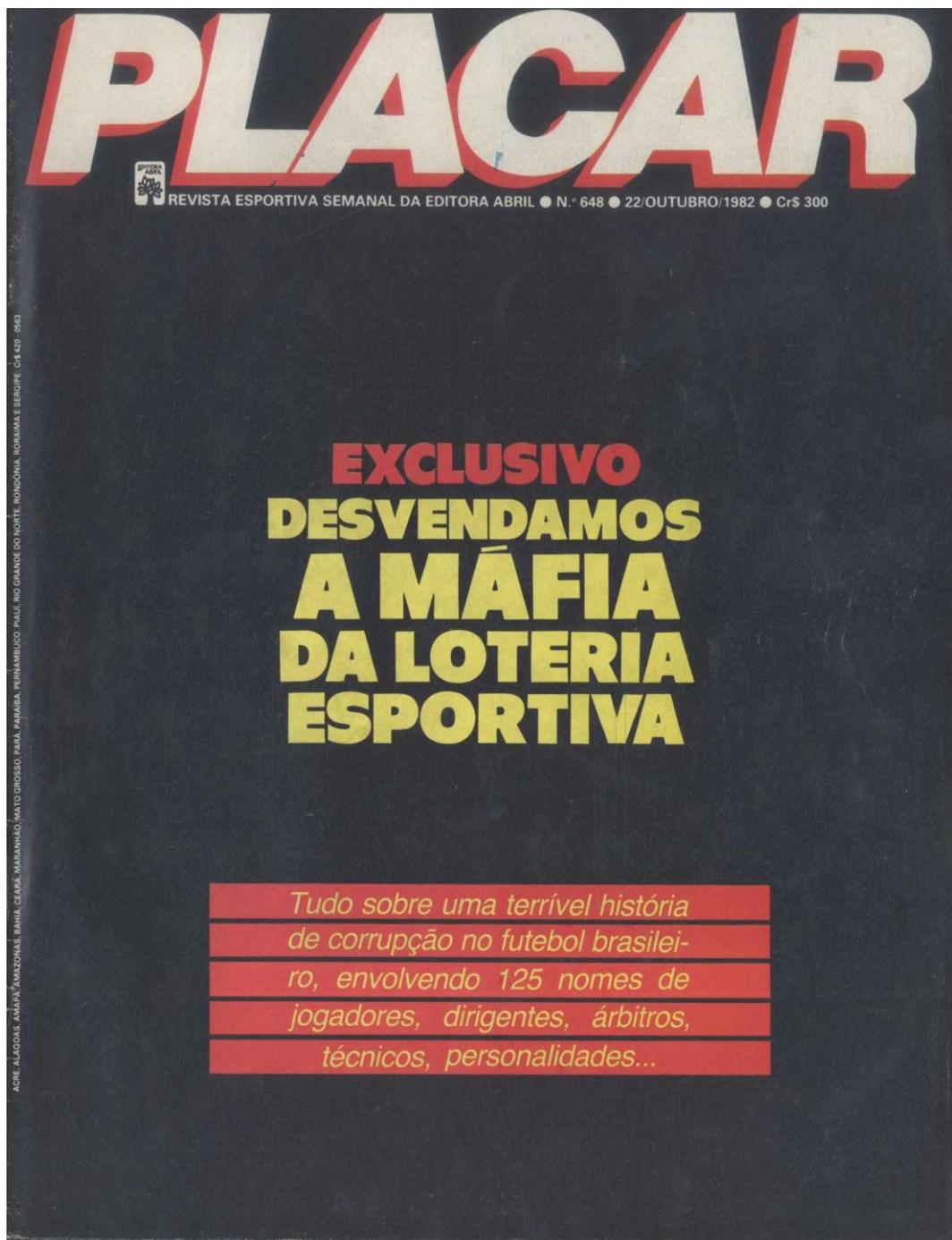


Figura 91: capa de *Placar* 648, de 22/10/1982, que denuncia a Máfia da Loteria Esportiva (Reprodução/Arquivo Pessoal).

## Bruno Chiarioni e Márcio Kroen a definem como

A reportagem que sedimentou a credibilidade e, por consequência, deu a visibilidade nunca antes conquistada por *Placar*. No entanto, contribuiu para sua grande derrocada. Foi o princípio da descrença do futebol como arte e a comprovação de que o espírito esportivo sempre esteve movido por uma política de corrupção e dinheiro sujo (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 136).

## Juca Kfourri também relata:

Aí, tem a Máfia. Ah... Explosão. Duas semanas no Jornal Nacional — pra desmentir a gente, mas enfim... [...] Você sabe por que a matéria da Máfia da Loteria não ganhou o Prêmio Esso de Jornalismo? Augusto Nunes conta isso, ele era do júri. Porque os outros disseram que era uma matéria que a gente fez de propósito pra matar o futebol, porque a *Placar* ia fechar.

*Placar* e a Loteria Esportiva andavam juntos desde 1970, ano em que ambos surgiram. Semanalmente, na seção “Bolão”, uma das mais lidas, a revista dava dicas e combinações a fim de ajudar os apostadores a acertar os resultados dos treze jogos propostos e, assim, conquistar o prêmio muitas vezes milionário. Ironicamente, foi Milton Coelho da Graça, diretor da revista que em 1972, graças ao sucesso da loteria, conseguiu uma sobrevida de 90 dias para a publicação após ela ter sido condenada pela cúpula da Abril, quem alertou Juca Kfourri para o fato de que havia algo errado na loteria esportiva, ainda em 1979. Jogador inveterado, Milton começou a desconfiar do número de acertadores, de sua distribuição por Estados e do confronto da série de resultados com as hipóteses oferecidas pela Lei das Probabilidades Matemáticas.

Juca conta que, nos três anos seguintes, passou a provocar o pessoal da redação: “Qual vai ser o macho que vai querer investigar as mutretas da loteria esportiva?” Até que um dia o repórter Sérgio Martins se apresentou. Ele dizia ter uma pista, mas levou um longo período — talvez um ano, ainda segundo os cálculos de Juca — apurando junto com o fotojornalista Ronaldo Kotscho até os dois voltarem com a matéria já pronta. O calhamaço de 90 laudas envolvendo os nomes de 125 jogadores, dirigentes, árbitros, técnicos e personalidades do futebol que ajudavam a fabricar resultados foi antes de tudo encaminhado para Edgard de Sílvio Faria, advogado da Abril e na época diretor responsável de *Veja*, que aprovou a publicação daquele material sem maiores restrições. A reportagem original inspirou, ainda, continuações nas cinco edições seguintes, além de uma outra capa no número 663, já em 4 de fevereiro de 1983: “Exclusivo: um deputado na Máfia da Loteria”.

Houve um episódio em que nós vimos que tinha um deputado envolvido com a Máfia da Loteria, mineiro, do MDB. Já PMDB, mas fundador do MDB. Descobriram que esse cara era

da Máfia da Loteria. Eu liguei pra ele e disse: “Deputado, eu estou aqui diante da seguinte informação, não orna com o seu passado e um goleiro está citando o senhor”. E ele, como político: “Não, meu caro jornalista... Você fez muito bem em ligar, isso é terrível...” E me deu uma versão sem pé nem cabeça. Nós resolvemos dar a matéria: “Um deputado na Máfia da Loteria”. O Roberto [*Civita*] me telefona (o doutor Ulysses [*Guimarães, presidente do PMDB*] também me ligou): “Juca, parece que nós temos uma matéria bombástica sobre um deputado... Parece que há um equívoco...” Nós demos a matéria. Saiu a revista e no dia seguinte o Roberto me mandou um bilhete em inglês, citando George Washington: “A chama da indignação é o que nos move”.

Em seu livro sobre as histórias da imprensa esportiva do Brasil, André Ribeiro faz um balanço do caso:

Três anos depois, a Polícia Federal anunciou a conclusão do inquérito que envolvia 125 pessoas denunciadas pela revista, das quais apenas vinte seriam indiciadas. A falta de provas, apesar das evidências apresentadas nas matérias, fez muita gente desconfiar das intenções de Juca e da revista que comandava: “No afã de mostrar tudo, a gente acabou colocando tanto nome na história que confundimos o leitor, tiramos sua atenção. Mas em hipótese alguma ela foi motivada por qualquer tipo de instrumento de poder ou para fazer a revista vender mais. De fato, foi a maior vendagem da revista, 300 e tantos mil exemplares. Ao mesmo tempo, eu tinha plena consciência de que nós estávamos jogando contra nós mesmos, jogando de bandido, porque estávamos jogando contra os fãs do futebol” (RIBEIRO, 2007: 265).

Antes que aquele ano de 1982 acabasse, em meio a todo o desânimo com o futebol provocado pela derrota do Brasil na Copa do Mundo e pela denúncia da Máfia da Loteria Esportiva, Juca Kfouri — e, por extensão, a revista que ele dirigia — mergulharam de cabeça em uma experiência inédita: a Democracia Corinthiana, liderada em campo pelo jogador Sócrates, de quem Kfouri se tornou amigo pessoal.

Sócrates havia chegado do Botafogo de Ribeirão Preto para jogar no Corinthians em 1978. Culto para o padrão médio do jogador de futebol brasileiro (formou-se em Medicina e por isso era chamado também de “Doutor”), considerado frio demais pela fanática torcida de seu novo clube, naqueles primeiros quatro anos ele ainda não havia conseguido se firmar como ídolo, processo em que, segundo o antropólogo José Paulo Florenzano, foi diretamente ajudado tanto por Kfouri quanto por *Placar*.

As relações de amizade tecidas entre Sócrates e Juca Kfouri [...] viriam a desempenhar papel decisivo na história do movimento alvinegro, dentre outros motivos porque, no instante de angústia vivida pelo primeiro, quando a sua transferência para outro clube era dada como fato consumado, o jornalista lhe estenderia a mão, indicando-lhe o caminho: “Aceite a torcida como ela é, e seja como ela quer que você seja”. Sócrates, dessa maneira, começava a se transformar no gênero de ídolo exigido pela massa torcedora (FLORENZANO, 2009: 174).

Florenzano registra ainda: “Edição após edição, a revista *Placar* promovia o degelo do *Ice Borg* do futebol brasileiro”. Uma referência à frieza do tenista sueco Bjorn Borg, ao qual o

próprio Sócrates chegou a se comparar em um depoimento à própria *Placar*, publicado na reportagem “11 Rondinellis num time jamais daria certo”, edição 535, de 1º de agosto de 1980. Rondinelli, chamado de “O Deus da Raça”, era ídolo do Flamengo e depois jogaria também no Corinthians. Outro exemplo citado por Florenzano é um trecho da reportagem “Dr. Sócrates Brasileiro/Corinthiano Sampaio de Souza Vieira de Oliveira”, publicada em *Placar* 545, de 10 de outubro de 1980:

Aquele Doutor desconfiado que não comemorava seus gols, que desafiava a torcida, aquele Doutor morreu. Nasceu, em seu lugar, o ídolo popular que se comove com as crianças e que vibra com as vitórias do seu Timão. É o Sócrates Corinthiano, Doutor da Fiel Torcida.

Paralelamente à (re)construção da imagem do ídolo Sócrates, a Democracia Corinthiana nasce em meio a uma crise técnica do time.

Com efeito, a CBF havia transformado os [campeonatos] regionais em competições classificatórias para o Brasileiro. São Paulo, por exemplo, detinha sete vagas para a Taça de Ouro [Campeonato Brasileiro] a serem preenchidas de acordo com a colocação final das equipes no Estadual. Ao término do Paulista de 1981, o Corinthians ocupava o oitavo lugar, enquanto o Palmeiras figurava entre as últimas posições. Inimigos fiéis, alviverdes e alvinegros partilhavam a estrada para a Taça de Prata [equivalente à segunda divisão nacional] rebaixados de forma solidária. [...] Desse modo, o movimento que logo adiante passaria a ser designado como Democracia Corinthiana principiava na Segunda Divisão, sob a pressão das torcidas organizadas, com o elenco posto sob suspeita pela crítica esportiva e com o recém-empossado diretor de futebol cercado por muitas dúvidas e incertezas (FLOREZANO, 2009: 179).

O tal recém-empossado diretor de futebol era Adílson Monteiro Alves. Sociólogo formado pela Universidade de São Paulo, 33 anos, barbudo, ele fugia completamente ao estereótipo do dirigente de futebol, sempre vetusto e conservador. Assumiu o cargo a convite do pai, Orlando Monteiro Alves, então vice-presidente de futebol do Corinthians, e logo articulou as bases do movimento que, na definição de Florenzano, propunha “suprimir a distância entre dirigentes e dirigidos, assegurar o livre debate de ideias e instalar o círculo democrático através do qual, em conjunto, todos os envolvidos começavam a esboçar os contornos da nova geometria do poder”. Além de Sócrates, os outros jogadores líderes da Democracia Corinthiana eram Wladimir e o jovem Casagrande, então com 19 anos.

A renovação política no Corinthians coincidia com a abertura política do país, que naquele ano realizou as primeiras eleições diretas para governador desde o golpe militar de 1964. Foi saudada por Juca Kfoury no editorial “O Corinthians encontra-se com o seu tempo”, publicado na edição 644 de *Placar*, de 24 de setembro de 1982. A própria expressão Democracia Corinthiana teria sido utilizada pela primeira vez por Kfoury, durante um debate no teatro da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, o Tuca, com as presenças, entre

outros, de Sócrates e Adílson Monteiro Alves. O diretor de *Placar* foi o mediador e, em suas considerações finais, se recorda de haver dito “mais ou menos o seguinte”: “...se os jogadores não atrapalharem e se a imprensa esclarecida apoiar, veremos que aqui se vive uma democracia, uma democracia corintiana” (GOZZI, 2002: 11).

Nesse período, *Placar* transformou-se em uma espécie de órgão oficial do movimento. Dedicou a ele quatro das dez últimas capas entre a reportagem da Máfia da Loteria e o final de 1982, duas delas em edições seguidas (*figura 92*), além de seis das dez primeiras capas de 1983. Até porque, em campo, o Corinthians justificava plenamente a cobertura, sagrando-se campeão paulista tanto em 1982 quanto no ano seguinte, chegando, portanto, ao bicampeonato.



Figura 92: as quatro capas de *Placar* sobre a Democracia Corintiana publicadas entre novembro e dezembro de 1982 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

No entanto, nem essa cobertura maciça sobre o time mais popular de São Paulo resolveu a situação financeira da revista, mais uma vez em crise. Juca Kfoury relata:

O angustiante, ali — embora, a partir de um certo momento, eu te confesso que eu estava com uma casca tão grossa que não perdi um minuto de sono por causa disso —, era enfrentar permanentemente a história do vai fechar, vai fechar, vai fechar, vai fechar... Dificultava contratar gente, tirar gente de [outra] redação. “Mas e se fechar? Eu não posso... Preciso ficar onde eu estou, tenho mais segurança e tal”. Lembro bem foi do dia que o Roberto [Civita] propôs que... chega. Chega de dar murro em ponta de faca. A equipe é ótima, podemos até melhorar a equipe, mas vamos fazer a *Sports Illustrated* no Brasil.

#### 4.2 Todos os esportes (1984)

Durante exatas 30 edições do ano de 1984, entre o número 726, de 20 de abril, e o 755, de 9 de novembro, *Placar* tentou deixar de ser uma revista de futebol para se tornar de “Todos os Esportes”, como anunciava o novo logotipo. A *Sports Illustrated* brasileira, como queria o presidente da Editora Abril, Roberto Civita, comparando-a à maior e mais tradicional publicação poliesportiva dos Estados Unidos e de todo o mundo. Não conseguiu.

A nova era foi mais uma vez inaugurada com Pelé na capa, dividindo-a com uma foto da seleção masculina de vôlei e chamadas para o boxe (“Maguila vira ídolo nacional”), a Olimpíada que seria disputada entre julho e agosto daquele ano (“As previsões para Los Angeles”) e, por que não, também para o futebol, que embora tendo seu espaço reduzido continuava a fazer parte da receita da revista (“Doutor Sócrates, o hipnotizador”).

Caracterizado como Pedro Mico, personagem que interpretava em um filme de mesmo nome (o décimo de sua carreira fora dos gramados), o Rei do Futebol vestia a camisa amarela da Seleção Brasileira. No peito, em uma clara tentativa de se desculpar por um dia ter insinuado que o povo não sabia votar, ele pedia “Diretas Já!”. Palavra de ordem daqueles idos de abril de 1984, em que a emenda Dante de Oliveira, que pretendia restabelecer as eleições diretas para presidente da República depois de 24 anos, seria votada e reprovada por falta do quórum necessário na Câmara Federal. A chamada em vermelho sobre um fundo azul esforçava-se para reforçar essa ideia: “Pelé de cabeça nova” (figura 93).



Figura 93: Pelé na capa da primeira *Placar* Todos os Esportes, nº 726, de 20 de abril de 1984 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

No interior da revista, um perfil de cinco páginas assinado pela jornalista e biógrafa Regina Echeverria falava mais do filme *Pedro Mico* que do próprio Pelé, cuja promessa feita na capa ficou restrita a um quadro intitulado “O que vai pela cabeça de Pelé”. E a uma aprovação tímida à campanha das Diretas, cheia de ressalvas: “Diretas agora está meio confuso. Mas não tem jeito. A pressão é muito grande e eu acho que todo mundo deve ter oportunidade. Penso também que o governo atual já teve a oportunidade dele”.

Das 84 páginas (estrutura ampliada em relação à *Placar* anterior, número 725, de 13 de abril de 1984, que tinha 76), o futebol, além de tema da seção “Imagens” e de dividir com as demais modalidades algumas notas das seções “Colunáveis”, “Nacionais”, “Internacionais”, “Ligue-se”, “Cartas” e “Calendário”, passou a ocupar apenas 26 páginas (o equivalente a 31%), aí incluídas as cinco do perfil de Pelé. As demais páginas futebolísticas daquela primeira *Placar* Todos os Esportes estavam assim distribuídas:

Sete para a cobertura do campeonato Brasileiro (na época chamado de Copa Brasil) e o Campeonato Italiano.

Três para uma reportagem especial sobre os jornalistas Ciro José e J. Hawilla, que começavam no ramo do *merchandising* das placas em estádios de futebol.

Uma sobre os 30 anos de Roberto Dinamite, ídolo do Vasco.

Uma sobre a entrada do bicheiro Luisinho Drummond na administração do Botafogo.

Quatro páginas do tradicional “Tabelão”, que agora incluía também os resultados dos demais esportes além do futebol.

Uma página com os resultados parciais da “Bola de Prata”, tradicional troféu oferecido anualmente pela revista aos melhores jogadores do Campeonato Brasileiro.

Três páginas de análise dos jogos da Loteria Esportiva, que apesar do abalo causado um ano e meio antes pela matéria de *Placar* sobre a Máfia ainda continuava forte no país.

Na última página, a seção “Abrindo o Jogo”, a rainha Sílvia, da Suécia, brasileira de nascimento, falava de Pelé e dos “outros reis” da Copa de 1958, disputada vencida pela Seleção Brasileira naquele país.

Na primeira edição da nova fase, a receita poliesportiva ocupava 69% da revista. Incluía:

Seis páginas sobre vôlei (“Aprendemos a perder”, sobre uma série de derrotas em amistosos da seleção brasileira masculina em Cuba).

Uma página sobre basquete (“Hortência e Paula já têm companhia: aumenta a confiança na vaga (*da seleção feminina*) para os Jogos de Los Angeles”).

Uma página dividida entre automobilismo (“Fórmula 2: Pegoraro sai na frente”) e atletismo (“Como sofre um atleta brasileiro – Chicão alcança o índice, mas é impedido de competir”).

Quatro páginas sobre boxe, com o perfil “Maguila, o matador”.

Quatro páginas sobre a preparação de atletas de todo o mundo para a Olimpíada de Los Angeles (“Preparam-se as armas”).

Três páginas de entrevista com o doutor Eduardo Henrique de Rose, autoridade mundial em controle antidoping (“O fim do doping nas mãos de um brasileiro”).

Os outros esportes que não o futebol estavam presentes até na página reservada para os desenhos do cartunista Mordillo, inspirados no basquete. Outra boa nova: a publicidade, tantas vezes ausente nas páginas de *Placar* ao longo dos anos, se fazia presente, ajudando a bancar o projeto, na segunda, terceira e quarta capas e em 15 páginas no interior da revista.

A pressão para diminuir o espaço reservado ao futebol e aumentar o destaque e número de páginas dedicadas aos demais esportes só aumentaria, como Juca Kfourri contou na entrevista para este trabalho.

Nunca me esqueço de uma capa que o Thomaz [*Souto Corrêa, na época um dos diretores da Abril*] fez questão que fosse uma foto de vôlei, uma bosta de foto. E eu pensando: a capa tem que ser futebol... Pra mim isso era claro. Isso de você chegar com uma capa da revista pro seu chefe, com uma foto linda de um gol, e ouvir: “Não, não, não... Vamos dar vôlei, vamos dar esse jogo do Bradesco...” Era o Bradesco e Pirelli, acho. “Pô, Juca, pedi pra fotógrafa fazer esse material pra capa e você quer esconder lá dentro? Temos que mostrar que a revista mudou!” O problema é que eu sempre tive a consciência permanente de que o que vendia *Placar* era futebol. E mais: que o que vendia *Placar* era o Corinthians, era o São Paulo, era o Flamengo, não era a Seleção Brasileira.

Não é o que parece, a julgar por esse trecho do texto “A realização de um antigo sonho”, publicado no espaço “Opinião” e assinado pelo próprio Juca Kfourri para a primeira *Placar* da série Todos os Esportes, reproduzido a seguir.

[...] Assim, apresentamos esta primeira edição de PLACAR, agora de *Todos os Esportes*. Uma revista que deixa de ser *só* de futebol para ser *também* da maior paixão nacional, e que vai ao

encontro do novo Brasil poliesportivo. Com um novo visual de autoria do editor Omar Garassetti, com o time reforçado por nomes importantes da nossa imprensa como Sérgio de Souza, Sérgio Pompeu, Guilherme Cunha Pinto, Regina Echeverria, Paulo Patarra, gente que vem somar-se ao time que há 14 anos faz uma publicação vitoriosa, PLACAR passa a ser mais rica, com mais páginas e mais cores.

A partir desta semana, começamos a realizar um velho sonho, o desejo de fazer uma revista de informação esportiva, acompanhando de perto tudo o que de mais importante acontecer no vastíssimo mundo dos esportes.

Como Pelé ao assumir o justo anseio de que se eleja o presidente pela via direta, julgamos que estamos indo no rumo do leitor cada vez mais exigente e participante. Que tenhamos acertado em cheio, que o nosso fiel leitor goste da nova revista, que o novo leitor se acostume a ela é só — e tudo — o que queremos.

Hoje, Juca se defende: “A gente teve que se curvar, às vezes, a coisas que eu sabia que não davam certo, mas porque a nossa fragilidade era tal que eu não podia falar *não* pra uma ideia do patrão, eu tinha que tentar fazer”.

Teve uma vez que um primo do Roberto [*Civita*] inventou que *Placar* precisava ter um encarte [*fotográfico*] com os gols da rodada. Custava caríssimo. Revelação em preto e branco, ainda... Chegava domingo de noite, nós lá fechando aquela merda. E tinha os “Gols do Fantástico” [*na televisão*]. Eu pensava: “Mas quem que quer ver na terça-feira essa merda em preto e branco?” E demorou pra se convencerem. Precisou de não sei quanto tempo.

Também não foi fácil para Juca Kfourri convencer Roberto Civita, o pai da ideia de *Placar Todos os Esportes*, de que aquilo “foi um erro”, como o próprio Kfourri reafirma, mais de três décadas depois.

Em uma das primeiras edições da revista *Todos os Esportes*, demos uma matéria de golfe. O Roberto me mandou um bilhete: “Juca, parabéns. Pela primeira vez li *Placar* de cabo a rabo. Está ótima. E digo mais: a matéria de golfe, que é um assunto que eu conheço bem, está perfeita. Vai dar certo”. Eu respondo pra ele, três dias depois, já com o *check-up* [*das vendas*] — porque a *Placar* estava já se aproximando de vender menos de 100 mil. “Roberto, muito obrigado, também gostei do resultado final, mas o *check-up* indica que ela vai vender 75 mil exemplares, só.” Isso porque tinha campanha de relançamento, o caralho. “Juca, não se preocupe. Nós vamos trocar de público. Essa revista vai chegar aos 35 mil [*que faltavam para chegar a 110 mil*].”

A edição de *Placar* imediatamente anterior à primeira de *Todos os Esportes*, ainda dedicada somente ao futebol e com os corintianos Juninho, Wladimir, Sócrates e Ataliba na capa, vendeu 102 mil exemplares. “E iria pra 95, 90, na semana seguinte”, assegura Juca Kfourri. Números que a versão *Todos os Esportes*, em seu curto período de vida, jamais chegaria a atingir. Isso apesar de existir, sim, o “novo Brasil poliesportivo” que Kfourri apregoava em seu editorial. Nunca, anteriormente, o país havia embarcado com tantas esperanças de medalhas para uma Olimpíada como embarcou para Los Angeles naquele ano. Nomes conhecidos do grande público animavam a iniciativa de uma revista poliesportiva. No

atletismo, o Brasil tinha Joaquim Cruz, Robson Caetano, Agberto Guimarães, Zequinha Barbosa e Conceição Jeremias. Na natação, Ricardo Prado e Djan Madruga. No vôlei masculino, o time de William, Bernard, Renan, Xandó, Montanaro e outros, que ficaria conhecido como a “geração de prata”, e, no feminino, jogadoras como Isabel e Vera Mossa. O basquete masculino tinha Oscar. O feminino (que acabou não indo para a Olimpíada), Paula e Hortência. O iatismo tinha Torben e Lars Grael.

O saldo foi o mais positivo do Brasil até então na história dos Jogos: oito medalhas, sendo uma de ouro, com Joaquim Cruz, no atletismo; cinco de prata, com Ricardo Prado, na natação, Douglas Vieira, no judô, no futebol e no vôlei masculino e na vela; e duas de bronze, ambas também no judô, com Luís Onmura e Walter Carmona.

Aí ele [*Roberto Civita*] me disse assim: “Essa revista [...] vai subir a ladeira”. No segundo número, ele mandou outro elogio da revista. E no terceiro, outro. Nesse terceiro, eu pus embaixo do elogio dele: “Obrigado, Roberto. Mas ó... o *check-up* indica que nós estamos chegando quase no seu objetivo. Vamos vender 45 mil exemplares”. Em seguida, a gente voltou a fazer *Placar* futebol.

Mesmo nas 29 edições seguintes à estreia de *Placar* Todos os Esportes com Pelé, o futebol continuou levando vantagem no número de capas. Foi o tema principal em 17 delas, seguido de longe pelo vôlei, com seis. Atletas representando vários esportes e o atletismo ocuparam duas capas cada um, automobilismo e basquete, uma. Em uma delas, a 739, de 20 de julho de 1984, esqueceu-se até de se aplicar a inscrição “Todos os Esportes” no logotipo. Uma foto do jogo Palmeiras 3, Portuguesa 0 dividia espaço com a chamada exclusiva com Tostão, craque da Copa do Mundo de 70 que depois de um silêncio de 11 anos resolveu dar uma entrevista (figura 94).



Figura 94: edição 739 de *Placar*, de 20/7/1984, com chamada para entrevista exclusiva com Tostão e sem a expressão “Todos os Esportes” no logotipo, por puro esquecimento (Reprodução/Arquivo Pessoal).

A reportagem com Tostão, conseguida somente porque Octávio Ribeiro, o “Pena Branca”, era um experiente repórter policial<sup>27</sup>, mostra que mesmo na fase “Todos os Esportes” *Placar* conseguiu manter seu DNA ligado ao jornalismo investigativo. Juca Kfourri ressalta: “Em 82, claro, é a Máfia da Loteria, mas não esqueça que três anos depois, ou dois anos depois, teve o caso do doping do [jogador] Mário Sérgio. A gente nunca abdicou dessa pegada”.

Sobre o insucesso da experiência de uma *Placar* poliesportiva, Juca Kfourri avalia: “O cara que gosta do Guga [maior ídolo da história do tênis masculino brasileiro] acha que *Placar* não é veículo pra falar do Guga. E o cara que gosta de futebol acha que o Guga está roubando espaço na revista dele”.

Sérgio Xavier Filho, diretor de *Placar* durante vinte anos, entre 1995 e 2015, também foi entrevistado para este trabalho. Durante sua gestão, o citado Gustavo Kuerten, o Guga, tricampeão do Torneio Aberto da França, em Roland Garros, em 1997, 2000 e 2001, ocupou a capa da revista número 1171, de janeiro de 2001, com uma chamada bem-humorada (figura 95): “O que esse cara está fazendo na nossa capa? Sim, PLACAR é uma revista de futebol. Mas o craque do ano, temos que admitir, foi Guga”.

“Meia capa, né?”, defendeu-se Xavier durante a entrevista, como se, com isso, tivesse cometido um crime lesa-leitor. “A gente dividiu o Brasil em dois: vai o Romário pra uma metade e o Guga pra outra (Santa Catarina, Rio Grande do Sul, São Paulo...). E o Romário vendeu mais que o Guga.”

---

<sup>27</sup> Naquele mesmo ano, 1984, Octávio “Pena Branca” Ribeiro tornou-se também o primeiro jornalista a entrevistar, para a revista *IstoÉ*, o Cabo Anselmo (José Anselmo dos Santos). Líder do protesto dos marinheiros que desencadeou uma crise no final do governo João Goulart (1961-1964), ele posteriormente ajudou os militares a capturar opositores do regime (N. do A.).



Figura 95: o tenista Gustavo Kuerten, o Guga, na capa da edição 1171 de *Placar*, de janeiro de 2001 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Com 48 anos quando concedeu esta entrevista, Serginho, como é mais conhecido, tinha 17 na época de *Placar Todos os Esportes*.

Lembro. Odiei. Odiei e tenho até vergonha de dizer que eu odiei, porque o meu discurso — meu, mesmo, pessoa física — é: “Que merda a gente viver em um país que só tem um esporte! Tem mil esportes, ia ser muito legal isso...” [...] É o mundo que a gente queria ter, não o mundo que ele é. E aí, quando você olha pra fora, e procura lá a principal referência, os Estados Unidos, referência pra tudo, eles têm lá a *Sports Illustrated*, que de fato faz uma divisão do ano com cinco esportes básicos. Eles vão trocando tudo, até porque lá, também, é tudo muito inteligente no sentido de que acaba uma temporada, já começa a outra: o hóquei acaba aqui... Esteve aqui no ano passado o editor da *Sports Illustrated*, que foi bacana até pra ver um pouco como a *Placar* é vista lá fora. O cara veio aqui, marcou pra almoçar com a gente. Ele queria entender a Copa do Mundo e procurou a *Placar* pra conversar. E aí, claro, a gente falou tudo o que tinha que falar, mas perguntamos muito mais. É a curiosidade jornalística. E ele estava contando que agora estava numa proporção quase que a cada duas capas uma é futebol americano. O futebol americano, agora, deu uma crescida lá. Então eles também vão ao sabor do que está rolando. Só que os caras lá aprendem esporte na escola, e a gente não aprende esporte na escola.

### 4.3 A *Veja* do futebol (1984 a 1988)

A partir da edição 756, de 16 de novembro de 1984, a primeira sem a observação “Todos os Esportes” junto ao logotipo (dessa vez, não por engano), e até o número 951, de 26 de agosto de 1988, o Guia dos Jogos Olímpicos de Seul, que trazia o tigrinho Hodori, mascote da competição, na capa (figura 96), *Placar* passa a circular de maneira semelhante a *Veja*, a revista semanal de informação da Editora Abril. Não só na forma (27 por 21 centímetros) como no conteúdo.



Figura 96: as duas pontas da fase em que *Placar* foi a *Veja* do futebol. Edições 756, de 16/11/1984, e 951, de 26/8/1988 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Esse processo se intensifica, principalmente, depois que Carlos Maranhão assume a direção de redação.

Eu fiquei na revista [*Placar*], ao todo, 15 anos da minha vida, em quatro ocasiões. Primeiro, em Curitiba, de 1970 a 1972. A segunda, aqui em São Paulo, até 1977. Depois, em 77, eu saí, fui trabalhar na revista *Veja*, onde fiquei até 1979. Aí me contrataram de novo e eu voltei, como repórter especial. Passei por várias funções — repórter, editor, diretor-adjunto — até 1984. Em 85, quando encerrou o projeto *Placar Todos os Esportes*, o Juca Kfourri, que dirigia a revista e tinha passado para a função de diretor de área, me convidou para ser diretor de redação, onde fiquei até 1988 (CHIARIONI, KROEHN; 2010, 55).

Nesse período, o jornalista, que vinha de *Veja* e a *Veja* voltaria, moldou *Placar* à imagem e semelhança daquela publicação, transformando-a em uma espécie de “*Veja* do

futebol”, tendo como foco a semana esportiva. Muitas seções publicadas em *Placar*, como “De Primeira”, “A Semana”, “Entrevista” e “Onde Anda”, eram semelhantes às que eram publicadas em *Veja*, como “Gente”, “Datas”, “Páginas Amarelas” e “Em Dia”. Juca Kfourri, então diretor de um grupo de publicações esportivas que, além de *Placar*, incluía os títulos *Grid* (automobilismo) e *Náutica* (esportes náuticos), define aquela fase como “deliciosa” .

Pelo seguinte: quando inventaram de eu virar diretor do núcleo de revistas masculinas [*na verdade, esportivas*], eu precisava de alguém que cuidasse de *Placar* mais de perto. Proponho ao Thomaz [*o nome do*] Maranhão, que estava na *Vejinha* — na *Veja* ou na *Vejinha*. Aí a gente descobre que o Maranhão ganhava mais do que eu. Mas eu convenço o Thomaz que a gente devia trazer o Maranhão, porque ia ser um ganho direto, eu ia deixar a *Placar* na mão dele pra cuidar mais daqueles “filhotinhos” que tinham que crescer. O Maranhão veio. Dá tão certo que no fim do ano o Thomaz me chama e cobre o salário do Maranhão. Porque a *Grid* foi bem, acho que o Ayrton Senna foi campeão ou coisa que o valha, sei lá. A *Náutica* ia bem publicitariamente...

O ponto alto dessa fase — outra vez, mais do ponto de vista do capital político que do financeiro, embora Juca Kfourri garanta que, na época, a revista também foi “bem de publicidade” — aconteceu em 1987. Naquele ano, diante do impasse da Confederação Brasileira de Futebol em organizar o campeonato nacional, os treze principais clubes do país (Atlético-MG, Bahia-BA, Botafogo-RJ, Corinthians-SP, Cruzeiro-MG, Flamengo-RJ, Fluminense-RJ, Grêmio-RS, Internacional-RS, Palmeiras-SP, Santos-SP, São Paulo-SP e Vasco-RJ) resolveram fundar o Clube dos Treze. A seguir, convidaram mais três (Coritiba-PR, Goiás-GO e Santa Cruz-PE), fizeram os primeiros acordos comerciais do futebol brasileiro com grandes empresas como Coca-Cola e Varig e conseguiram organizar a Copa União, o que *Placar* chamou em sua edição 902, de 14/9/1987, de “O verdadeiro Campeonato Brasileiro”<sup>28</sup> (figura 97).

---

<sup>28</sup> Posteriormente, ainda naquele ano, a CBF encamparia a ideia, transformando a Copa União no Módulo Verde do Campeonato Brasileiro e obrigando Flamengo-RJ e Internacional-RS, campeão e vice da Copa União, a disputar o título com Sport-PE e Guarani-SP, campeões do Módulo Amarelo, que abrigava clubes tecnicamente inferiores. Flamengo e Internacional se recusaram a jogar e a CBF proclamou o Sport-PE campeão brasileiro de 1987. A disputa por esse título entre Flamengo-RJ, campeão da Copa União, e Sport-PE, campeão do Brasileiro organizado pela CBF, prossegue nos tribunais até hoje.



Figura 97: capa de Placar 902, de 14/9/1987. Guia da Copa União, “O verdadeiro Campeonato Brasileiro” (Reprodução/Arquivo Pessoal).

A exemplo do que já havia ocorrido cinco anos antes, no caso da Democracia Corinthiana, *Placar* e Juca Kfourri abraçaram a causa da Copa União. A revista chegou a confeccionar e oferecer a taça, que foi enfim conquistada pelo Flamengo. Seu diretor, Juca Kfourri, foi protagonista do movimento, como relatou na entrevista.

O Maranhão, pra mim, significou, assim, absoluta paz, e permitiu, entre outras coisas... Não te esquece: esse é um momento muito importante da história da revista. Permitiu que eu participasse, como um dos mentores, articuladores (e podemos até discutir se era minha função), da fundação do Clube dos Treze [*união dos treze maiores clubes de futebol do país*]. Eu fui a todas as reuniões — não é que eu fui a uma —, eu fui a todas as reuniões do Clube dos Treze. No Atlético Mineiro, no Flamengo, no São Paulo, no Palmeiras, no Grêmio... Tá? Todas! Então o Maranhão permitiu isso.

Além de criar as condições necessárias para a atuação política de Juca Kfourri e da própria revista *Placar* no caso da Copa União, Carlos Maranhão era também um entusiasta daquele projeto que pretendia revolucionar o futebol brasileiro. E teve a oportunidade de demonstrar isso, segundo o relato de Kfourri.

Eu nunca me esqueço, e você pergunte ao Maranhão se eu estou mentindo. Quando é lançada a tabela da Copa União, não há mais dúvida que vai ter a Copa União, vencemos a CBF, o Maranhão chega com o editorial da revista. Que era da primeira à última linha um elogio ao meu esforço. Eu falei pra ele: “Carlos, vamos guardar isso. Você não pode fazer isso”. Com o coração saltitante, mesmo. Ele ficou um pouco constrangido, chateado. Não publicamos. Ele estava comovido, porque não acreditava fosse dar certo. Mas foi pra mim, assim, um período muito tranquilo. Acho que a revista continuou muito boa, mas era isso mesmo: uma visão mais “vejística”. E foi uma escola pra muita gente, como o Marcelo Duarte. O Maranhão sempre teve essa capacidade. O Maranhão é um cara extremamente didático, capaz de pegar um chucro e transformar o cara em... Eu não, eu perco a paciência. Eu sou capaz de ajudar a evoluir alguém que é bom.

Antes que aquele ano e a própria fase de *Placar* em formato semelhante ao de *Veja* chegassem ao fim, e ainda sob a direção de Carlos Maranhão, a revista marca mais um gol em seu histórico de grandes reportagens. O depoimento “Joguei dopado”, dado pelo jogador Mazolinha, do Botafogo, ao repórter Carlos Orletti e publicado na edição 907, de 19 de outubro de 1987 (figura 98), acabaria rendendo, no ano seguinte, o primeiro Prêmio Esso de Jornalismo da revista, na categoria Informação Esportiva.

**DEPOIMENTO EXCLUSIVO**

**MAZOLINHA**

# JOGUEI DOPADO

**Viciado em estimulantes e álcool, o atacante do Botafogo apenas agora volta do inferno**



Mazolinha, 28. "Tomei a primeira picada aos 16 anos"

**"Comprava a droga na farmácia e antes me dava a injeção na veia"**



**Q**uem vê o alegre Mazolinha, do Botafogo, entrar em campo saluando aliadamente com o pé direito e o esquerdo, sob o delírio da torcida, jamais poderá imaginar que ele já viu o outro lado — os tristes e negros porões do esporte. "Tomei minha primeira picada no braço ainda moleque, aos 16 anos", confessa. Era apenas um adolescente perdido no vale-tudo da Segunda Divisão paulista com a camisa do União Agrícola Barbaense, de Santa Bárbara d'Oeste, sua cidade natal. E corria atrás de duas fixações: a bola e a droga.

Ingênuo, ele acreditava que o estimulante Glucoenergum — um revitalizante cuja fórmula foi mudada em 1985 e não é mais considerado doping — poderia transformá-lo num supercaque da noite para o dia. Engano: apenas fazia-o correr em delírio. Assim, ele desentou uma verdadeira via cruzis, que incluiu nove clubes em onze anos — União Agrícola, Santo André, Atlético Goianense, Velo Club de Rio Claro, Fortaleza, Ceará, Palmeiras de São João da Boa Vista, Rio Branco e Botafogo. Ao longo do caminho, acabou atraído por outro vício: a bebida. "Eu sabia que ele tomava estimulantes", conta Rosana, 26 anos, sua mulher e mãe de seus dois fi-

Sua ressurreição começou depois que Rosana decidiu abandoná-lo em Vitória, no Espírito Santo, quando jogava pelo Rio Branco. "Cancei de ser uma 'Anelli' e ainda estava grávida de nosso segundo filho", conta. Abolado pela decisão de Rosana, o jogador resolveu dar a volta por cima. E conseguiu.

Reiniciou para o futebol no próprio Rio Branco, durante a Copa Brasil do ano passado, e levou a família de volta para casa. Hoje, mantém apenas o vício de fumar e cuida com carinho de um ministério improvisado em seu armário de Marechal Hermes. "Quero esquecer tudo de ruim que aconteceu comigo", diz Rosana faz questão de testemunhar o esforço do marido para mudar. "A partir do momento que retornei a Vitória, ele passou a se alimentar com legumes, perder peso e dormir oito horas todas as noites", elogia. "Agora, é outra pessoa. Um marido atencioso e bom pai", garante.

Hoje, Mazolinha vive num apartamento da Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, sempre vigiado de perto por Emil Pinheiro, dirigente alvinegro e dono de seu passe. Ali, na semana passada, ele recebeu o repórter Carlos Orletti e falou sobre seu passado pela primeira vez. Eis o depoimento:

66 O cara chegou e foi falando duro: 'Tem que tomar'. Eu era inocente e despreparado. Não pensei muito. Entendi o braço e senti pela primeira vez o Glucoenergum entrando nas minhas veias. Foi dentro do ônibus que nos levava para o estádio. Fiz a aplicação sem que os técnicos e dirigentes notassem. E entrei em campo cheio de disposição. Imagine: eu já corria que não era brincadeira e, depois, com aquele negócio nas veias... No primeiro escanteio, chutei a bola de um lado ao outro do campo. Na segunda cobrança, repeti a mesma coisa.

"No fim do jogo, os cobras criadas — que me forçaram a injetar a droga — lembravam os fances e me gozavam. Isso aconteceu na União Agrícola Barbaense, de Santa Bárbara d'Oeste, que fica no interior paulista. E eu estava com apenas 16 anos de idade. Era reserva do ponta-direita titular Dito Flecha, que sofrera uma contusão. Entrei em seu lugar naquela partida. Apesar dos escanteios abusivos, não joguei mal. Foi tão bem que ganhei a posição e fiz muitos gols no Campeonato Paulista da Segunda Divisão de 1976.

**SERINGA NA MÃO** — "No ano seguinte, fui levado para o Santo André. O técnico Roberto Bonora, um dos melhores que conheci, me ensinou muita coisa. Eu só sabia correr. Ainda assim, por conta própria, continuei tomando o Glucoenergum para correr mais.

"Dei uma parada nesse negócio de tomar estimulantes na veia quando estava no Atlético Goianense, em 1978. Lá, decidi jogar de cara limpa, na base da saúde mesmo. Dois anos depois, no Fortaleza, também me tornei ídolo da torcida. Boa fase. Ai, fui para o Ceará, numa troca por Pedro Bastião. Dimas, o novo técnico, passou então a dizer que eu não dava sorte. E me acusou de pé-frio. A barra pesou e eu era um desequilibrado. Resultado: voltei a tomar picos de Glucoenergum.

"Quería jogar ainda mais. Lá, pessoalmente à farmácia e comprava a droga no balcão, sem receita nenhuma. Em dias de jogo, quando faltava uma hora para a delegação ir para o estádio, eu entrava no banheiro da concentração. Ali, sozinho com a seringa na mão, fazia a

"Depois, voltei à União Agrícola. Passei a tomar o estimulante sempre junto com as cervejas que promovíamos nos embalos. Para jogar, eu entrava careta. As aplicações não ajudavam mais nada em campo. Vivía um drama: aos 23 anos, nenhum time me queria. Fui obrigado a ir para o Palmeiras, de São João da Boa Vista. Quase de graça. Fiquei rodando de clube em clube no interior de São Paulo. Em seguida, fui parar no Rio Branco, de Vitória. Lá, finalmente, ganhei meu primeiro título estadual, em 1985. Fiquei animado, mas voltei a cair na vida. Não tomava mais a droga — vivia totalmente bêbado. Minha mulher, Rosana, teve uma crise e retornou para Santa Bárbara. Pedi a separação.

**"DEU UM BASTA"** — "Sozinho em Vitória, com 6 kg acima do peso normal, decidi dar uma guinada em meu destino. Foi em junho de 1986, me lembro bem. Eu, como era habitual, bebia num bar e comecei a pensar. Concluí que estava perdendo tudo. Até a mulher e meus dois filhos haviam ido embora. Encarando, dei um basta. Parei com o álcool, fui beijar minha família, perdi peso e fiz nove gols na Copa Brasil do ano passado, pelo Rio Branco.

"Hoje, tenho certeza de que o envolvimento com doping foi a pior coisa que me aconteceu. Poderia ter-me destacado muito mais jogando normalmente. Mas tenho um orgulho: decidi parar com tudo, reconstruí a carreira e dei a volta por cima. Agora, defendo o Botafogo, um grande clube. Recebo todo o apoio vivo para minha mulher e os filhos. Contei tudo isso porque sou um homem equilibrado. Nasci de novo. E não tenho medo do passado negro. 33

Figura 98: "Eu joguei dopado", depoimento do jogador Mazolinha, do Botafogo, publicado em Placar 907, de 19/10/1987 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

### 4.4 Quando "Mais" é menos (1988 a 1990)

A edição número 952 de *Placar*, de 2 de setembro de 1988, chegou diferente às bancas — e só às bancas, uma vez que a revista jamais tivera assinaturas até o projeto Futebol, Sexo & Rock'Roll, de 1995. Maior (média 30 por 23,5 centímetros, embora tivesse menos páginas, 48 contra as 60 anteriores), mais colorida (de fato, todas as páginas passaram a ser impressas em cores) e mais barata (custava 350 cruzados em vez dos 450 cruzados anteriores). Tudo conforme prometia a otimista publicidade de três páginas publicada na edição anterior (figura 99), a última no formato de *Veja*.



50

Figura 99: publicidade de *Placar Mais* publicada na edição 951, de 26/8/1988, a última no formato de *Veja* (Reprodução/Arquivo Pessoal).

O que essa publicidade não dizia, mas o leitor logo percebeu, é que, para diminuir os custos, *Placar Mais* também tinha a capa impressa no mesmo papel do miolo, “cuspida direto da máquina”, nas palavras de Juca Kfourri. E tornou-se uma revista “sensacionalista”, outra expressão utilizada pelo diretor de grupo que, agora, acumulava o cargo com a direção da própria revista. Para se constatar isso, basta a leitura de algumas chamadas da capa da primeira edição de mais esta “nova fase” (figura 100).



Figura 100: capa da primeira Placar Mais, edição 952, de 2/9/1988 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Zanata [jogador que havia acabado de trocar o Bahia pelo Palmeiras], surpreendente: “Não gosto de macumba. Sou católico, sim senhor”.

Leão [na época, técnico do Coritiba-PR] seqüestra jogadores.

Descobrimos a fonte milagrosa do São Paulo.

Uma nota com cara de publicidade, embora em meio ao espaço editorial, na página 16 daquela edição, explicava:

Por que Placar mais?

Em time que ganha não se mexe, certo? Errado. Por isso entra em campo PLACAR *Mais*. A vida está cara? PLACAR ficou *mais* barata. Tudo anda meio tão preto? PLACAR vem mais colorida. E tem mais: *mais* informação, *mais* agilidade. E *mais maior*...

Tanto a forma quanto o conteúdo foram copiados de *Semanário*, revista que passou a ser publicada no Brasil naquele mesmo ano, 1988, em uma associação da Editorial Perfil, da Argentina, com o Grupo Bandeirantes de Rádio e TV. A proposta era a mesma: ser maior e mais barata. E, pelo menos financeiramente, deu certo, como lembrou Juca Kfourri.

No formato anterior, *Placar* estava, acho, que em 45 [mil exemplares vendidos]. A ideia da *Placar Mais* quem deu fui eu. Era a solução. Como é que *Placar* pode sobreviver? Vamos baratear o custo. Vamos fazer uma revista barata, vamos fazer uma revista direta cuspidada da máquina, vamos fazer uma revista pra ganhar tostões. [...] Outra coisa: não se esqueça de que em um país que vivia sob a espiral inflacionária *Placar* fazia dinheiro toda semana. Por menos que fosse o ideal, era dinheiro toda semana. Você sabe qual foi a época em que *Placar* foi mais importante na Editora Abril e eu era tratado...? Você não faz ideia. Outro dia eu estava jantando com o Thomaz [*Souto Corrêa*] e nós estávamos lembrando disso. Quando a gente fez aquela revista cuspidada da máquina, sem capa... *Placar Mais*! Custava um “dinheiro”. Custava um “dinheiro”! Só que era um “dinheiro”, vendia 100 mil, 105 mil, cento e... Um, um “dinheiro”! Um “dinheiro” que entrava direto no fluxo de caixa da Editora Abril. Na época do Collor! Então, *Placar* era o dízimo da igreja. *Placar* era a garantia. Eu chegava nas reuniões e só faltava me aplaudirem, entendeu? Eu morria de rir.

Do ponto de vista do conteúdo, no entanto, pelo menos no caso de *Placar*, “mais” significou “menos”. O próprio Juca reconhece que, naquela fase, a revista virou “sensacionalista”.

Você sabe que eu mexi muito pouco nessa revista. Tinha uns malucos lá, que estavam lá, que faziam: Marcelo [*Duarte*], Mário Sérgio Della Rina [*ambos redatores-chefes*]... Ali, pra mim, ficou claro o seguinte: essa revista que a gente está propondo não é a revista que eu quero ler. O fundador da *Esquire* dizia que tem duas maneiras de se fazer uma revista bem-sucedida. Uma é fazer uma puta pesquisa e saber exatamente que revista o leitor lê. E ter a competência de fazer a revista que o leitor quer. Isso significa ter uma puta capacidade, que é difícilíssima, de saber ler uma pesquisa. Porque no nosso campo, em todas as pesquisas que a gente fazia sobre o leitor de esportes, o cara dizia, por exemplo, que queria ler sobre handebol. Claro, todo mundo jogou handebol! Quais são os cinco esportes que você mais gosta? Sempre handebol esteve. Sempre. Eu falava isso sempre em palestras: faça uma revista de handebol. Faça. Vende 400 exemplares, e só pra família do jogador. Então é preciso saber ler a pesquisa. A outra maneira é fazer a revista que você quer ler. Aí não depende de pesquisa nenhuma: a revista que você quer ler você sabe exatamente qual é. Só que aí você tem que dar a sorte de ter umas 200 mil pessoas parecidas com você. Ele tinha essa sorte: ele era o cara médio. Estava fazendo a *Esquire*, os caras queriam ler e a revista fazia sucesso. Eu sabia que *Placar Mais* não era a revista que eu queria ler.

Mas nem só de sensacionalismo viveu *Placar* Mais. Naquele mesmo primeiro número, a reportagem de seis páginas “A gente somos inútil”, do repórter Ubiratan Brasil, denunciava os estádios fantasmas do nordeste brasileiro. Em depoimento ao livro de Bruno Chiarioni e Márcio Kroehn sobre a história da revista *Placar*, Brasil, hoje editor de Cultura de *O Estado de S. Paulo*, relata:

A matéria dos “Estádios Fantasmas” marcou um período de mudança, porque a Abril mudou o papel da revista para um “papel-jornal”. *Placar* Mais privilegiava mais as fotos e os textos eram mais curtos. Eu lembro que nessa época eu passei o mês de julho de 1988 inteiro viajando pelo Nordeste, em busca de estádios fantasmas. O engraçado era que, nessa época, a gente não assinava as matérias, só aquelas que eram muito especiais. A matéria tinha a missão de mostrar que os estádios tinham capacidades monstruosas, mas abrigavam um público muito modesto nas partidas. Eu lembro que o fotógrafo Orlando Kissner e eu fomos para Natal, Teresina, São Luís, todos os lugares que tinham estádios gigantescos que não serviam para nada. Eu lembro que a gente apurou um monte de coisa e depois para concentrar tudo aquilo em quase textos legendas foi um horror (CHIARIONI, KROEHN; 2010, 250).

Sobre a equipe que fazia *Placar* Mais, Juca Kfourri acrescenta:

A aposta qual foi? Tem uns moleques aí que são competentes, são engraçados, são porra-loucas... Deixa eles. Deixa eles. O Marcelo [*Duarte*] me perguntava várias vezes: “O que você achou da edição?” E eu respondia: “Eu não digo”. Ele ria. Daí eu lamentar muito, mas eu lamento muito, não apenas pelo aspecto estritamente pessoal, a morte do Mário Sérgio Della Rina<sup>29</sup>. Porque o Mário Sérgio Della Rina era o cara ideal pra trabalhar junto com o Marcelo. Eles iam fazer o diabo. Na outra face da minha postura em relação ao Maranhão, eu pensava: “Ele fará isso. Eu não vou precisar me preocupar. E ele vai fazer até melhor que eu”. Era pra deixar, Marcelo e seus *blue caps*, fazendo aquela porra-louquice.

A partir da edição 982, de 7 de abril de 1989, a palavra “Mais” desaparece de junto do nome *Placar* no logotipo, mas a revista segue no mesmo formato. Antes que aquela “porra-louquice”, nas palavras de Juca Kfourri, chegasse ao fim, mais um golaço: o segundo Prêmio Esso de Informação Esportiva da história da revista, com a reportagem “O primeiro time de Pelé”, feita por Kátia Perin e publicada na edição 974, de 10 de fevereiro de 1989 (figura 101). Tendo como única referência uma velha foto da formação do time infanto-juvenil do Bauru Atlético Clube (BAC) de 1955, a repórter localizou, um a um, os antigos companheiros do Rei do Futebol.

---

<sup>29</sup> Editor-chefe de *Placar* Mais ao lado de Marcelo Duarte (os dois, sob os pseudônimos Massé e Emedê, intercalavam-se na página “Humor” que fechava a revista), Mário Sérgio Della Rina morreu em 12 de outubro de 1989, aos 34 anos, vítima de complicações pós-operatórias decorrentes de uma simples cirurgia na boca. O abscesso foi contraído quando ele cobria o GP de Fórmula 1 da Hungria para *Placar*, em agosto daquele ano. Estava prestes a assumir o cargo de editor especial de *Playboy*.



*Figura 101: a reportagem “O primeiro time de Pelé”, publicada em Placar Mais, edição 974, de 10/2/1989 (Reprodução/Arquivo Pessoal).*

A 1.051ª e última edição de *Placar* como uma revista semanal de circulação ininterrupta por vinte anos chega às bancas em 10 de agosto de 1990 (figura 102), ano particularmente difícil, tanto para a economia quanto para o futebol.



Figura 102: Placar 1.051, de 10/8/1990, última revista da fase semanal ininterrupta, que durou 20 anos (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Em 16 de março, o recém-empossado presidente Fernando Collor de Mello, primeiro eleito diretamente pelo voto popular depois de 29 anos, anunciou o Plano Collor, que incluía o confisco por 18 meses de qualquer valor depositado em contas correntes ou cadernetas de poupança que excedesse 50 mil cruzados novos. Em junho, a Seleção Brasileira do técnico Sebastião Lazaroni foi eliminada pela rival Argentina ainda nas oitavas de final da Copa do Mundo disputada na Itália. Juca Kfourri não tem dúvidas:

Um marco, pra mim é o que decide a vida de *Placar*, fecha *Placar*: é o filha da puta do ano de 1990. Quais eram as chances de vender revista naquele ano? Eram quatro: se o Brasil ganhasse a Copa, o campeão paulista, o campeão carioca e o campeão brasileiro. O campeão paulista foi o Bragantino. O campeão carioca foi o Vasco e o Botafogo, porque os dois deram a volta olímpica.

Substituição no portfólio de revistas semanais da Editora Abril: sai *Placar*, entra *São Paulo em Ação* — logo depois rebatizada *A Semana em Ação*, para permitir a comercialização nacional de um título que, inicialmente, destinava-se apenas ao Estado de São Paulo. Mais especificamente “ao primeiro mundo paulista”, como apregoava a amostra de 24 páginas encartada nas principais revistas da editora, cuja capa aparece reproduzida a seguir (figura 103).



Figura 103: encarte de 22 páginas com uma amostra de *São Paulo em Ação*, a revista semanal que substituiu *Placar* (Reprodução/Arquivo Pessoal).

“A revista semanal de esporte, lazer e emoção”, que iria muito além do futebol, sem dúvida parecia muito mais adequada aos tempos de modernidade da Era Collor. Mas, segundo Juca Kfoury, não deu certo.

Foram oito meses [*de agosto de 1990 a abril de 1991*], com uma única edição que vendeu bem: a do Corinthians campeão brasileiro, com o Tupãzinho [*autor do gol do título contra o São Paulo*] na capa. E só. Aí não foi nem o Tomaz nem o Roberto, foi o Mário [*Mário de Andrade, diretor da nova revista e também de Playboy*]. O Mário até gostava do tema [*futebol*], mas achava que estávamos na era dos esportes radicais. Esse cara era tão maquiavélico que o negócio era o seguinte: no fundo, no fundo, ele me queria do lado dele na *Playboy*. “Vou tirar o Juca dessa porra, pra parar de sofrer com *Placar*.” Ele sempre dizia pra mim: “Eu te fiz um favor, porque eu sou seu amigo”. E eu dizia pra ele: “Você é um babaca, essa *Ação* não vai durar”. Ele dizia: “Você vai trabalhar contra?” E eu respondia: “Não vou trabalhar contra nem a favor, só que essa revista não vai dar certo. É evidente que não vai dar certo”.

#### 4.5 Mensal e temática (1990 a 1995)

*Ação*, de fato, não foi muito longe. Deixou de ser publicada após 31 edições, em abril de 1991. Mas bem antes disso Juca Kfourri já vinha arquitetando uma maneira de *Placar* voltar. Ainda que, agora, passasse a ser feita sem periodicidade definida e por uma equipe reduzida de jornalistas excepcionalmente contratados para cada empreitada.

Primeiro foi o Guia do Campeonato Brasileiro, com data de 17 de agosto de 1990, ocupando o número 1.052 na sequência histórica das edições da revista. Depois, o especial sobre os 50 anos de Pelé, número 1.053 de *Placar*, que só chegou às bancas mais de dois meses depois, já com a data de 23 de outubro (figura 104).



Figura 104: edição dos 50 anos de Pelé, *Placar* 1.053 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Kfourri, quando fala do renascimento de *Placar*, diz que “o Pelé permitiu aquilo”:

*Placar* semanal estava fechada já há uns três meses, Pelé vai fazer 50 anos em outubro e eu lembrei ao Thomaz [*Souto Corrêa*]: “Não tem um negócio que tem que soltar uma revista a cada três meses pra não caducar o título?” E ele me disse: “Eu acho que tem”. Aí eu aproveitei: “Então, que tal a gente fazer uma edição especial de Pelé 50 anos?” E ele respondeu: “Boa ideia. Mas e os custos?” “Não, não... Eu faço com umas quatro pessoas”. Encomendei umas coisas lá pro Michel [*Laurence*], enfim, fizemos a revista. A revista esgotou e ganhou o Prêmio Esso.

Aquele terceiro Prêmio Esso da história de *Placar* na categoria Informação Esportiva deu força política para Juca Kfourri tentar mais uma cartada junto a Thomaz Souto Corrêa, então diretor da Divisão Revistas da Editora Abril.

Aí, em dezembro, eu mostro um plano de fazer aquelas revistas temáticas. “Mas sem periodicidade, sem assinatura...”, advertiu o Thomaz. “Não, claro!” Tudo vendia razoavelmente, a redação era desse tamanhinho, dava um puta lucro. [...] Também tem uma coisa: quando a gente pensou nas temáticas, eu só pensava nas temáticas — e não na *Placar* mensal, que é uma diferença —, porque eu nunca acreditei em uma revista de futebol mensal. Pela frieza dela.

No entanto, na prática, a partir dali *Placar* voltaria a circular mensalmente, sim. E como uma revista temática. As chamadas revistas especiais, edições à parte das publicações de linha, não eram exatamente uma novidade na história de *Placar*. A primeira delas, de número 14-A, havia sido publicada ainda em 1970, após a vitória do Brasil sobre o Uruguai na semifinal da Copa do México, como já mostrou este trabalho.

Seis anos depois, em dezembro de 1976, quando o Corinthians teve a oportunidade de voltar a ser campeão depois de 22 anos, disputando a decisão do Campeonato Brasileiro contra o Internacional, em Porto Alegre, chegaram a ser impressas antecipadamente algumas revistas-pôsteres dobráveis de 16 páginas, contando detalhes sobre os jogos e os ídolos da campanha (figura 105). Aproveitando o momento de euforia do torcedor, ela seria vendida a 10 cruzeiros, mesmo preço da *Placar* normal, que tinha muito mais páginas (68). Como o Corinthians não foi campeão (perdeu o jogo por 2 a 0), aquela edição não chegou a ir às bancas, mas inaugurou o conceito da revista-pôster do vencedor dos principais campeonatos (estaduais, Brasileiro, Copa do Brasil e Libertadores), que é publicada pela revista até hoje.



*Figura 105: revista-pôster do Corinthians campeão brasileiro de 1976, que jamais chegou a ser publicada, porque o campeão acabou sendo o Internacional (Reprodução/Arquivo Pessoal).*

No ano seguinte, 1977, quando, aí sim, o Corinthians finalmente voltou a conquistar um título após mais de 22 anos, derrotando a Ponte Preta por 1 a 0 na decisão do Campeonato Paulista, *Placar* foi às bancas com uma edição extra de 40 páginas (figura 106).



*Figura 106: Placar 390-A, Corinthians campeão paulista de 1977 (Reprodução/Arquivo Pessoal).*

O livro *Onde o Esporte se Reinventa*, sobre a história da revista, registra que “o recorde de venda de *Placar* provavelmente deve ter sido a edição do Corinthians campeão paulista de 1977, após amargar 23 [sic] anos sem comemorar um título”. Em depoimento para o mesmo trabalho, o jornalista Carlos Maranhão informou: “A máquina da editora tinha um contador, porém este estava quebrado. Portanto, não ficou clara a quantidade de revistas impressas. É uma ‘verdade lendária’” (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 69).

Outras edições consideradas especiais haviam ajudado *Placar* a sobreviver ao longo dos anos. Como o “Projeto 13”, uma série de revistas contando a história de cada um dos principais clubes brasileiros, elaborado pela primeira vez em 1978 e reeditado mais duas vezes, sempre em tempos de crise, em 1985 e 1989.

Em meio a mais uma ameaça de fecha-não-fecha em razão da crise pela qual a revista passava, Milton Coelho da Graça inventou o lançamento de 13 revistas especiais de Corinthians, São Paulo, Palmeiras, Santos, Flamengo, Vasco da Gama, Fluminense, Botafogo, Internacional, Grêmio, Atlético Mineiro, Cruzeiro e Bahia, que vinham encartados com um minidisco<sup>30</sup> com o hino do clube, distintivos autocolantes para futebol de botão e um pôster com uma mulher de biquíni com as cores de cada clube. Juca Kfourri seria o responsável pelas edições (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 93, 94).

Kfourri estava retornando à revista apenas dois anos depois de sua “curta e traumática aventura como diretor de Esportes da Rede Tupi de Televisão”, de onde saíra após uma demissão em massa. Para justificar sua recontração, o então diretor de *Placar*, Jairo Régis, criou o cargo de editor de projetos especiais, que cuidaria da loteria esportiva, do “Tabelão” e da coleção dos Grandes Clubes Brasileiros (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 93). Mais de 35 anos depois, Kfourri confessa: “No fundo... não era uma enganação, mas era água com açúcar. Porque eram treze revistas iguais: o mesmo formato, o mesmo tudo”. As treze revistas foram feitas em 45 dias e “venderam uma barbaridade”, o que salvou aquele 1978 da *Placar*. A partir daquele momento, *Placar* havia descoberto [...] um veio que justificou a sobrevivência da revista: as edições especiais (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 93).

Outras edições especiais que fizeram história ao longo da trajetória da revista, como os guias de campeonatos e a edição dos campeões, que trazia as campanhas e os pôsteres de todos os vencedores de campeonatos do ano, foram incorporados à receita das revistas mensais e temáticas de Juca Kfourri. Inclusive é na edição dos campeões de 1990, edição

---

<sup>30</sup> O minidisco, na verdade, só seria encartado na reedição dessa mesma coleção, em 1985. Além dos treze clubes citados, em 1979 foi editada também uma revista sobre o Santa Cruz-PE. Em 1985, Santa Cruz-PE e Bahia-BA foram substituídos pelo Atlético-PR. Na reedição de 1989, voltou o Bahia-BA e o Atlético-PR foi substituído pelo Coritiba, também do Paraná (N. do A.).

número 1.055 da revista, publicada em janeiro de 1991, que Juca Kfourri assume essa nova fase, no editorial “Uma grande atração a cada mês”.

PLACAR saúda todas as torcidas campeãs [...] E parabeniza, especialmente, todos os amantes do esporte mais popular do país, porque, a partir deste próximo mês de janeiro, e durante todo o ano de 1991, PLACAR estará mensalmente nas bancas do Brasil. Sempre com uma edição especialmente feita para os leitores que a elegeram nos últimos vinte anos como a bíblia do futebol. Viva, campeão!

A redação trabalhava basicamente com material de arquivo, afastada dos fatos do dia a dia do futebol, a não ser no caso dos guias dos campeonatos ou das revistas-pôsteres dos campeões, que continuaram sendo editadas. Enxuta, era formada por um redator chefe (primeiro Álvaro Almeida, filho do pioneiro Hamilton Almeida Filho, de 1970, depois Sérgio Martins, o repórter da Máfia da Loteria, de 1982), um editor (Celso Unzelte), um repórter (Paulo Vinicius Coelho, o PVC, que depois ganharia destaque na televisão) e um editor de fotografia (Ricardo Corrêa). O departamento de arte, terceirizado, era comandado por Walter Mazzuchelli, o Anjinho, e Afonso Grandjean Pinto, o Biriba, que haviam comandado esse setor da revista praticamente desde seu início. A partir de 1993, Sérgio Martins promoveu alterações na equipe e passou a contar com mais um editor, mais um repórter e a contratação do pessoal da arte.

A *Placar* mensal e temática duraria, até, muito mais do que Kfourri prometia naquele editorial. Circulou, com as seguintes edições, até março de 1995, quando entrou em campo o projeto *Placar* Futebol, Sexo e Rock & Roll:

1991

Janeiro – Edição dos Campeões (de 1990).

Fevereiro – Guia do Campeonato Brasileiro (de 1991).

Março – Todas as Taças do Mundo (O guia com todos os grandes campeonatos pelo Brasil e pelo mundo em 1991).

Abril – Os Maiores Clubes do Planeta.

Mai – Os Artilheiros (Títulos e marcas dos principais atacantes e meias da atualidade).

Junho – Os Grandes Clássicos do Brasil (Histórias e números dos maiores duelos do país).

Julho – Guia dos Campeonatos Estaduais.

Agosto – Goleiros (Os melhores de todos os tempos e os grandes do Brasil).

Setembro – Quem É Quem no Futebol (De A a Z, as fichas completas dos 765 principais jogadores de todos os tempos).

Outubro – Os Esquadrões (Do goleiro ao ponta-esquerda, os times que entraram para a história).

Novembro – Os Deuses da Raça (Eles fizeram do clube sua paixão e fé).

Dezembro – Placar Júnior.

1992

Janeiro – Edição dos Campeões (de 1991).

Fevereiro – Guia do Campeonato Brasileiro (de 1992).

Março – Todas as Taças do Mundo.

Abril – Decisões Que Lavaram a Alma (As grandes finais de Corinthians, Flamengo, Vasco, São Paulo, Grêmio, Fluminense, Palmeiras, Atlético-MG, Santos, Internacional, Botafogo, Bahia, Cruzeiro).

Maiο – Os 10 Gênios do Futebol Brasileiro de 1970 a 1992 (Jornalistas, técnicos e ex-jogadores elegem os maiores craques que marcaram a geração PLACAR).

Junho – A Eterna Lenda Chamada Garrincha (30 anos do Bi).

Julho – De Friedenreich a Bebeto: 90 anos de Gol!

Agosto – O Melhor do Futebol no Brasil (balanço do Campeonato Brasileiro de 1992).

Setembro – Superguia do Futebol Mundial, dos Campeonatos Estaduais, da Copa do Brasil e da Supercopa da Libertadores.

Outubro – Ranking do Futebol Brasileiro (Ano a ano, todos os campeonatos, copas, taças e torneios conquistados pelos 14 maiores papões de títulos do Brasil desde 1902).

Novembro – Campeonatos Estaduais: Quando os Rivais Decidem (A história e as fichas das finais entre grandes clubes que enlouqueceram as torcidas).

Dezembro – São Paulo Campeão do Mundo.

1993

Janeiro – Edição dos Campeões (de 1992).

Fevereiro – Guia dos Campeonatos Estaduais.

Março – Todas as Taças do Mundo.

Abril – Histórias e Lendas dos Grandes Estádios.

Maió – Quem É Melhor? (comparações, posição por posição, entre os principais jogadores candidatos a uma vaga na Seleção Brasileira).

Junho – Futebol do Ano 2000.

Julho – Meu Jogo Inesquecível (16 supercraques contam com emoção a partida mais importante de suas vidas).

Agosto – Campeões 93 (vencedores dos campeonatos do primeiro semestre).

Setembro – Guia do Brasileiro 93.

Outubro – Pesquisa Ibope/Placar: Por Quem Torce o Brasileiro.

Novembro – É Hora de Decisão (Histórias inéditas das 22 finais do Campeonato Brasileiro).

Dezembro – não houve edição.

1994

Janeiro – Campeões 93 (do segundo semestre).

Fevereiro – Guia dos Estaduais 94.

Março – Os Brasileiros no Mundo (Drama, alegria, tristeza, sucesso: os craques e os jogadores anônimos que deixam o Brasil para correr atrás de dólares e fama no exterior).

Abril – Taí, Parreira: A Seleção do Povo (Pesquisa Ibope/Placar: o time e as 22 feras que a torcida quer na Copa).

Maió – 80 anos de Seleção Brasileira.

Junho – Guia da Copa 94.

Julho/agosto – as revistas desses dois meses foram substituídas por dez especiais. Sete delas saíram após cada um dos jogos do Brasil na Copa do Mundo nos Estados Unidos, em 1994, em que a Seleção conquistou o tetracampeonato mundial. *Placar* esteve presente com Juca Kfourri, Paulo Vinicius Coelho e o fotógrafo Néelson Coelho. Duas dessas revistas foram pôsteres publicados antes e depois da decisão contra a Itália. A última, A Epopéia do Tetra, contava a história das conquistas de 1958, 1962, 1970 e 1994.

Setembro – Guia do Brasileiro 94.

Outubro – 100 Anos de Futebol no Brasil (de Charles Miller ao Tetra mundial).

Novembro – Os Esquadrões dos Sonhos (Torcedores, jornalistas e dirigentes elegem os 11 maiores craques que já vestiram a camisa do seu time).

Dezembro – Campeões 94.

1995

Janeiro – Raio-X do Brasileirão 94.

Fevereiro – Placar 25 anos.

Dos 35 mil exemplares vendidos no início da fase mensal, a revista foi gradativamente vencendo obstáculos. Passou para 60 mil, 75 mil e 90 mil antes de atingir o pico de 120 mil cópias mensais (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 305). No artigo “Da informação ao entretenimento: análise do jornalismo esportivo brasileiro pela trajetória histórica da revista Placar”, Wagner Barge Belmonte e Ary José Rocco Junior chegam a associar a esse período características que só surgiriam cinco anos depois, na fase *Placar* Futebol Sexo e Rock & Roll.

A partir de 1990 [*sic*], em uma mudança de rumo sem precedentes, o veículo [*Placar*] se tornou mensal e, do ponto de vista editorial, passou a ser caracterizado por pautas “festivas”, voltadas completamente ao entretenimento (BELMONTE; ROCCO JUNIOR, 20013: 3).

Na entrevista concedida para este trabalho, Sérgio Xavier Filho, que chegou a *Placar* justamente para trabalhar no projeto Futebol, Sexo e Rock & Roll e depois assumiria a direção da revista por mais de 15 anos, entre 1999 e 2015, relatou que o que acha mais interessante dessa fase é justamente sua “clandestinidade”.

Ali em 90 ela quebra, quebra o modelo. A Abril decide: “Acabou a *Placar*”. Mas a turma que estava aqui disse “sim” e agiu como “não”. Continuou fazendo uma revista por mês, especiais. E esse período é um período muito importante, acho que a gente despreza, ele fica... Ah, é o limbo. É o limbo, coisa e tal. Mas eu acho que esse é um dos períodos mais importantes da história da *Placar*, porque ele prova que a marca era muito boa. Foi a primeira vez, eu acho, que a Abril disse: “Pô, essa marca é tão boa que nós vamos enfiar um caminhão de dinheiro pra fazer o projeto de 95”. O Futebol, Sexo e Rock & Roll.

#### 4.6 Futebol, Sexo e Rock & Roll (1995 a 1997)

A última página da última revista temática, edição número 1.101, de março de 1995, trazia a promessa de uma “nova PLACAR”, já tantas vezes repetida ao longo da história da publicação (figura 107).



*Figura 107:* anúncio da nova *Placar* Futebol, Sexo & Rock'Roll, publicado na última edição temática da revista, nº 1.101, março de 1995 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

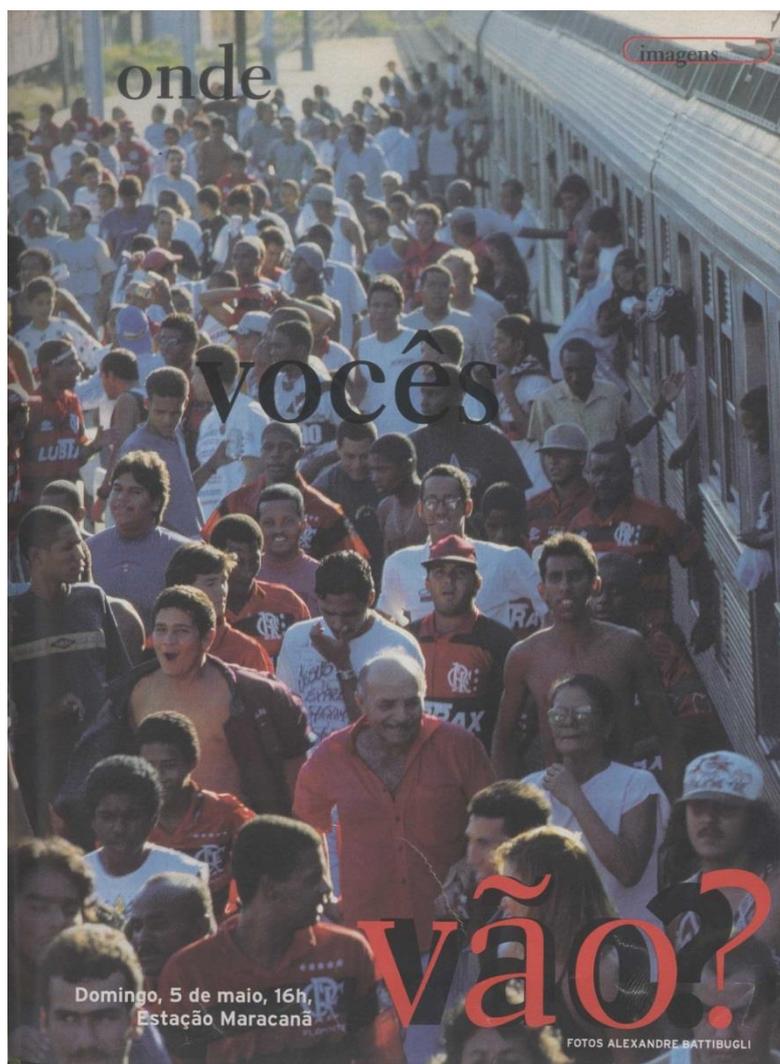
A mudança foi mesmo radical. A edição número 1.102, de abril de 1995, chega às bancas em um tamanho muito maior que o de qualquer outra revista nacional: 27,5 por 35,8 centímetros. Na capa, o jogador Edmundo, à época do Palmeiras, apelidado “Animal” tanto pelo ótimo futebol quanto pelo temperamento que lhe causava problemas dentro e fora de campo. Fotografado por Bob Wolfenson, famoso por retratar as mulheres de capa da *Playboy* brasileira, Edmundo vestia calça jeans, camiseta e abraçava um ursinho de pelúcia. Ao lado, a frase “Edmundo – O Animal Precisa de Carinho” (figura 108).



Figura 108: *Placar* 1.102, abril de 1995, a primeira da fase Futebol, Sexo e Rockn & Roll (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Nas chamadas para as reportagens principais (“É tudo!”), a presença do futebol (“O futebol na Terra dos Dinossauros”), do sexo (“A primeira transa dos craques”) e do Rock & Roll (“Mulheres, carros, rock and gols: Ronaldo se diverte na Holanda”). A partir dali, esse seria o tripé editorial da publicação, prometido no slogan logo abaixo do novo logotipo, inspirado na bandeira brasileira: *Placar* – Futebol, Sexo e Rock & Roll.

Abrindo a revista, as surpresas continuavam com um projeto gráfico revolucionário, concebido por Roger Black (chamado por Juca Kfourri na página “Opinião” daquela primeira edição de “o papa dos diretores de arte nos Estados Unidos”), a cargo da nova diretora de arte da revista, a artista plástica e poetisa Lenora de Barros. O visual de *Placar* na fase do Futebol, Sexo e Rock & Roll se constituiria em um capítulo à parte. A ponto de se tornar responsável pela conquista do terceiro Prêmio Esso da história da revista, este na categoria Criação Gráfica, em 1996, pelas sete páginas de “Onde vocês vão?”. Concebidas por Lenora de Barros e Renata Zincone para a edição 1.116, de junho de 1996, elas estão reproduzidas a seguir (figuras 109 e 110).



*Figura 109:* abertura em página simples de “Onde vocês vão?”, reportagem fotográfica publicada em *Placar* 1.116, junho de 1996 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

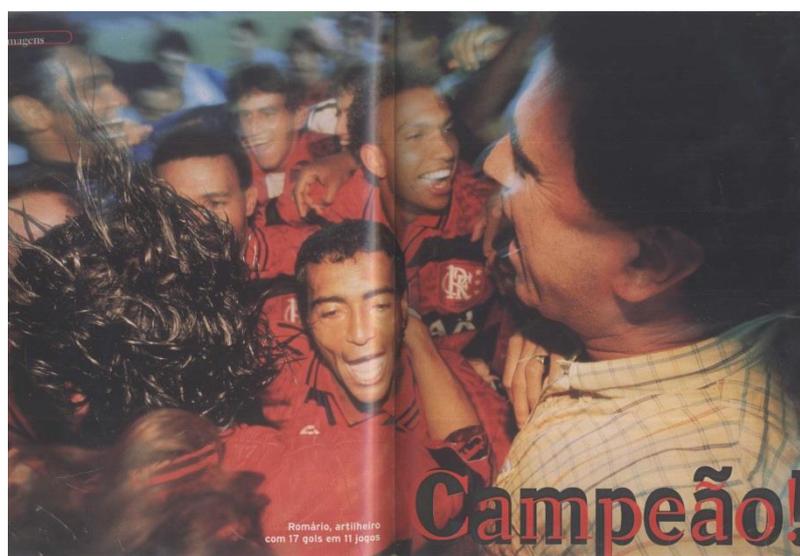
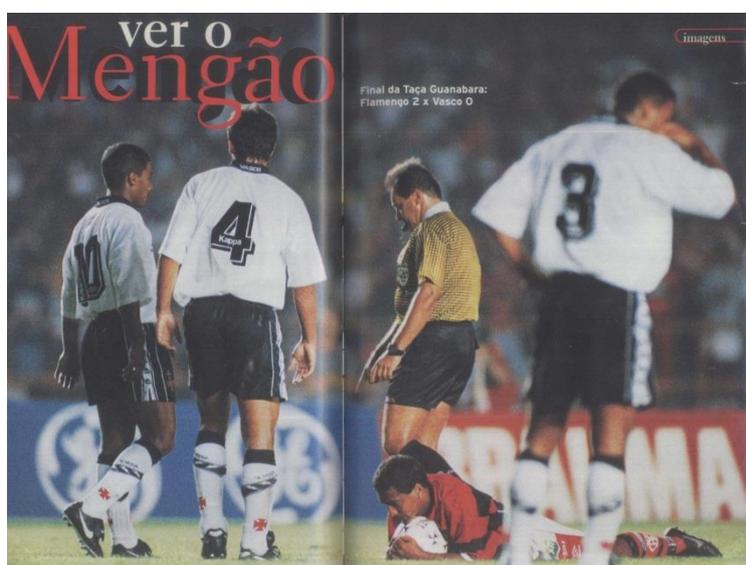


Figura 110: sequência em três páginas duplas de “Onde vocês vão?”, reportagem fotográfica publicada em *Placar* 1.116, junho de 1996 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

A nova *Placar* Futebol, Sexo & Rock'Roll trazia mais. Custava quatro reais — *Veja*, por exemplo, custava três. Mas, além das 124 páginas, oferecia, encartados, o tradicional “Tabelão” (em mais 32), quatro páginas amarelas denominadas “Placar urgente”, destinadas a denúncias (e a algumas matérias, até, sensacionalistas) e sempre algum brinde para o leitor, como pôsteres ou cards. Era, na definição de Juca Kfourri, uma “árvore de Natal cheia de presentes”.

Thomaz Souto Corrêa chama para si a responsabilidade pelo desenho da *Placar – Futebol, Sexo e Rock'n roll*. O modelo era uma revista holandesa chamada *Avenue* que ia às bancas de jornal em uma caixa com diversos produtos dentro. Ele explica que diferentemente da revista *Ação*, que procurava um público fora do futebol, essa revista aproveitaria a marca forte da revista. Essa foi a razão por ter mantido o nome *Placar*. Thomaz trouxe a ideia e bolou a revista de um tamanho diferenciado e com produtos que a revista poderia encartar: cards, bandeira, entre outros mimos para o leitor apaixonado por futebol (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 340, 341).

Na página “Opinião” da segunda edição dessa série, Juca Kfourri lembrou que “O sucesso, como se sabe, tem muitos pais, enquanto a derrota é órfã”. Na entrevista concedida para este trabalho, ele reivindicou: “Quem propôs “*Placar* Futebol, Sexo e Rock & Roll fui eu. Não a ideia do que seria a revista, mas se chamar assim. Fui eu”. Em seguida, explicou:

Isso à luz daquilo que eu estava pressionando a cúpula da Abril, que era ver meninas indo para a escola com camisas de clubes, não só brasileiros mas também estrangeiros. Essa era a ideia: vamos fazer uma revista pra adolescente, o adolescente está na fase de descobrir sexo e curtir rock, mas esses adolescentes estão aí de novo de camisa de clube e indo pra escola. Então temos que aproveitar isso. O Brasil voltou a ser vencedor, tem o Romário como ídolo, e tal, então vamos surfar nessa onda. [...] O Brasil ganha a Copa de 94 e aí a gente falou: “Opa! Quem sabe não está na hora de relançar a revista e tal?” [...] Claro que eu preferia não ter que me curvar tanto à ideia do entretenimento, ao brincar com a ideia de sexo e rock'roll, mas como atendia a um espírito mais “thomazístico” [*referência a Thomaz Souto Corrêa, já vice-presidente e diretor editorial da Editora Abril*] do que “kfourístico”, como eles toparam fazer um baita investimento e de fato as primeiras edições venderam... [...] O melhor elogio a ela foi feito por Demetrio [*Mino*] Carta. Demetrio, no lançamento da terceira edição, me telefonou dizendo: “Meu caro, estou lhe telefonando para dizer que a única revista que pode ser chamada de revista, hoje, no Brasil, é a sua. E olha que eu acho que a minha [*Carta Capital*] é boa. Mas revista, conceito de revista, é a sua”.

Wagner Barge Belmonte e Ary José Rocco Junior resumiram assim a fase *Placar* Futebol Sexo e Rock & Roll:

Durante a Copa do Mundo de 1994, foram lançadas edições especiais após cada jogo do Brasil. Produzidas em São Paulo, e em papel com qualidade inferior, as edições foram sucesso de vendas. A publicação que comemorou o título do Brasil, por exemplo, teve tiragem superior a 500 mil exemplares. O momento especial da revista, com seu renascimento em vendas e sua boa performance econômica, fizeram a Editora Abril decidir por uma grande reformulação no periódico, após 25 anos do seu lançamento, com significativas mudanças editoriais e, principalmente, nova equipe de jornalistas na redação. Depois de três meses de preparativos e um investimento de aproximadamente um milhão de dólares, *Placar* é relançada em abril de 1995, com o slogan “Futebol, sexo e rock'n roll”. A publicação passou a ter, como público-

alvo, jovens, muito mais interessados em entretenimento, do que no futebol, ou no esporte propriamente dito. A revista também adotou um novo formato [...] mais voltado ao entretenimento do que à informação. [...] A primeira edição da nova fase chegou à tiragem de 237 mil exemplares, um recorde para Placar. Ao longo dos anos seguintes, foram feitos ajustes visuais [...] e de conteúdo. Aos poucos, as matérias voltaram a abordar o futebol como tema principal e não mais como um mero fio condutor. O entretenimento passa a ser presença forte e constante na principal publicação esportiva do Brasil. Vários jornalistas, entre eles Juca Kfourri, acabam por deixar a publicação. O jornalismo informativo de qualidade, que deu à revista credibilidade, passou a ser, de fato, coisa do passado (BELMONTE; ROCCO JUNIOR, 20013: 3).

Nos primeiros sete números da nova fase da revista, Kfourri continuou como diretor geral. Na página “Opinião” do número 1.103, o segundo da nova fase, ele anunciava, eufórico, que “os 250 mil exemplares da nova PLACAR não deram nem para o início, esgotados em menos de uma semana”. E que os pedidos de assinatura (um privilégio que a revista ganhava da Editora Abril pela primeira vez, após 25 anos de existência) “também vieram de enxurrada. Foram 11 mil só nos primeiros sete dias de campanha”. Na entrevista concedida para este trabalho, Kfourri afirmou, também, que “o começo da *Placar* Futebol, Sexo & Rock’Roll foi bem de publicidade, o que pode ser comprovado pelo número e variedade de anunciantes da primeira edição da nova fase, em geral marcas voltadas para os jovens: Rider (calçados), Kawasaki e Honda (motos), Adidas, Reebok e Realtex (material esportivo), Sonrisal (medicamentos), Gatorade (isotônicos), Toshiba (aparelhos eletrônicos), Real (banco), Volkswagen e Chevrolet (automóveis), Golden Cross (planos de saúde), Trekking Bical e 775 Brasil (roupas), Kiko’s (academia de musculação), MTV (canal de TV), Piagentini (vinhos), Binno (rodas esportivas).

A campanha publicitária de lançamento da revista ficou a cargo da agência W/Brasil, de Washington Olivetto, companheiro de Juca desde os tempos de Democracia Corinthiana. Incluiu até uma publicidade no rádio e na televisão, estrelada por Edmundo, com direito a música e ao refrão “todo animal precisa de carinho”. A revista foi apresentada ao mercado publicitário com uma grande festa, acompanhada de uma campanha de marketing agressiva que, a boca pequena, chegou a custar 3 milhões de dólares aos cofres da Abril (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 341). Kfourri observa:

[...] Isso tudo apesar de o Júlio Cosi [*publicitário*] um dia ter dito que *Placar* não tinha conseguido entrar no nicho, na gaveta do mercado publicitário, e jamais entraria. Porque se não tinha entrado até então, por mais que a gente fizesse das tripas coração, ela nunca seria um sucesso publicitário.

A nova e próspera fase, no entanto, marcaria também a saída de Juca Kfourri da publicação em que foi onipresente por mais de vinte anos. Uma saída que teve muito a ver

com o jornalismo combativo, base de seu trabalho, do qual, segundo ele próprio, *Placar* pela primeira vez abdicava claramente, “até no discurso, até na definição da missão da revista”. A Editora Abril, na época dona do canal a cabo TVA, apostava alto na conquista dos direitos de transmissão do futebol. Era vital para sua decolagem. E com aquela atitude, *Placar* estragava a conquista que Roberto Civita buscava (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 93, 350). Sobre isso, Juca Kfouri depôs:

O Ricardo Teixeira [*presidente da Confederação Brasileira de Futebol, CBF, um dos maiores alvos das críticas de Juca Kfouri*] disse ao Roberto Civita: “Quando eu quero alguma coisa da Rede Globo, eu converso com o doutor Roberto Marinho. E ele manda fazer. Aqui na Editora Abril não é você quem manda”. E o que eu disse pro Roberto, quando ele me contou isso, foi assim: “Roberto, pra quem se jacta de ter ajudado a derrubar o Collor num momento em que a Abril estava frágil economicamente, correndo o risco, se não desse certo, de ser empastelada, se curvar ao Ricardo Teixeira, que é o meu Collor... Convenha que eu não posso”. [...] Na época não, eu fiquei muito envenenado. Mas hoje eu digo o seguinte: o doutor Roberto comprar briga com o Collor, tudo bem. Mas por causa de futebol? Está me atrapalhando lá no negócio da TV... 50% das pessoas que assinam a TV assinam por causa de filme, os outros 50% por causa de esporte, por causa de futebol, principalmente. Tanto o Ricardo quanto o Farah [*Eduardo José Farah, à época presidente da Federação Paulista de Futebol*] disseram pra ele: eu não posso negociar com você tendo uma revista que só pega no meu pé. Não precisa elogiar, mas para de criticar.

[...] Tinha aquele “Dossiê *Placar*” [*espaço editorial reservado para matérias investigativas*]. Eu me lembro muito bem do dia em que o Roberto pede pro Thomaz me avisar que eu estava fora de *Placar*. Perguntei: “Mas o que desencadeou?” Ele disse: “Essa matéria aqui da Copa do Brasil, maracutaia... Por que você não fez uma coisa bem-humorada dizendo a mesma coisa?” Pensei: não pode ser só isso, é uma bobagem... Um esquema de viagens do Flamengo, como o Flamengo sobrevivia na Copa do Brasil... “Mas é que no fundo o Roberto sabe que você não vai parar. E ele não te vê mais em *Placar*.” Tudo bem, desenvolve-se a conversa, eu também não me vejo mais na Abril. Ficou quase um mês naquele ramerrame. Eu saio da Globo pra lançar a *Placar* Futebol, Sexo e Rock & Roll porque eu achava que ficava incompatível o cara mais *light* na TV Globo voltando a fazer uma revista que ia empunhar bandeira. Coisa que o *Placar* documento [*fase das temáticas mensais*] não fazia. Durante quatro anos a gente viveu com revistas, nesse ponto de vista, que não causavam problemas absolutamente a ninguém. E no meu projeto a *Placar* Sexo e Rock & Roll ia causar problema de novo. Porque eu dizia isso: é a oportunidade rara que a gente tem de aprofundar esse troço, de pedir mais, de querer fazer a reforma. Então, nesse particular, eu reconheço aí todas as minhas responsabilidades militantes. Eu tive que aprender então, em 95, que a revista não era minha. Demorou pra cacete.

Com a saída de Juca Kfouri, dá-se uma negociação que chegou a envolver até Pelé.

Primeiro me oferecem pra tirar um ano sabático: “Pega a Ledinha, o cartão corporate, vai viajar. Quando você voltar, te mandamos pra Navarra, fazer um curso de novas mídias. Eu respondi: se vocês tivessem me oferecido isso como um prêmio, talvez até aceitasse. Consolo não, porque aí eu me desmoralizo. Aí fizeram uma proposta de vender *Placar* pra mim. Claro que eu não tinha como comprar. Me surgiu a ideia do Pelé comprar. Chegou-se a negociar isso, o Thomaz foi a Santos pra conversar com o Pelé, eu fui junto. No escritório do Celso Grellet [*assessor de Pelé*]. Além dessas negociações que pareciam mesmo fadadas a não dar certo, a gente negocia o comunicado da minha saída. Por quê? Porque a Abril queria fazer aquilo de sempre: “Depois de 25 anos de casa, parte para novos desafios...” E eu disse: “Não, tem que pôr aí: ‘por divergências editoriais’”. Porque isso, inclusive (e foi isso que prevaleceu), me permite não dar entrevista. Eu não vou ter que explicar. Ao passo que, se não tiver isso, vão falar: “Cacete, a revista foi relançada, é um sucesso, vendeu duzentos e tantos mil e no auge do sucesso do

relançamento você sai? Me explica”. Se puser “divergências editoriais”, nego vai perguntar: “Que divergências são essas?” “Eu queria fazer uma revista, a Abril quer fazer outra. A revista é da Abril, não é minha, prevaleceu a opinião da Abril. Acabou.” Não preciso entrar em detalhes. A Abril concordou e fez. Foi assim o boletim da minha saída.

Para o projeto *Placar Futebol, Sexo e Rock & Roll*, Marcelo Duarte estava de volta, trocando o cargo de editor de *Veja São Paulo* para ser o diretor de redação. De lá, trouxe também outros dois ex-placarianos: o redator-chefe Alfredo Ogawa, dos tempos de *Placar* no formato *Veja e Placar Mais*, e o editor de fotografia Ricardo Corrêa, que havia trabalhado na revista de 1981 a 1993. Da fase anterior, permaneciam o editor sênior Luís Estevam Pereira e os repórteres Manoel Coelho, Paulo Vinicius Coelho (PVC) e Rodolfo Rodrigues, que fazia o atendimento ao leitor. Chegavam os editores sêniores Milton Abrucio Jr. e Sérgio Xavier Filho, o editor especial Isney Savoy, os repórteres especiais Luísa de Oliveira e Sérgio Ruiz Luz, os repórteres Amauri Barnabé Segalla e Sérgio Garcia (no Rio de Janeiro) e o repórter fotográfico Pisco Del Gaiso.

De todos esses, Sérgio Xavier Filho teria a vida mais longa na publicação, chegando a se despedir dela somente vinte anos depois, em 2015, como diretor. Foi ele o encarregado de convencer Edmundo, o “Animal”, a posar com um ursinho de pelúcia para a primeira *Placar Futebol, Sexo e Rock & Roll*.

Gaúcho de Porto Alegre, Sérgio é outro daqueles profissionais cujas ligações afetivas com o futebol — e com *Placar* — remontam à infância. Assim como a mais antiga memória da vida de Kfoury diz respeito ao título de campeão paulista de 1954, ano do IV Centenário de São Paulo, pelo seu time, o Corinthians, as de Sérgio Xavier dizem respeito ao gol de Jairzinho na vitória do Brasil sobre a Inglaterra por 1 a 0, na Copa de 70. Então com menos de quatro anos de idade, o “guri” se recorda de ter pulado em cima do pai recém-operado de apendicite. A partir de 1972 para 73, “começou a sofrer” com o Grêmio, que, na época, não ganhava o Campeonato Gaúcho desde 1968 e só viria a reconquistá-lo em 1977, depois de assistir a oito títulos consecutivos do rival Internacional. Conta que, durante a infância, o futebol, para ele, “era tudo”.

Era absolutamente tudo. Eu passei fome por causa do futebol — porque geralmente é o contrário, o cara passa fome e aí vai jogar futebol pra suprir a fome. Eu não precisava ter fome nenhuma, mas eu ganhava dez dinheiros, a moeda da época, pra almoçar no colégio no dia que eu passava o dia inteiro lá, e esse dinheiro tinha que dar pro almoço (sanduíche, né?) e pro ônibus da volta. O que é que eu fazia? Eu trocava o “x” por um pão com molho de tomate — o pão com molho era um cachorro-quente sem salsicha —, que era bem barato, acho que era um e cinquenta. Então, só com isso, já sobravam oito e cinquenta dos dez que a minha mãe tinha me dado. Aí eu deveria depois pagar o T2, que era o ônibus que me levava pra casa. Sei lá, vinte quadras, algo assim, mais, talvez. E aí eu voltava a pé. Tudo pra entupir o bolso de

Futebol Cards<sup>31</sup>. Então, um cara que faz um negócio desse parece ter uma relação “ligeiramente doentia” com futebol. Mas depois eu me curei um pouco. Acho que consegui equilibrar melhor a vida, deixar o futebol em um bom compartimento que não me deixe tão maluco assim.

A relação com a leitura, especificamente com *Placar*, era igualmente intensa, pois Sérgio Xavier aprendeu a ler muito cedo, por volta dos três anos. “Minha mãe fez um experimento de colocar cartazes, ela tinha lá uma teoria de um inglês. Minha mãe é professora de Português.” Uma das primeiras coisas que ele lia — “com muito gosto” — era *Placar*.

Eu lembro de nos anos 70, ali — setenta e três, quatro, cinco... —, ir ao dentista. Não aceitava ir ao dentista, fugia, e a minha mãe me “comprava” com a *Placar*: “Se você for, depois que acabar a consulta a gente passa na banca e compra”. E era uma coincidência, porque o dentista era realmente na quarta-feira, que é o dia da *Placar* em Porto Alegre, quando [a revista] chegava lá. E aquilo era algo muito esperado: o “Tabelão”, a “Bola de Prata”, o pacote todo. As matérias do Divino [Fonseca], do Lemyr [Martins]. Muito, muito carinho que eu tinha por aquilo. Depois que eu entro no jornalismo, tinha três lugares em que eu queria muito trabalhar: era a *Placar*, *Senhor* (que depois virou *IstoÉ Senhor*, e eu acabei trabalhando) e eu queria muito trabalhar no *Jornal do Brasil*, que era o grande jornal da época. Essa não rolou. [...] E aí eu resolvo ser jornalista por causa do futebol. Então essa é uma relação totalmente intensa.

Quando entra no jornalismo, Sérgio não consegue, de cara, o trabalho no futebol. Vira jornalista econômico. Primeiro no *Diário do Sul*, em Porto Alegre, depois na Agência Dinheiro Vivo, do jornalista Luís Nassif, e na revista *IstoÉ*, em São Paulo, pela qual surgiu sua primeira oportunidade de trabalhar com futebol, ao cobrir a conquista do tetracampeonato mundial pelo Brasil na Copa do Mundo de 1994, nos Estados Unidos.

Quando você recebe um convite para trabalhar no Esporte estando em uma outra área, gera um superorgulho. Não tem como recusar. Foi isso que aconteceu quando eu recebi um telefonema do Marcelo Duarte: “Olha, eu queria conversar, a gente está reformulando aqui a *Placar*. Eu queria te fazer um convite, vamos jantar”. Naquelas horas até o jantar eu peguei minhas contas todas em casa e descobri que poderia ganhar vinte por cento a menos que sobreviveria. Então eu já fui pro jantar com essa conta. No final do jantar o Marcelo me pergunta: “Quanto você ganha?” Eu respondo: “Eu ganho tanto”. E ele diz: “Olha, eu tenho vinte por cento”. E eu fiquei quase no impulso de dizer: “A mais ou a menos?” Mas aí me dei conta: “Não, ele deve estar falando a mais”. E eu topo.

Em relação ao Futebol, Sexo e Rock & Roll, ele recorda que muitos na equipe tinham uma discordância enorme, tanto os da “velha *Placar*” quanto os da “nova *Placar*”, terminologia muito em voga nas conversas da redação à época.

Eu era da “nova *Placar*”, porque estava chegando de outro lugar. Mas filosoficamente eu era da “velha *Placar*”. Fiquei um tanto desconfortável, porque no final das contas eu não concordava muito com aquele jeito de fazer revista. Pra mim, futebol é futebol. E deveria ser pra todo mundo. Eu achava que a revista devia ser pra todo mundo e não pra um público específico

---

<sup>31</sup> Cartões com fotos de jogadores de futebol que no final da década de 1970 vinham junto com os chicletes Ping-Pong (N. do A.).

jovem. Depois, acho que em alguns aspectos eu estava enganado. Porque aquele projeto foi uma grande lufada de vento no público da *Placar*. Eu acho, talvez, que a *Placar* — acho, não: tenho certeza de que a *Placar* não estaria aqui hoje se não tivesse aquele projeto. Importantíssimo. Até hoje, quando eu converso com os leitores, há uma grande quantidade de gente que diz: “Eu comecei a ler aquela”. Foi muito importante pra dar frescor à marca etc. Mas não que aquilo me desse grande prazer. Do rock — eu nunca fui do rock, ainda por cima. E do sexo... eu achei que aquilo era pra outra revista, não a nossa. [...] E em 95 ela vende muito: 240 mil exemplares, 239. Na banca — aí não tinha assinatura, na primeira. Ok, o momento era bom, a conjuntura econômica era muito favorável, não vamos desprezar isso. Mas o fato é que vendeu. E criou uma legião de jovens que entenderam o que era *Placar* e se multiplicaram.

Bruno Chiarioni e Márcio Kroehn apontam:

*Placar – Futebol, Sexo e Rock'n'roll* procurou inovar a cada edição. Mensalmente, a revista investia em capas e pautas diferenciadas. Os bastidores do mundo do futebol e principalmente a intimidade dos jogadores eram assuntos certos. [...] *Placar* passou a fantasiar os jogadores e eles começaram a curtir muito. Algumas foram fotomontagens, como uma foto do irreverente Viola vestido de porquinho, assim que ele assinou contrato com o Palmeiras [figura 111]. Um menininho fantasiado foi fotografado e depois a arte montou a cabeça do jogador na imagem. Outros universos passaram a servir de inspiração. O meio artístico e o cinema foram um deles. Milene Domingues, por exemplo, modelo que namorou e se casou com o jogador Ronaldo, mãe do primeiro filho dele, Ronald, vestiu a roupa de Batgirl [figura 112] (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 351, 352).



Figura 111: Viola vestido de porquinho, em *Placar* 1.120, de outubro de 1996 (Reprodução/Arquivo Pessoal).



*Figura 112: Milene Domingues como a Bat Girl, no pôster da edição 1.129, de julho de 1997 (Reprodução/Arquivo Pessoal).*

Àquela altura, porém, *Placar* havia se tornado um produto caro, conforme constatam Bruno Chiarioni e Márcio Kroehn.

Em pouco mais de seis meses de circulação, *Placar* conseguiu uma base de 110 mil assinaturas. Outros 70 mil leitores compravam a edição em banca. Números levantados por Marcelo Duarte, mas não confirmados pela direção da Abril. Já em seu segundo ano, mesmo com boa circulação e os anúncios publicitários, *Placar* gastava mais do que faturava (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 351, 352).

Por economia de papel, desde a edição 1.111, de janeiro de 1996, o revolucionário tamanho original da revista já havia sido trocado para convencionais 22,6 por 29,9 centímetros. A partir do número 1.132, de outubro de 1997, o sexo e o rock & roll somem da inscrição abaixo do logotipo da revista e também de suas pautas. O futebol voltava a reinar sozinho.

#### 4.7 Luta pela sobrevivência (desde 1997)

A prioridade de *Placar* sempre foi sobreviver, como atestou Juca Kfourri, diretor da publicação de 1979 a 1995, na entrevista concedida para este trabalho.

Houve diversas vezes, nesse período de 16 anos, em que minha única preocupação era manter o título vivo e o emprego das pessoas. Eu cometi enganos em relação à Abril. Mentiras em relação à Abril, à direção da Abril, dos mais sórdidos. De pedirem corte de 30% e eu chegar com as contas do telefone, do transporte, não sei quê, dizendo que todo mundo ia andar de ônibus etc. Por duas semanas mantinha aquilo, mas na terceira já ninguém mais aguentava andar de ônibus nem deixar de usar o telefone. E aí corta o “Tabelão”, porque o “Tabelão” é que é muito caro. Me doía na alma cortar o “Tabelão”. Mas vamos ter que sacrificar o “Tabelão” pra manter o resto... Era o tempo todo, era um cálculo de sobrevivência. Sobrevivência, mas sempre na expectativa: “Vai chegar uma hora que a gente vai poder fazer a revista que a gente sonha”. E houve momentos em que a gente fez. [...] Depois eu fui diminuindo o meu nível de exigência. [A prioridade em] *Placar* era manter vivo.

Isso é atestado, também, nos trabalhos desenvolvidos sobre a revista pelas duplas Bruno Chiarioni/Márcio Kroehn e Wagner Barge Belmonte/Ary José Rocco Junior.

Se os primeiros 20 anos de *Placar* são repletos de grandes histórias, grandes momentos e grandes recordações, suas últimas duas décadas são mais truncadas, cheias de falta e lances dignos de cartão amarelo e vermelho. [...] As vendas de *Placar* nunca possibilitaram dizer que a revista era unanimidade, ou melhor, unanimidade que pudesse passar sem nenhum arranhão pelas crises ao longo do tempo. [...] A econômica talvez seja a mais relevante (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 16).

Apesar do sucesso editorial e da qualidade investigativa de várias de suas reportagens, *Placar* nunca foi, na década de 1980 e na primeira metade dos anos 90, um produto jornalístico de boa vendagem. Entre 1979 e 1995, por exemplo, a revista só deu lucro em três anos (BELMONTE; ROCCO JUNIOR, 20013: 11).

A partir de 1997, com o fim do Futebol, Sexo e Rock & Roll, essa luta pela sobrevivência se intensifica, e vai caracterizar o estágio da revista até os dias atuais. A próxima aposta passou a ser a de sempre, por um bom desempenho do Brasil na busca por mais um campeonato mundial, que seria o quinto, na Copa do Mundo disputada na França, em 1998. Com base em uma bem-sucedida venda de cotas de patrocínio, Marcelo Duarte conseguiu montar uma redação com parte da equipe em solo francês. Depois de cada jogo da Seleção Brasileira, era enviado diretamente para a gráfica o material referente às seis revistas especiais produzidas após cada jogo do Brasil. Enquanto isso, a parte da redação que havia ficado no país cuidava da edição mensal. A sétima revista especial prevista não chegou a ser publicada: a derrota brasileira por 3 a 0 para a França, na decisão, acabou retratada na capa da

própria *Placar* do mês de julho de 1998 (figura 113). O capitão brasileiro Dunga, de cabeça baixa, parecia prenunciar os tempos difíceis que se seguiriam após a saída de Marcelo Duarte.



Figura 113: *Placar* 1.141, julho de 1998, retrata a derrota do Brasil para a França na final da Copa de 98 (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Em depoimento ao livro de Bruno Chiarioni e Márcio Kroehn, Marcelo Duarte explicou:

O que eu queria mostrar cobrindo a Copa de 98 é que a Editora Abril poderia montar essa estrutura em qualquer lugar, para qualquer evento, para fazer uma revista muito mais rápida, sem ter o intermediário, então esse era o conceito que eu queria vender. A gente apresentou depois um relatório, com os avanços que a gente teve lá, só que não serviu pra nada, a primeira coisa que fizeram quando eu voltei foi: “Ah, a gente quer tirar você da *Placar*, pra você fazer outra coisa” (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 357).

Vindo da *Folha de S.Paulo* para assumir a direção editorial da Abril, Matinas Suzuki Junior substituiu Marcelo Duarte temporariamente, acumulando funções até chamar Leão Serva, então secretário de redação do diário *Lance!* Em seguida, Serva repassaria o cargo de diretor de *Placar* para Sérgio Xavier Filho. Tudo isso em um curto período de pouco mais de um ano, entre setembro de 1998 e novembro de 1999.

Nesse meio-tempo, a revista havia voltado a ser impressa no tamanho padrão de *Veja* e retomado o antigo logotipo, desvinculando-se de sua última ligação com a fase do Futebol, Sexo e Rock & Roll a partir da edição 1.149, de março de 1999, quase toda dedicada a Pelé (figura 114).



Figura 114: *Placar* 1.149, março de 1999, a primeira sem o logotipo da fase Futebol, Sexo e Rock & Roll (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Para Sérgio Xavier Filho, foi naquela época que, pela primeira vez, *Placar* começou a ter o que ele, jornalista econômico de origem, chama de “equilíbrio fiscal”.

Primeiro com o *Matinas* [*Suzuki Junior, diretor em 1998*], que disse “olha, as contas não fecham...” O primeiro susto, ali. Depois, com o Paulo Nogueira [*diretor da Abril que sucedeu Matinas*], que ajudou muito nisso, dizendo: “Olha, vai ter que sair todo mundo”. [...] A revista criou, digamos, um ambiente de gente que comprava e como os negócios não funcionavam a gente mexia no editorial. Nunca mexia nos negócios. Eu peguei o expediente ali dos anos 80. Tinha 50 pessoas trabalhando — sucursal do Rio sete pessoas, e por aí vai. Um custo inacreditável olhando pra hoje. E o resultado muito parecido. Muito parecido. Então eu acho que a gente teve um “desequilíbrio fiscal” fudido. A grande marca da *Placar*, e aí eu acho que teve um pouco da mão do Juca. Acho que tudo o que o Juca fez de bom em matéria editorial... eu acho que administrativamente o Juca era muito desleixado. Sempre tinha alguém do lado pra cuidar disso, só que como o Juca era um cara forte, poderoso, ele dizia: “Não, não, isso aqui é normal...”

Também em entrevista a este trabalho, Juca Kfoury teve a oportunidade de defender sua administração.

Nesse ponto a Abril sempre foi muito organizada, com aquela organização das Unidades de Negócio. Então você tinha exatamente as contas da revista. Sabia tudo: quanto a gente gastava de telefone, quanto gastava de transporte, quanto gastava de revelação de filme, quanto gastava de papel, quanto gastava de transporte especial... E aí chegava uma hora que você dizia: vou fechar num puta vermelho. Preciso fechar equilibrado, ou num vermelhinho ou num azulzinho. E aí você inventava alguma coisa. Agravado pelo fato de que *Placar* acendia o prédio da Abril aos domingos. A Abril só funcionava aos domingos porque existia uma revista *Placar*. E aí tudo isso entrava no cálculo da unidade de negócio: preço do aluguel, metro quadrado na região, o cu da mãe. O laboratório fotográfico e a gráfica, que funcionava de madrugada. Então era muito difícil. Hoje é aquela coisa: nenhuma revista da Abril pode entrar numa máquina que foi projetada pra cuspir 100 mil exemplares em duas horas e cuspir menos.

Naquela virada dos anos 1990 para os 2000, a internet começava a se tornar uma realidade no Brasil. A própria revista havia criado e vinha intensificando seu sítio, a partir de 1999. Nada mais natural, portanto, que para correr atrás da informação mais quente, mais imediata, a tentativa seguinte de salvação de *Placar* tenha sido uma breve volta à periodicidade semanal. Esse retorno às origens, onze anos depois, vinha sendo gestado bem antes disso, desde o curto período de nove meses em que Leão Serva assumiu a direção da revista, entre fevereiro e novembro de 1999. Ele mesmo relatou isso a Bruno Chiarioni e Márcio Kroehn.

Eu falei que ia dedicar a minha gestão em convencê-los [*Matinas Suzuki e Roberto Civita*] de que *Placar* precisava ser semanal e eles tiveram aquela velha reação: “nós vamos nos dedicar a provar que você está errado”. Na verdade, eu sempre achei que a mensal tinha um objetivo de trazer edições especiais, porque ela atrai anunciantes diferentes da semanal. Um anunciante

padrão Abril, que poucas revistas semanais podem vir a ter. Então, eu acreditava nesta ideia. Edições semanais e edições mensais especiais (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 377).

A revista semanal de Leão Serva seria de menor qualidade, feita em papel-jornal, com custo mais baixo. Quando finalmente foi autorizado pela direção da editora a tocar seu projeto, Serva recebeu, e aceitou em seguida, uma proposta para, junto com Matinas Suzuki Junior, formatar o portal de internet IG, o primeiro de acesso gratuito à internet no Brasil. Dois profissionais, o repórter André Rizek e o editor-sênior André Fontenelle, haviam sido contratados do diário *Lance!* especialmente para fazer a *Placar* semanal, mas com a saída de Serva o projeto permaneceu congelado por mais algum tempo. Até que o novo diretor editorial da Abril, Paulo Nogueira, resolveu bancá-lo.

Na entrevista concedida para este trabalho, Sérgio Xavier Filho, já diretor da revista naquele época, relata:

Quando veio a ideia de fazer a semanal eu fui absolutamente contra. Estava o Fontenelle [*André Fontenelle, editor chefe*] também. A gente não acreditava e eu sigo não acreditando naquilo, porque acho que a gente tinha mudado o contexto e queria reeditar o sucesso de 70, quando não tinha o jornal diário, quando não tinha internet, quando não tinha as TVs por assinatura. Então eu acho que a gente já tinha o noticiário da semana totalmente resolvido por veículos que tinham uma flexibilidade muito maior que a nossa. A gente fazia uma força inacreditável pra entregar uma revista terça-feira com os resultados de domingo. Inacreditável. A gente teve dois períodos. Teve um que fechava domingo e ia pra terça. Aí depois tinha o outro que era a antecipação da rodada. Uma revista semanal teoricamente deveria falar dos resultados que passaram, mas os resultados que passaram já estavam bem mastigados. Extremamente mastigados e vistos. É a nostalgia, mesmo. A gente nutre isso na vida: “Puxa, que legal que seria ter Mandiopã<sup>32</sup> novamente, coisa e tal”. A gente tem um pouco esse negócio.

Como já havia acontecido com Juca Kfourri na apresentação de *Placar* Todos os Esportes, em 1984, o discurso de Sérgio Xavier é totalmente contrário ao da “Carta ao Leitor” intitulada “Quanto mais quente melhor”, transcrita a seguir. Ela foi publicada na primeira *Placar* dessa última e curta fase semanal, edição 1.174, de 10 de abril de 2001, que resgatava o logotipo estilizado do Futebol, Sexo e Rock & Roll (figura 115).

---

<sup>32</sup> Mandiopã é um salgadinho feito à base de fécula de mandioca, o primeiro fabricado no Brasil, sucesso entre as décadas de 1960 e 1990 (N. do A.).



Figura 115: *Placar* 1.174, de 10/04/2001, a primeira da volta à periodicidade semanal (Reprodução/ Arquivo Pessoal).

Pronto, tá o que você queria, tá o que tanto desejávamos. A *PLACAR* semanal ficou pronta, do jeito que a gente imaginava. A nova *PLACAR* é uma revista que olha para frente, chega às bancas toda sexta-feira e antecipa o que acontecerá de bom na rodada seguinte. Uma revista que olha para trás e publica o tabelão com fichas e resultados das rodadas anteriores, provando por que é a fonte de informação mais confiável do futebol brasileiro. Uma revista que, acima de tudo, apresenta um olhar diferente. As fotos espetaculares, as reportagens que mostram os bastidores, as análises e as histórias de nossos colunistas Tostão, Falcão, Max Gehringer e Lemyr Martins (em sistema de rodízio: a cada semana um deles escreve). Enfim, *PLACAR* ficou mais quente sem perder a profundidade que sempre a diferenciou do noticiário *fast food* dos jornais. Esperamos que você goste e nos acompanhe na nova fase.

Foi mais uma “nova fase” fadada a durar pouco. Mais especificamente 42 edições publicadas ao longo de dez meses, até o número 1.215, de 1º de fevereiro de 2002, no qual

novamente Sérgio Xavier Filho, na “Carta ao Leitor” intitulada “Guias, pôsteres e Copa do Mundo”, informa ao leitor:

A PLACAR desta semana tem um certo ar de especial. A edição, de fato, fecha o ciclo semanal da revista e inaugura uma nova fase de dedicação integral aos especiais. São guias (do semestre, do Brasileiro, da Copa do Mundo), revistas-pôsteres dos campeões estaduais, edições dedicadas aos principais clubes, especiais que circularão após os jogos do Brasil na Copa. Em 2002 lançaremos perto de 40 especiais, quase toda semana você encontrará uma PLACAR diferente na banca. E no site (placar.com.br) seguiremos acompanhando o dia-a-dia do futebol brasileiro e mundial, atualizando os tradicionais prêmios (Chuteira de Ouro e Bola de Prata) e cumprindo a missão de ser a principal fonte de referência do país.

Sobre o conteúdo da revista naquela breve fase de volta à periodicidade semanal, e diante da crítica do autor deste trabalho de que seriam quatro revistas mensais feitas semanalmente, como que envergonhadas de abordar o factual, Sérgio Xavier Filho observa:

Não foi um engano, isso que precisa ficar claro. “Putz, em vez de fazer a semanal vocês fizeram quatro mensais.” Sim, sabemos disso. A ideia era tentar trazer a cada semana uma matéria “arrevistada” que você não tinha lido em lugar nenhum. Por exemplo: uma das matérias que saíram na época foi uma que a gente [pessoal da redação] jogou contra a o time feminino da Portuguesa, 4 a 4. E essa matéria existia em algum lugar? Não, era nossa. Os perfis de capa. Não adiantava botar o jogo do São Paulo contra o Corinthians de dois dias antes. Não rolava, que a gente já tinha visto. Então a gente fazia o perfil do Raí. Ou tentava pegar um ângulo qualquer da semana do Raí. Esse era um pouco o objetivo, colar alguma coisa recente, algum fato semanal, mas ele receberia um tratamento mensal.

Sérgio também ressalva que em termos de vendas a revista não foi um fracasso.

A gente chegou a vender em uma semana noventa e poucos mil. Era revista pra burro. A *Veja* vendia 140. Eu acho que não foi um fracasso. Mas tinha que fazer quatro [por mês] e o cara não tinha dinheiro pra quatro. Não tinha tempo, eu acho, pra consumir quatro, também. O fato é que se a gente olhar numericamente não foi um fracasso. Mas o buraco que deixou... Nossa, acho que foi coisa de um milhão, assim. E pra chegar rápido você tinha que trabalhar um transporte especial. Aí que a gente morria. Quando você entra na distribuição de linha, tranquilo, é um preço razoável. Quando você entra no especial você está morto.

“No período em que reexistiu, de março de 2001 ao final de janeiro de 2002, *Placar* semanal vendeu em média 63 mil exemplares em banca. Em princípio, custou R\$ 1,99 quando foi lançada e depois R\$ 2,50. Um preço mais em conta” (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 416).

Com o fim da revista semanal, a redação, antes composta por catorze profissionais, chegou a ficar com apenas três: o próprio Sérgio e o editor especial Arnaldo Ribeiro, fazendo

os textos, e Crystian Cruz, na arte. Para Sérgio Xavier, “era uma redação pequena, insuficiente, não sustentável. Mas foi um sinal de que aqui tem um negócio. Dá pra fazer um negócio, desde que se empate, você não gaste mais do que arrecade”.

Em moldes parecidos com os da fase das revistas temáticas e mensais de 1991 a 1995, e com a ajuda de colaboradores sem vínculo empregatício, eles produziram uma série de revistas sem periodicidade definida, ocupando numeração na sequência histórica de *Placar*. Às vezes, até, se perdendo em meio a ela, pois a edição 1.219 jamais chegou a existir.

Edição 1.216 (março de 2002) – Guia 2002 (Tudo para você acompanhar a temporada do futebol no país).

Edição 1.217 (abril de 2002) – Placar nas Copas (As reportagens originais da revista nos Mundiais desde 1970).

Edição 1.218 (abril de 2002) – Pesquisa Placar: A Seleção do Povo (A torcida não quer mais Romário).

Edição 1.220 (maio de 2002) – Guia da Copa 2002.

Edições 1.221 A e 1221 B (maio de 2002) – Primeiro fascículo da História das Copas (acompanhando um DVD) e As 100 Maiores Fotos da História do Corinthians.

Edição 1.222 (maio de 2002) - Segundo fascículo da História das Copas (acompanhando um DVD).

Edição 1.223 (junho de 2002) - Terceiro fascículo da História das Copas (acompanhando um DVD).

Edição 1.224 (junho de 2002) - Quarto fascículo da História das Copas (acompanhando um DVD).

Edições 1.225 a 1.230 (junho de 2002) – Revistas especiais lançadas a cada jogo do Brasil na Copa do Mundo de 2002, disputada na Coreia do Sul e no Japão. A revista conseguiu mandar para lá Arnaldo Ribeiro (texto) e Ricardo Corrêa (fotos).

Edição 1.231 (julho de 2002) – O Melhor da Copa 2002 (edição especial do Penta).

Edição 1.232 (julho de 2002) – As 100 Maiores Fotos da História da Seleção.

Edição 1.233 (agosto de 2002) – Guia do Brasileirão 2002.

Edição 1.234 (agosto de 2002) – História do Brasileirão.

Edições 1.235 a 1.247 (setembro de 2002) – Coleção Grandes Perfis de *Placar*, com jogadores dos 13 maiores clubes brasileiros (Atlético-MG, Bahia-BA, Botafogo-RJ, Corinthians-SP, Cruzeiro-MG, Flamengo-RJ, Fluminense-RJ, Grêmio-RS, Internacional-RS, Palmeiras-SP, Santos-SP, São Paulo-SP e Vasco-RJ).

Edição 1.248 (outubro de 2002) – Almanaque do Brasileirão.

Edição 1.249 (outubro de 2002) – As 100 Maiores Fotos da História do São Paulo.

Edição 1.250 (novembro de 2002) – Guia das Finais (do Campeonato Brasileiro).

Edição 1.251 (dezembro de 2002) – Melhores e Piores de 2002.

Edição 1.252 (dezembro de 2002) – O Melhor do Brasileirão 2002.

Edição 1.253 (janeiro de 2003) – Edição dos Campeões 2002.

Edição 1.254 (janeiro de 2003) – Anuário *Placar* 2003.

Edição 1.255 (fevereiro de 2003) – Guia 2003.

Edição 1.256 (março de 2003) – Guia do Brasileirão 2003.

Edição 1.257 (março de 2003) – CD rom Banco de Dados (Fichas completas dos 11.404 jogos do Brasileiro de 1971 a 2002).

Nessa fase, Sérgio Xavier Filho acredita ter usado ume limão para fazer uma limonada:

O período de 95 até 2002, pra mim, foi uma coisa só. Mas pô, teve semanal no meio... Pra mim, é a mesma coisa: esses sete anos aí são sete anos de prejuízo. É saldo negativo, todos esses anos. E mexendo no editorial. Ou seja: não era o editorial que virava a chave. O que virou a chave, em 2002, foi o econômico. 2002 foi o primeiro ano de lucro, acho que se eu não estou enganado 300 mil reais de lucro, sem nenhuma ajuda de ninguém. Foi basicamente a gente vendendo coisas pro leitor, só que vendendo coisas com uma estrutura pequenininha. Quando eu falo que em 2002 a gente teve um grande resultado foi muito pelo DVD. O DVD da Copa foi muito importante no resultado financeiro. Eu acho que mudei um pouco nessa época, foi aí que veio o estalo que *Placar* não era só revista, se foi o DVD que pagou as nossas contas em 2002, 2003, 2004, acho que até 2006. O DVD foi muito importante no resultado final. Foi muito legal essa experiência. A gente teve CD rom, também. Mas o CD rom não foi uma grande experiência no sentido de sucesso, os DVDs foram. Então se tinha o DVD, se aquela marca ajudou aquele conteúdo, e vice-versa, espera um pouquinho: então a gente não está acabando, não.

É com Robinho, ídolo do Santos, na capa, em sua edição 1.258, de maio de 2003 (figura 116), que *Placar*, enfim, retoma o direito de voltar às bancas com a periodicidade mensal que mantém até hoje



Figura 116: *Placar* 1.258, de maio de 2003. De volta à periodicidade mensal, mantida até hoje (Reprodução/ Arquivo Pessoal).

Volta saudada por Sérgio Xavier Filho em mais um editorial, transcrito a seguir.

Um Brasileiro por pontos corridos, organizado e sem virada de mesa, sinaliza um novo futebol. Não podíamos mesmo ficar fora dessa. Toda a virada de mês teremos uma PLACAR fresquinha nas bancas com os bastidores do Campeonato Brasileiro, os perfis dos principais jogadores, entrevistas, reportagens, nosso novo e polêmico colunista Milton Neves.

Bruno Chiarioni e Márcio Kroehn lembram que “o ano de 2003 foi o primeiro alicerce da alavancagem da marca *Placar* como algo definitivamente importante dentro da Editora Abril”. E que no ano seguinte surgiu a ideia do camarote *Placar*, dentro do estádio do Morumbi, que depois também migrou para o Maracanã, no Rio de Janeiro. Programa de relacionamento perfeito para leitores e patrocinadores (CHIARIONI; KROEHN, 2010: 421).

Em novembro de 2008, *Placar* virou também jornal. Um tabloide de 16 páginas, gratuito, com tiragem de 70 mil exemplares<sup>33</sup>, circulando somente nos dias úteis (figura 117). Foram 22 edições, até 9 de dezembro. Em março de 2009, o jornal voltou em uma segunda fase, inicialmente diário, passando depois a sair às segundas e sextas-feiras. Ao contrário dos Mundiais de 2006, na Alemanha, e 2010, no Brasil, em que se manteve a publicação de uma revista especial após cada jogo da Seleção Brasileira, a cobertura da Copa do Mundo de 2010, na África do Sul, foi feita por *Placar* através de seu jornal. Para isso, ele passou a ser diário, incluindo os fins de semana. Depois daquela Copa, o *Jornal Placar* deixou de ser gratuito, passando a custar um real. Sua última edição foi publicada em dezembro de 2010.

---

<sup>33</sup> "Abril entra de forma experimental no segmento de jornais", in Eduardo Ribeiro, *Comunique-se*, 8/10/2008. Disponível em <http://portal.comunique-se.com.br/Conteudo/NewsShow.asp?idnot=48823&Editoria=12&Op2=1&Op3=0&pid=1&fnt=fntnl>. Acesso: 27.fev.2015.



*Figura 117: Jornal Placar nº 21, de 8/12/2008, com a festa do São Paulo hexacampeão brasileiro (Reprodução/ Arquivo Pessoal).*

Os últimos sete anos da administração de Sérgio Xavier Filho à frente de *Placar*<sup>34</sup> caracterizaram-se ainda mais pela luta por sobreviver, basicamente da mesma maneira que a revista vem sendo editada desde 2003, do que por novos projetos. Quando perguntado se essa tática não era muito defensivista — ou “retranqueira”, no jargão do futebol —, Xavier não só assumiu a comparação como a relacionou com sua origem gaúcha, brincando com o estereótipo dos técnicos da escola sulista.

Ah, [essa tática é retranqueira] total... Felipão<sup>35</sup> [risos]. Mas eu acho que quando você tem uma simpatia pela marca, e hoje você tem... Por exemplo: os Civita nunca tiveram nenhuma simpatia. Em compensação, o Fábio Barbosa [presidente do grupo Abril] gosta e o Caldini [Alexandre Caldini, presidente da Editora Abril], que é o cara que está na operação, também. O Caldini gosta da marca, entende a importância do futebol e eu tenho uma relação pessoal boa com ele. Esses caras foram importantes porque tinham uma vontade de fazer. Então eu acho que a retranca, assim como todo bom técnico gaúcho, é importante. O importante é não tomar gol. Acredito demais nisso. Acredito nessa filosofia do professor Tite, do professor Mano, do professor Felipão. Primeiro você não toma, depois você resolve. Porque as tentativas de ir pro ataque *à la loca* não rolaram. Mas cada vez que aparece alguma possibilidade de um outro jeito de negociar eu vou atrás. Não é só a retranca. Tem que ir pro ataque, mas tem que garantir lá atrás.

<sup>34</sup> À época da entrevista, Sérgio Xavier Filho era também diretor de *Playboy*, *Men's Health* e *Women's Health* (N. do A.).

<sup>35</sup> Referência a Luiz Felipe Scolari, técnico gaúcho, como Sérgio Xavier Filho, pentacampeão mundial com a Seleção Brasileira, em 2002, mas conhecido por privilegiar táticas defensivistas (N. do A.).

A última *Placar* a chegar às bancas sob a direção de Sérgio Xavier e com o selo da Editora Abril trazia em sua capa uma tríplice caricatura do técnico Dunga e dos jogadores Neymar e David Luiz, todos da Seleção Brasileira, que se preparava para a disputa da Copa América no Chile. Era a edição número 1.403, de junho de 2015 (figura 118). No dia 2 daquele mesmo mês, a Editora Abril anunciou a venda de mais sete revistas para a Editora Caras, além das dez que já havia vendido onze meses antes. Entre elas, estava *Placar*.



Figura 118: *Placar* nº 1403, de junho de 2015. A última publicada com o selo da Editora Abril, antes de ser vendida para a Editora Caras. (Reprodução/ Arquivo Pessoal).

## 5. TENDÊNCIAS: O FUTURO DE *PLACAR*

### 5.1 Qual o futuro de *Placar*?

#### A agonia da Abril<sup>36</sup>

A comunidade jornalística está em estado de choque pela carnificina editorial ocorrida na Editora Abril. Mas eis uma agonia anunciada. Revistas – a mídia que fez a grandeza da Abril – estão tecnicamente mortas, assassinadas pela internet. Os leitores somem em alta velocidade. Quando você vê alguém lendo revistas (ou jornal) num bar ou restaurante, repare na idade. Jovens estão com seus celulares ou tablets conectados no noticiário em tempo real. [...]

Crises as editoras de revistas enfrentaram muitas. Mas esta é diferente. Desta vez, o caso é terminal. Antes, e eu vivi várias crises em meus anos de Abril, você sabia que uma hora a borrasca ia passar. Agora, você olha para a frente e observa apenas o cemitério. [...]

Ao contrário de crises anteriores para a mídia impressa, esta é, simplesmente, terminal. Corre o boato de que a empresa será vendida. Mas quem compra uma editora de revistas a esta altura? Recentemente, no Reino Unido, correu o boato de que o proprietário dos títulos Evening Standard e Independent estaria vendendo seus jornais. Numa entrevista, isso lhe foi perguntado por um jornalista. “Mas quem está comprando jornais?”, devolveu ele. É um cenário desolador – e não só para a Abril como, de um modo geral, para toda a mídia tradicional, incluída a televisão.

A internet é uma mídia que se classifica como disruptora: ela simplesmente mata. [...] A própria Abril vai saindo das revistas e tentando um lugar ao sol na educação. Mas escolas – supondo que a Abril supere o problema dramático de imagem da Veja, pois isso vai levar muitos pais a recusar dar a seus filhos uma educação suspeita de contaminação pela Veja – não dão prestígio e nem dinheiro como as revistas deram ao longo de tantos anos. Isso quer dizer que a Abril luta pela vida. Mas uma vida muito menos influente e glamorosa do que a que teve sob Victor Civita, primeiro, e Roberto Civita, depois.

*Sobre o autor: Paulo Nogueira*

*O jornalista Paulo Nogueira, baseado em Londres, é fundador e diretor editorial do site de notícias e análises Diário do Centro do Mundo.*

Quando o texto acima foi postado pelo ex-diretor da Abril Paulo Nogueira, em agosto de 2013, a maior editora de revistas do país apenas começava a se preparar para vender dez de seus títulos à Editora Caras, do grupo argentino Editorial Perfil, famoso por editar a revista de celebridades *Caras* também no Brasil, em Portugal e em Angola. Eram eles: *Aventuras na História*, *Bons Fluidos*, *Manequim*, *Máxima*, *Minha Casa*, *Minha Novela*, *Recreio*, *Sou+Eu*, *Vida Simples* e *Viva Mais*. O fato se consolidaria menos de um ano depois, em julho de 2014.

Mais onze meses e, em junho de 2015, outras sete publicações seguiram o mesmo caminho: *AnaMaria*, *Arquitetura & Construção*, *Contigo!*, *Tititi*, *Você RH*, *Você S/A* e *Placar*, o objeto deste trabalho. Segundo todos os órgãos de imprensa que divulgaram a notícia à época, os valores dessas transações jamais foram divulgados.

<sup>36</sup> Postado em 03.ago.2013. Disponível em: <http://www.diariodocentrodomundo.com.br/a-agonia-da-abril/>  
Acesso: 1º.fev.2015.

Em sua entrevista para este trabalho, concedida menos de quatro meses antes da venda de *Placar*, Sérgio Xavier, o último diretor da revista sob a propriedade da Abril, chamou esse processo de “entrega para adoção”.

Aqui [na Abril], você tinha 52 marcas. Hoje tem 38, se não me engano. E vai ter menos. A questão é que é muita boca pra alimentar. Então a Abril começou a fazer essa entrega pra adoção. Mandou dez pra Caras pra adoção, o que é melhor do que colocar no saco e atirar no rio. Porque com a Alfa<sup>37</sup> eles fizeram isso. Ainda tem não sei quantos, mas tem mais uns filhotes pra adoção. Eles estão na fila. E teoricamente *Placar* é uma das que está [sic] na fila pra adoção. Aí se você me pergunta assim: você está assustado com isso? Cara, eu não estou nem preocupado com isso, porque há quanto tempo é assim? Faz parte do meu *job description*, pra usar um termo que eles adoram...

Dessa vez, no entanto, *Placar* seria mesmo vendida. A primeira edição publicada sem o selo da Abril em toda uma existência de 45 anos, a de número 1.404, de julho de 2015, trazia uma vez mais na capa as fotos de Neymar e Dunga (figura 119).



Figura 119: *Placar* 1.404, de julho de 2015, primeira publicada sem o selo da Editora Abril, após a venda à Editora Caras (Reprodução/Arquivo Pessoal).

<sup>37</sup> Revista masculina de comportamento que circulou até 2013 (N. do A.).

No editorial (“Preleção”), Sérgio Xavier despediu-se da revista com um texto emocionado, como quase tudo que a envolve, intitulado “Placar Futebol Clube”.

[...] Após duas décadas, deixo a PLACAR. Esta é a última edição que eu estou fechando. Ficarei cuidando de outras revistas da Abril, mas continuarei escrevendo por aqui. Saio do comando, volto a ser o que sempre fui, um torcedor fanático. Aprendi a ler com Divino Fonseca e Michel Laurence. Meu conceito de justiça na vida se consolidou pela Bola de Prata. Ali aprendi que quando se aplica a meritocracia verdadeira os melhores vencem.

Fui premiado, sabe-se lá por quê, com a oportunidade de trabalhar na revista que me fez jornalista. Foram 20 anos de lutas, alegrias e diversão. Mais do que tudo, diversão. Futebol é isso, sempre mais neymares do que blateres. Mais lendo do que escrevendo agora, minha torcida seguirá enorme. Placar Futebol Clube, sempre.

A pergunta que intitula este capítulo (“Qual o futuro de *Placar*?”) começa agora a ser respondida pelo sucessor de Sérgio Xavier: o também jornalista Edgardo Martolio, superintendente e diretor editorial da Editora Caras. Em seu primeiro editorial assinado, o de *Placar* 1.405, de agosto de 2015, ele deu as seguintes pistas sobre os rumos que a revista deverá seguir:

Está em suas mãos, fiel leitor, um exemplar que deveria entrar para a história. Não porque ele, em si mesmo, seja particularmente notável desde sua estrutura gráfica, pela encadernação, a qualidade do papel, o preço de capa, seu layout, formato ou quantidade de páginas. Melhor que os anteriores. Ainda não é por isso. Ainda... Ele simplesmente é histórico porque registra o primeiro passo de uma caminhada que, se bem-sucedida, devolverá à PLACAR — a mais antiga e única revista do esporte brasileiro — a majestade que em outros tempos lhe permitiram exhibir. Não, não se engane: os anos dourados não voltaram, o mundo mudou, a tecnologia nos mudou, mas o que jamais ela poderá alterar é nosso espírito editorial e a paixão do brasileiro pelo esporte. Acima desses tijolos, construiremos a nova PLACAR.

O leitor encontrará, nesta edição 1.405, pequenos indícios do que, a partir daqui, pretendemos. Por enquanto, no imprevisto da mudança, o que oferecemos impresso são uns 5% do que desejamos. Mas a gênese conceitual começa, sim, a se expressar nestas páginas: outros esportes sem diminuir a entrega de futebol. Pelo contrário! O futebol, pedra basal de nossa ideia, terá mais abrangência. Só que seus craques, agora, nesta república pluralista e democrática que floresce em nossas páginas, conviverão com vizinhos óbvios e naturais: os ídolos dos outros esportes. Nossos prêmios Bola de Ouro e Bola de Prata ganharão outra dimensão. A revista se dirigirá a toda a família e não mais só aos homens. Mais ainda: se queremos entusiasmar alguém em particular são os filhos “desse” homem. PLACAR se obriga a resgatar a emoção do torcedor e qualificar o esporte tanto quanto se transformar numa publicação de consulta. Assim, o ontem, o hoje e o amanhã devem dividir espaço de igual para igual, assim como a estatística com a curiosidade e o regional com o internacional.

Se a este exemplar lhe faltam páginas para iluminar esta caminhada, a esta coluna falta espaço para contar o que vem por aí. Também não será no próximo mês que revolucionaremos tudo; iremos mudando pouco a pouco, entregando mais e mais a cada mês. A crise externa nos atinge, como aos anunciantes, tão vitais quanto você, leitor. Mas não será uma economia duvidosa que apagará certezas. Espere. E, mensalmente, confira. Queremos associá-lo a nosso espírito do mesmo modo que se constrói um campeão: rodada a rodada. Por enquanto, estamos em pré-temporada. Trabalhando duro e lendo, nos descansos, Machado de Assis, o poeta que nos inspira com aquilo de que “as ocasiões fazem as revoluções”. A ocasião é esta, a revolução está em marcha. Vamos juntos?

Martolio já havia sido entrevistado especialmente para este trabalho em setembro de 2014, quando *Placar*, para ele, era apenas um desejo — “*Quiero* mas *no* posso, *quiero* mas *no* posso”, chegou a confessar, com seu forte sotaque de argentino e um entusiasmo quase infantil, naquela oportunidade em que as negociações ainda se arrastavam. Mesmo à época trabalhando ainda no terreno das hipóteses, ele fez muitas revelações, sobre si e sobre os planos que tinha para a revista, e que agora vão aos poucos se concretizando.

Nascido em Sastre, uma pequena cidade no oeste da província de Santa Fé, a 650 quilômetros de Buenos Aires, Edgardo Hector Martolio se diz “brasileiro de coração”, pois mora no país há mais de duas décadas. Tem 64 anos (completa o 65º aniversário em 10 de setembro de 2015) e, dele, podem-se dizer muitas coisas. Menos que não goste de futebol ou de revistas, pois sempre teve o destino cruzado por um ou pelo outro, algumas vezes até por ambos.

Jogador de futebol frustrado, como atacante ele tentou a sorte no Rosario Central e por um curto período de tempo até a alcançou, após marcar gols em um teste para futuros atletas daquela equipe no qual foi aprovado. Começou a estudar Direito, depois Filosofia e Letras, finalmente Jornalismo Esportivo, depois que percebeu que não emplacaria a carreira de atleta.

Aos 17 anos, costumava levar um velho gravador Windows, “grande mas portátil”, presenteado pela mãe, aos jogos do Newell’s Old Boys e do Rosario Central, times da cidade argentina de Rosário, onde estudava. Aproveitava a curta distância entre os vestiários e os ônibus dos dois clubes — “quatro, cinco metros, no estádio do Rosario Central; uns 25, 30 no estádio do Newell’s Old Boys” —, na época ainda percorrida a pé pelos jogadores, para interpellá-los, entrevistá-los e guardar as fitas para si.

Em um dia de março de 1968, junto com dois amigos do curso de Jornalismo Esportivo, visitou a Rádio LTD (“a segunda maior emissora da cidade, que tinha três”), a fim de saber quanto custaria ter um programa semanal de meia hora para falar sobre futebol. A pessoa que os atendeu ouviu uma das fitas (“uma das minhas entrevistas, com o jogador *Chango* Gramajo, do Rosario Central”), gostou e não só os apresentou a Evaristo Monti, jornalista esportivo que era uma referência no interior da Argentina, como os colocou no ar em seu programa *Impresiones Deportivas*, ao vivo, às 19 horas daquele mesmo dia, a partir do qual Martolio já começou a trabalhar em rádio.

O próprio Evaristo Monti o levaria para um jornal e, depois, para uma revista esportiva, *Deporte'70*, de Rosário. Foi o dono dessa revista quem, posteriormente, o levou para a revista *Racing*, do clube do coração de Martolio, editada em Buenos Aires.

Se gostava de todos os esportes, futebol era sempre o que eu mais gostava, logicamente. Comecei a viver um sonho. Queria estar perto do jogador, aquela coisa de garoto. Vinte e quatro horas antes você estava na arquibancada e hoje você entrava no treino e fazia uma pergunta para Carlos Griguol, para *El Gato* Andrada, que era goleiro do Rosario Central naquela época. Putz!... Então, aí, começou o vínculo muito forte com o futebol, que já existia no meu interior, mas muito, muito forte, desde muito jovem. E com o jornalismo esportivo. Só que comecei em rádio, a segunda experiência foi televisão, a terceira experiência foi jornal e a quarta foi revista. Que foi a que mais me apaixonou.

Em 1976, o dono da revista *Racing*, que segundo o próprio Edgardo gostava muito do jeito como ele titulava as matérias, lançou uma revista de interesse geral chamada *La Semana* (hoje *Notícias*) e o contratou para ser o chefe de redação.

Foi a primeira vez que deixei de fazer esportes, e só fui para essa revista porque ganhava o dobro. [...] Até hoje não sei se me arrependi ou não de ter deixado de fazer esportes, porque sempre gostei. Tanto assim que em Buenos Aires nessa época eu tinha lançado uma revista chamada *Nuestro Ascenso*. Era uma revista 100% de futebol, com mais três sócios, malucos como eu, que faziam uma revista com o que ganhavam em um outro lugar. Pagavam o papel, aquelas coisas. Só para existir. Só futebol de segundona, terceirona [*segunda e terceira divisões*], só categorias de acesso. E era maravilhoso. Mas eu tive que deixá-la porque seis meses depois fechou, quando eu fui para essa outra revista. Porque era uma revista importante, de interesse geral, gerava outro tipo de responsabilidade.

Edgardo, porém, conta que a “fantasia de uma revista sobre futebol” continuava em sua cabeça. *Só* sobre futebol, “em que não houvesse nada mais que futebol”, e não de esportes em geral, como eram *El Gráfico* e *Goles*, as duas maiores revistas esportivas argentinas das décadas de 1960, 1970 e 1980.

No final de 1984, na Argentina, já havia acabado a ditadura e havia chegado o que se chamou de *destape*, copiando a expressão dos espanhóis [*em relação ao franquismo*], que era o fim da ditadura, portanto era o fim da repressão. Então valia tudo. Entre o que valia estava o erotismo. Não pornografia, porque nem se cogitava a possibilidade, mas o erotismo. Copiando o processo espanhol, um par de editores tinha lançado com um certo sucesso [...] um par de revistas eróticas. Uma se chamava precisamente *Destape* e a outra se chamava *Shock*. Mas um deles era uma pessoa que [...] tinha muito prestígio, estava envolvido religiosamente com a cúria, e então a Igreja pressionou muito para ele se desfazer dessas duas revistas eróticas. E ele propôs à Editora Perfil, que é a mesma que edita hoje *Caras* aqui, que comprasse essas duas revistas eróticas. Por quê? Porque a Perfil tinha aberto uma editora paralela — Inédita era o nome dessa —, que eu tinha passado a dirigir, onde fazíamos revistas eróticas, mais, principalmente, de texto. Relatos eróticos, sobre duas histórias eróticas, tal. Por eu estar dirigindo essas revistas, os donos da Perfil e da Inédita me falaram: “Dá uma estudada se isso é negócio ou não é negócio”. Eu dei uma estudada e falei: “É negócio”. Aí falaram: “É negócio, mas se ele não quer a gente também não vai fazer”. Então, falei: “Estamos desperdiçando uma grande oportunidade”. E eles falaram: “Não, mas a gente não quer”. Então, por fim, eu disse: “Não sei se vocês vão brigar comigo ou não, mas eu vou me demitir, vou comprar essas revistas, porque elas ainda vão

ganhar bastante e bom dinheiro durante quatro, cinco anos, minimamente. Não só vão se pagar como vão dar um lucro importante”. Eu me demiti, peguei essas duas revistas e o que eu pensava em pagar por elas em um ano eu paguei em quatro, cinco meses no máximo. E começou a ficar dinheiro. Então eu falei: “Bom, é o momento de eu concretizar meu sonho. Agora tenho dinheiro para perder”.

O sonho era a tal revista só sobre futebol, apropriadamente chamada *Sólo Fútbol*, “Fundada el 15 de julio de 1985 por Edgardo Martolio”, como se manteve escrito no expediente até mesmo depois de sua saída. Uma revista que, segundo ele, para a época, “funcionou bem”, ao vender em média 85 mil exemplares só em bancas de jornais, pois não havia assinaturas. Um ano depois, em 1986, Edgardo lança também *Super Fútbol*, uma revista mensal (enquanto *Sólo Fútbol* era semanal), com mais anúncios, “para um público que podia pagar um pouco mais”. No entanto, no final de 1987, ele descobre que seu sócio, que era também primo-irmão e contador da empresa, estava lhe roubando. Aconselhado por um advogado — que, veio a descobrir depois, estava mancomunado com aquele seu primo —, Edgardo sai da sociedade e vem para o Brasil, pela primeira vez a trabalho, participar do projeto das revistas *Minha* e *Semanário*, que naquele ano de 1988 a antiga Editora Perfil estava lançando em associação com a TV Bandeirantes. *Semanário* era a mesma publicação que, à época, inspirou o projeto *Placar Mais*, já analisado neste trabalho.

Ficou dentro de mim uma mágoa muito grande pela interrupção de um sonho que estava dando certo, que estava crescendo. *Sólo Fútbol* já funcionava bem, e eu queria, aí sim, já queria crescer. Fazer *Sólo Basquete*, *Sólo Tênis*, *Sólo Automóveis*... *Sólo* tudo o que permitisse, mas só vinculado ao esporte. Para quê? Para lançar um jornal esportivo. Porque eu me perguntava sempre: como pode ser que na Espanha tenha dois, três, que na Itália tenha a *Gazetta dello Sport*, *L'Équipe* na França, que aqui no Brasil tivesse *A Gazeta do Esporte* [na verdade, *A Gazeta Esportiva*] e que na Argentina não? Ninguém tinha tentado, então eu vou tentar. O caminho era esse. Para mim, em 1990 já estaria o jornal na rua, porque tinha toda a estrutura. Mas vim para o Brasil. [...] São as coisas que te dá a vida. Aí eu me afastei um pouco do futebol como editor, como jornalista, entre a mágoa... E ficou dentro de mim essa necessidade, essa busca silenciosa, eu diria, de uma oportunidade de voltar a fazer futebol. E nunca mais empreendi ou voltei de uma maneira firme e direta, basicamente porque no outro tipo de jornalismo fui bem. Então sempre estava aquela coisa de “putz, estou ganhando bem...” Aí você se casa, você tem filho e o dinheiro passa a ser não exatamente uma prioridade, porque não é, mas você consegue pagar as contas e fala: “Tentarei um dia que o filho estiver mais velho e eu não precise pagar os estudos dele”. Então é aquela história, mas na cabeça e nos papéis já fiz muito projeto esportivo, muito... Aquela coisa que você fala “daqui a um ano me demito e vou fazer”. E quando chega o ano ou não deu certo ou você mudou de apartamento... Mas internamente sempre existiu a publicação de futebol.

Martolio teria, ainda, na virada dos anos 1990 para os 2000, uma chance a mais para realizar seu sonho, embora igualmente frustrada. A Editora Perfil havia lançado na Argentina um jornal que saía de segunda a sexta-feira, chamado *Libre*, que estava dando prejuízo.

Conversando com o dono, Edgardo Martolio sugeriu que, com a metade do orçamento, poderia transformar a publicação em esportiva e garantiu que venderia o dobro. “Você tenta?”, perguntou o dono, que se propôs a realocar os funcionários excedentes, ficando com 50% do pessoal. Martolio relata:

Ficou toda a seção de esportes e mais *diseñadores*, fotógrafos e mais alguns outros jornalistas que poderiam fazer Esporte. Cheguei e encontrei uma grande convulsão, porque os jornalistas, mesmo os da seção de esportes, começaram a reivindicar uma série de coisas que eu não levei muito a sério, porque não conseguia entender que alguém que vivia do jornalismo esportivo não quisesse fazer um jornal esportivo. Queriam trabalhar de segunda a sexta, não trabalhavam de finais de semana, porque o jornal anteriormente não aparecia de finais de semana. Eles não queriam mudar de dia. Um jornal esportivo tem que aparecer os sete dias e os finais de semana são os dias mais importantes. “Ah, mas nós não fomos contratados para isso.” Esse jornal fechava às dez da noite. Eu me lembro que na época o Boca Juniors, por exemplo, estava jogando a Taça Libertadores. E eu falava: “Gente, todo dia que tiver um jogo noturno, vamos fechar após o jogo”. Me falavam: “Não... O metrô (que em Buenos Aires, antigamente, não chegava até meia-noite) fecha às dez da noite, não tem mais metrô”. Então as pessoas falavam: “Não, nós não temos mais como voltar pra casa”. Eu respondia: “Mas tem ônibus...” “Não, a gente não quer, não é seguro andar de ônibus.” Mas então quando você vai aparecer? Um jornal esportivo, quando o Boca na Libertadores ganhou de 3 a 0, sei lá, do Corinthians, ou perdeu de 3 a 0 do Corinthians, e nós não vamos dar nada? Vocês estão malucos?” “Esse é um problema de vocês, não é problema nosso.” Era tudo assim.

O jornal foi às bancas pela primeira vez em uma quinta-feira. No sábado, ninguém veio trabalhar. No décimo terceiro dia, Edgardo ligou para o dono (“que estava em Londres”) e comunicou: “Caro, não dá para trabalhar assim”.

Essa frustração me deixou tão amargurado que eu passei um ano, que foi o ano de 2002, praticamente pouco acompanhando o esporte, não me imaginando nunca mais fazendo esporte. Como se a vida não valesse a pena, como se tivesse morto um filho. Porque era uma oportunidade, de um dia pra outro te aparece a possibilidade de fazer um jornal esportivo, que era o que você sempre quis, com muitas possibilidades de fazer coisas diferentes de *Olé*, porque justamente eu achava que aí tinha um nicho muito importante para cobrir aquele buraco que em vários sentidos, desde a linguagem, até certos esportes, *Olé* não chega, mal faz... Então era uma frustração, uma coisa inacreditável. E achei que nunca mais me envolveria de maneira direta com o esporte por isso. Isso durou um ano, porque o futebol está dentro da gente, o próprio esporte, em geral, mas mais que nada o futebol. E é incrível como volta a vontade, como você quer. E agora se aparecer essa nova oportunidade a gente quer abraçá-la, e alguma coisa vamos inventar. Ideias não faltam.

Praticamente um ano antes de fechar a compra de *Placar* junto à Editora Abril, Edgardo Martolio já não se furtava de relatar os planos que tinha para a revista.

Penso que *Placar* deveria ser, e pode ser, semanal. Se trouxermos ela, 2015 há de se pagar a revista. Se você comprou, tem que pagar. Tem que fazer que as revistas sobrevivam da melhor maneira possível e você pagar as revistas. Se você atravessa 2015 (que se apresenta com um cenário feio, para repetir 2014, mercado paralisado, PIB crescendo abaixo de 1% e todas aquelas coisas que freiam o mercado publicitário, que comprometem qualquer plano ambicioso de crescimento que você tenha), já em 2016 você pode se sentar, com *Placar* e com outras revistas que já estão aqui, para tentar melhorá-las e acompanhar o mercado. [...] E se *Placar* for

sucesso como eu imagino, e se ganharmos dinheiro, eu vou querer ir à Argentina e comprar *El Gráfico*, que é mensal, para também transformá-la em semanal. [...] E penso em uma *Placar* que seja só de futebol, outra *Placar* que seja de todos os esportes... [...] Por exemplo, penso em *Placar* e penso que há várias locações no ano, e não sei se você não pode ter uma mensal que seja *Placar* Corinthians. Todos os meses você fazer uma revista do Corinthians, com a marca *Placar*. E portanto, se você pode ter a do Corinthians, talvez consiga ter também a do Palmeiras, de todos os grandes. Do Inter, do Grêmio, do... Uma revista mensal com a marca *Placar*. A marca *Placar* está dando uma seriedade. *Placar* tem amplas possibilidades, *Placar* tem que ter mais páginas, tem que ter mais, mais. Ser mais.

Para Edgardo, “a grande sorte que tem esta editora [*Caras*] é que o dono [*o também argentino Jorge Fontevicchia*] — que, como qualquer um, quer ganhar dinheiro — não liga só para o dinheiro”.

Enquanto você fizer revistas que ganhem algum dinheiro e sejam revistas boas, que liderem seu segmento, que deixem feliz o leitor, você tem possibilidades de investir. Estou imaginando, na suposição de que *Placar* venha para cá: ir mostrando pequenas melhorias e pequenas coisas em 2015 [*agora, 2016*], como para mandar alguns sinais ao mercado de que aqui vai ter novidade. Essas novidades, no futuro, eu imagino uma *Placar* semanal. Porque a marca *Placar* é uma marca que está instalada. E o fato de ser a única precisa que todo mundo dê algum carinho para ela, porque senão não vamos ter nenhuma revista esportiva.

Na entrevista também concedida para este trabalho, Sérgio Xavier Filho, o antecessor de Martolio, concordou com ele em duas coisas:

- 1) a pré-disposição da Editora Caras, a nova casa de *Placar*, em continuar fazendo revistas.

Estive até em um congresso em que é difícil levar em conta, porque é o meio falando dele. Tem um negócio meio de auto-ajuda, de dizer “não, vamos lá...” Foi bem legal, porque foi todo mundo da direção e depois entra o Jorge Fontevicchia, que é o dono da *Caras*. Um cara que eu conhecia de nome, só, nunca tinha visto ele falando. Adorei o cara, é brilhante. Todo mundo tinha ido na linha do fim das revistas, a frase que ficou era: “Digital first”. As revistas vão sair, vão dar o próximo passo. A última palestra dos dois dias foi a do Fontevicchia. Aí ele disse: “Olha, respeitosamente, eu não acredito nisso, nessa história do digital”. Aí ele foi explicando ponto por ponto, inclusive a história do *mobile*. As pessoas, a vida delas está aqui [*com o celular na mão*]. Elas estão aqui, de fato. Então você entra em um consultório de dentista, onde antes todo mundo lia revista, e hoje está todo mundo aqui [*com o celular na mão*]. É impressionante mesmo. Só que tem um detalhe: isso aqui é maravilhoso, sem dúvida, a atenção das pessoas está mesmo aqui etc. Só que elas aprenderam a consumir esse negócio sem publicidade. Inclusive quando você entra em um *mobile* e aparece um *pop up* você fica alucinado à procura do “x”. Quando tem esse escape, “*in three seconds*”, você não está prestando atenção naquele anúncio. O que você está fazendo é prestando atenção no X, ou na contagem [*regressiva dos segundos para poder acioná-lo*]. Você quer é fechar aquilo. Tem uma indignação que é: “Alguém entrou no meu espaço. Isso aqui é um espaço sagrado, editorial. Não é pra ter nada disso”. Quando você está folheando uma revista e aparece um anúncio da Ford, você pode até pular rapidamente pra outra página, mas aquilo não te incomoda. E você não pula pra outra página com tanta fúria. Na conta deles [*de Caras*], “a gente está investindo em revista ainda. Porque a gente acredita que revista tem ainda uma sobrevida. Vai ser um pouco menor, sim, mas a gente acredita”. A melhor defesa de revista foi do cara mais arcaico, mas com argumento em cima de argumento. Ele até contou o que a *Caras* está fazendo. A *Caras* tem três estratégias ao mesmo tempo: uma é entrar em rádio, TV, na

Argentina, pra valer. Outra coisa é o Brasil: “Resolvemos sair de celebridades para ter mais revistas. Compramos dez revistas da Abril”. E a terceira é a China. “A gente está entrando com uma *Caras* China.” Eles acham que a China é enorme — não no editorial, no editorial o Brasil é maior. Então tem uma diferença, sim. [...] O cara tem uma linha, ele sabe pra onde ele está indo.

## 2) a força de *Placar* como marca.

No fundo, eu sempre acreditei demais na marca. Mais do que em revista, até. Sempre. Eu acho que isso que se fez com essa marca não é desprezível. Então, em função disso, eu não estou pensando só na revista, eu estou pensando que deixando a revista viva eu deixo a marca viva. O ideal, inclusive, seria eventualmente acabar com a revista, se a gente tivesse uma possibilidade de monetizar. Mas essa possibilidade não se ofereceu ainda, nem pra *Veja*. Então, tem que seguir a revista.

“Marca” foi também uma expressão presente na entrevista de Juca Kfourri, o mais emblemático diretor de *Placar* em seus 45 anos. Ela serve para encerrar essa pensata sobre o futuro da revista e iniciar uma outra, sobre seu papel nos tempos pós-modernos que vivemos.

Eu digo sempre o seguinte: *Placar* sempre foi uma marca tão forte, mas tão forte, que apesar de tudo mantém seu prestígio. Era como se o cara dissesse assim: “Eles estão respirando por aparelhos, estão na UTI, mas deixa aí, daqui a pouco eles voltam a fazer o negócio direito”.

## 5.2 Futebol em revista no Brasil pós-moderno

*Placar* surge e se consolida nos anos 1970. É, portanto, contemporânea da ideia de pós-modernidade, usada inicialmente para identificar movimentos artísticos que negavam/ultrapassavam as vanguardas do século 20 (MARTINO, 2009: 217).

Quando os primeiros números da revista chegaram às bancas, o termo ainda era “pós-modernismo”, em contraposição a “modernismo”, e se restringia à estética. Pouco depois, aí já como pós-modernidade, passou a englobar também o campo das ciências humanas, sendo usado por vários autores, como o escritor francês Guy Debord (1931-1994) e o sociólogo polonês Zygmunt Bauman (1925-), para marcar uma ruptura com a modernidade — que, por sua vez, era montada sobre uma ideia europeia de razão.

Tudo o que fosse diferente estaria além das fronteiras da razão, era bárbaro, atrasado, e devia ser educado no projeto europeu. No entanto, duas guerras mundiais iniciadas na Europa e o uso da racionalidade no extermínio de seres humanos colocou em xeque esses argumentos (MARTINO, 2009: 217).

Em suas análises, tanto Debord como Bauman criticam a modernidade, que, para eles, não teria cumprido o que dela se esperava: a emancipação e liberdade do ser humano. A crítica de Guy Debord se baseia na sociedade do espetáculo. A de Zygmunt Bauman, na liquidez dos tempos pós-modernos. Ambas são pertinentes em uma análise das revistas, das revistas de futebol e de *Placar*, como a que este trabalho propõe.

Em 1967 — apenas três anos antes, portanto, da criação de *Placar*, e em plena vigência da “fofoqueira” *Revista do Esporte* no Brasil —, Guy Debord escreveu *A Sociedade do Espetáculo*, em uma França às vésperas das manifestações estudantis que ocorreriam em maio do ano seguinte. Porém, como disse Jean-Jacques Pauvert<sup>38</sup>, símbolo da luta contra a censura, aquele livro “não antecipou 1968, antecipou o século XXI”. Nas duas décadas seguintes, em dois trabalhos posteriores, um de 1979 e outro de 1988, denominados “Comentários sobre a Sociedade do Espetáculo”, ambos acrescentados à primeira edição brasileira do livro, o próprio Debord reforçou essa impressão, ao analisar, profético:

Posso me gabar de ser um raro exemplo contemporâneo de alguém que escreveu sem ser imediatamente desmentido pelos acontecimentos. [...] Não estou me referindo a ser desmentido cem ou mil vezes, como os outros, mas a nem uma única vez. Não duvido que a confirmação encontrada por todas as minhas teses continue até o fim do século, e além dele. Por um simples motivo: compreendi os fatores constitutivos do espetáculo (...) considerando o conjunto do movimento histórico que pôde edificar esta ordem e que agora começa a dissolvê-la. Nesta escala, os anos passados [*desde a primeira edição do livro*] foram apenas um momento da sequência necessária daquilo que eu havia escrito: o espetáculo aproximou-se ainda mais do seu conceito... (DEBORD, 1997: 152).

Mais que uma crítica pura e simples à mídia, como o título pode fazer supor, *A Sociedade do Espetáculo* é uma crítica ao próprio capitalismo e à sua capacidade de transformar tudo em imagem. “Em uma sociedade do espetáculo, as relações pessoais são organizadas no sentido de uma avassaladora troca de imagens” (MARTINO, 2009: 221). Nela, a aparência torna-se mais importante que a essência.

O princípio do fetichismo da mercadoria, a dominação da sociedade por “coisas supra-sensíveis embora sensíveis”, se realiza completamente no espetáculo, no qual o mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens que existe acima dele, e que ao mesmo tempo se fez reconhecer como o sensível por excelência (DEBORD, 1997: 28).

---

<sup>38</sup> Jean-Jacques Pauvert (1926-2014) popularizou-se como editor de literatura erótica, o primeiro a publicar a obra do Marquês de Sade integralmente e sob uma chancela editorial não clandestina. Julgado por isso, foi absolvido depois de sete anos (N. do A.).

No caso de *Placar*, o espetáculo é o futebol, tão mercantilizado quanto a própria revista. Esse processo de mercantilização de um e de outro é ressaltado por Ary José Rocco Junior e Wagner Barge Belmonte ao longo de seu artigo *Da informação ao entretenimento: análise do jornalismo esportivo brasileiro pela trajetória histórica da Revista Placar*, nos quatro trechos reproduzidos a seguir.

Em geral, o jornalismo de revista acaba por se guiar muito mais pelo interesse do público, uma vez que seu foco está no seu leitor, no seu assinante. O profissional é pago para escrever sobre aquilo que o leitor deseja, o que dá uma dimensão de produto para o processo que leva à criação de conteúdo editorial, seja ele noticioso (informativo) ou na forma de uma crônica (cuja margem de liberalidade textual a insere no gênero opinativo) (BELMONTE; ROCCO JUNIOR, 20013: 5).

O jornalismo esportivo brasileiro, que se notabilizou no passado por trazer informações ao público e funcionar como campo de atuação de importantes jornalistas de nossa história, passou a ser um campo de experiências de iniciativas e incursões voltadas quase que exclusivamente ao entretenimento. A trajetória de *Placar* mostra, de forma clara, como o fato esportivo, agora não mais notícia, é transformado em commodity, mercadoria típica da indústria do entretenimento e consumo (BELMONTE; ROCCO JUNIOR, 20013: 3).

Dessa forma, com a presença cada vez mais constante da iniciativa privada no esporte, inclusive na gestão de clubes de futebol, como comprovou o caso Palmeiras-Parmalat e os atuais Audax e Red Bull, e com a presença cada vez maior de jogadores brasileiros no exterior, o futebol do país tornou-se um produto, com consumidores em todo o mercado mundial. Todas essas modificações, no plano econômico do futebol brasileiro, acabaram por provocar diferentes caminhos pelos quais a lógica do mercado influencia a estruturação e a comunicação do futebol brasileiro (BELMONTE; ROCCO JUNIOR, 20013: 13).

O conteúdo e a qualidade da informação esportiva, características da primeira fase da revista [*Placar*], cedem espaço ao espetáculo, ao show e ao entretenimento, à arte editorial de não tocar nas feridas, nas mazelas e no submundo do futebol. O espetáculo, apoiado pelo consumo e pelas imagens, substitui o diálogo que deveria existir nas relações sociais. Com isso, a seleção das pautas jornalísticas passou a ser regulada pelos interesses do "leitor-cliente" e não mais pelas demandas de cidadania. Modificaram-se os critérios de noticiabilidade. A crescente concorrência entre as empresas de comunicação fez com que o jornalismo passasse a privilegiar assuntos que englobam temas pessoais de interesse do público e não mais temas de grande relevância social. O hiato entre interesse público e interesse do público parece ruir (BELMONTE; ROCCO JUNIOR, 2013: 14).

Na entrevista que concedeu para este trabalho, Juca Kfourri, o jornalista que melhor personificou a fase mais política de *Placar*, fez questão de testemunhar:

Até sair da *Placar*, sair da Abril, nas circunstâncias em que eu saí, eu abria todas as palestras que fazia para estudantes de jornalismo dizendo a mesma coisa: “Tenho a sorte de trabalhar x anos em um lugar que o dono diz que nossos patrões são os leitores. Não é o governo, não são os anunciantes nem eu mesmo”.

Já Sérgio Xavier, um dos sucessores de Kfourri e antecessor de Martolio na direção de *Placar*, prefere reconhecer: essa política rendia frutos “mais institucionais” que do ponto de vista “do negócio”.

A maior parte do público que consome futebol não está interessado na denúncia, na melhora do futebol, coisa e tal. Está interessado no seu clube. O ponteiro da audiência não mexe quando você coloca essas matérias mais importantes, que têm mais *punch* jornalístico. Em compensação, foram essas matérias, e ainda são, e que a gente tem que continuar fazendo, que reforçam a credibilidade da marca. Não vende, mas é importante. Porque quando o leitor mais jovem da *Placar* for comprar, às vezes por impulso, o corintiano que gostou da cara do Cássio [na capa], por exemplo. O que mexeu nele pra pegar a revista foi o Cássio. Ele nem sabe de onde vem, mas aquela marca, aquele logo, te dá um certo conforto: “Pô, esses caras são sérios”. Por que que são sérios? O cara nem sabe direito, mas sabe que são sérios. E são sérios porque quando vieram esses casos de denúncia a gente nunca viu a *Placar* no banco dos réus. Isso não é vendedor. Ao mesmo tempo, se não tivesse aquele período do Juca [Kfourri], do Sérgio [Martins], eu acho que não teria esse período de agora. Aquilo foi o concreto que vai debaixo do asfalto. Às vezes ninguém sabe que tem concreto ali, mas tem. Aquilo foi concretado ao longo dos anos. [...] Se você pensar que o investimento que você faz nessa matéria nunca vai voltar... Ele não volta em termos de audiência, ele volta em termos de imagem, só. Não é estimulante. É mais fácil, é mais negócio, pra preservação do negócio, você pensar em algo mais Tiago Laifert<sup>39</sup> do que em algo mais na linha Máfia da Loteria.

Por fim, quando entrevistado sobre o futuro de *Placar* em entrevista à revista *Imprensa* da edição de julho de 2015, seu novo diretor, Edgardo Martolio, respondeu da seguinte maneira:

Queremos rejuvenescer a revista. Nossa ideia é que os jovens voltem a esperá-la com ansiedade como acontecia antigamente. Ainda não sabemos qual é a fórmula para conseguir isso, já que hoje a oferta de eletrônicos que prendem seu interesse é muita. Esse é o rival a vencer. Acreditamos que o princípio dessa caminhada está em falar mais dos esportes e dos esportistas — como tais — e menos no submundo que rodeia o esporte e responde mais a causas sociais do que ao próprio esporte. As páginas de *Placar* precisam conter muitos ídolos e poucas cartolas. Mais gols e menos política. Precisamos ser uma boa revista de esporte e não um insuficiente tratado de sociologia. Também pretendemos cobrir outros esportes, não apenas futebol. Mas, por enquanto, estamos estudando isso tudo.

A fluidez por meio do estado líquido é uma das principais metáforas utilizadas para descrever os tempos que vivemos, nos quais as formas mudam continuamente, como da água acondicionada em uma garrafa para o vinho colocado em um copo. O pai dessa ideia, Zigmund Bauman, a destacou no título de vários de seus livros, entre os quais o primeiro — e principal — dessa série é *Modernidade Líquida*.

Bauman acredita que essa característica volátil da pós-modernidade transforma diretamente as relações sociais, entre as quais está incluída a do leitor com sua revista. Ou,

<sup>39</sup> Referência ao apresentador do programa *Globo Esporte* na fase em que este passou a privilegiar o entretenimento (N. do A.).

atualmente, com seu *tablet* ou *smartphone*. Para Luiz Mauro de Sá Martino, ao analisar Bauman em seu livro *Teoria da Comunicação – Ideias, Conceitos e Métodos*, a Pós-modernidade “atinge, dessa maneira, a última fronteira onde os sentidos ainda poderiam ser preservados — o indivíduo”.

A reorganização do “eu” na Pós-modernidade é um trabalho contínuo de reconstrução e rearticulação da própria identidade, definindo-se tanto de maneira afirmativa, pela proposição de quem se é, mas também de maneira reflexiva e negativa, encontrando espaço para ser alguém sob o risco constante de ser transformado em alguma coisa. A Pós-modernidade, no abandono de utopias coletivas, parece ter igualmente deixado de lado as relações mais imediatas. Dessa maneira, o indivíduo se articula com a sociedade de maneira mais atomizada, sem a necessária mediação do grupo, mas diretamente conectado a tudo e a todos — não há outra dependência senão a digital, e a comunicação linear da Modernidade torna-se a rede não linear da Pós-modernidade. Essa integração é igualmente parte da fragmentação: as mídias digitais são criadas para uso individual, e paradoxalmente as chamadas mídias interativas destacam, mais do que qualquer coisa, a interação entre o indivíduo e o teclado digital de um computador ou celular. As tecnologias da comunicação, na Pós-modernidade, mantêm a massa atomizada da época moderna, mas ao mesmo tempo abre caminho para uma integração direta entre os indivíduos, organizados em centros de interesse e convivência virtuais, onde é possível encontrar formas intermediárias entre a comunicação interpessoal e a comunicação de massa — os grupos virtuais, as redes dinâmicas e, por que não dizer, líquidas, do relacionamento virtual pela internet (MARTINO, 2009: 235).

Não por acaso, as mídias digitais citadas por Martino (e, por extensão, por Bauman) aparecem neste trabalho ora como as grandes vilãs, responsáveis pelas coisas não serem mais como foram um dia, ora como um caminho para *Placar*, as revistas de futebol e as revistas em geral continuarem sobrevivendo, ainda que em outros formatos — ou plataformas, para se utilizar um termo pós-moderno.

Juca Kfoury, em sua entrevista, lamentou: “Quanto mais meios industriais você tem pra fazer as coisas, você faz menos. A cada inovação tecnológica diminui o prazo de fechamento em vez de aumentar. Há uma certa preguiça, uma certa letargia”. Para em seguida decretar: “Eu acho que as revistas vão pro cemitério. Elas tendem a acabar e sobreviver nas redes”.

Sérgio Xavier Filho confessou não acreditar mais na revista como a única plataforma da marca. “Uma das, sim. Mas tem que ter mais. A revista, única, ela não aguenta.”

Talvez não por acaso, entre os três diretores de *Placar* ouvidos para este trabalho, Edgardo Martolio, da editora que acaba de adquirir o título, foi o único a declarar: “Eu vejo futuro para o meio revista”.

Lembro que em 1992, 93, Roberto Civita me falou: “Edgardo, somos a última geração de editores de revistas. A revista vai morrer”. Dez anos depois, ele me falou: “Puxa, afinal a eletrônica não é o que achávamos que ia ser”. E em 2008, mais ou menos, um dia entrei na sala

dele e ele me falou: “Estamos fritos”. Ele estava com um *tablet* na mão. “Agora, sim, apareceu o que vai nos arrebentar.” Eu sempre tive a posição de que revista não vai morrer nunca. [...] Hoje há muitas, então cada vez que se fecha uma revista é culpa do universo virtual. Mas eu posso fazer uma lista imensa e extensa de revistas que fecharam, e jornais que fecharam, antes. Só que agora, quando fecha... é o ebola dos meios de comunicação. Mas as pessoas também morriam antes do ebola. Morrem de uma autofagia discursiva dos editores de revistas, que querem ser modernos, então: a) apostam no virtual; b) investem no virtual, não têm retorno e acham que eles estão errando, mas, como sempre aparece uma tecnologia nova, acham que “agora sim”, e vão atrás da tecnologia nova. Eu vejo justamente o inverso: cada tecnologia nova é como uma camada sobre a outra. Então eu só preciso me preocupar com o dia em que não apareça mais nenhuma nova tecnologia. Vai significar que talvez haja uma que se estabilizou, consiga sobreviver e não precise de reposição. A tecnologia definitiva, a nova prensa guttenberguiana. Eu penso no meio revista além de *Caras*, por isso compramos: revistas populares, que nós chamamos de “novos leitores”; revista de decoração, revista de história, revistas de conhecimento (*Vida Simples* e *Bons Fluidos*), revistas femininas. A primeira aposta é no Brasil. Pra mim, no Brasil, as coisas, se você as faz acontecer, elas acontecem. Pode ser que alguma não, mas em dez revistas, oito irão funcionar com certeza. Eu acho que as dez, mas oito seguramente. Segundo uma aposta no meio revista que se fortalece na não aposta dos demais. Minha sensação é: muitos vão morrer porque se deixam morrer. E vivem mais aqueles que querem viver. Que lutam por viver. Se preparam, malham, tomam remédios, se cuidam, fazem check-up. Essa pessoa, não vou falar que não morre, mas de outras coisas tem muito menos possibilidade de morrer do que aquele que se entregou. Se você alimenta essa saúde, ela tem mais chance de viver, especialmente porque os demais se entregam, se entregam ao tecnológico e tal. Ok, em algum momento se venderam 400 milhões de exemplares de revistas no Brasil. E hoje se vendem 50 milhões ou menos. Tudo bem. Se vender 51 milhões, enquanto hoje se vendem 50, eu estarei tão bem quanto hoje. E esse um milhão a mais será daquele que aposta. Então eu acho que ainda há projetos que se podem fazer em revista.

Em seu artigo sobre a análise do jornalismo esportivo brasileiro pela trajetória histórica de *Placar*, Wagner Belmonte e Ary Rocco Junior lembram:

O desenvolvimento tecnológico deu um impulso muito grande às transmissões esportivas pela televisão e também provocou modificações na cobertura jornalística e na comercialização do esporte. [...] No plano da comunicação e da informação, o desenvolvimento das novas tecnologias trouxe ao universo do esporte, assim como ocorreu com toda a sociedade, uma abundância de notícias e de fatos sobre o tema. A dinâmica de uma revista informativa semanal, como ocorrera outrora, é agora algo impensado no âmbito dos grandes conglomerados de comunicação. Fala-se de tudo e fala-se de todos (BELMONTE; ROCCO JUNIOR, 2013: 12, 14).

Mais que falar de tudo e de todos, as novas mídias estão em todos os lugares, fornecendo informação onde e quando as pessoas quiserem. São onipresentes, *ubíquas*. “As mesmas mídias que nos fornecem o acesso são também mídias de comunicação”, lembra Lucia Santaella, referindo-se aos aparelhos móveis, como os *tablets* e telefones celulares. Mas não só.

Hipermobilidade conectada redundando em ubiquidade desdobrada. Ubiquidade dos aparelhos, ubiquidade das redes, ubiquidade da informação, ubiquidade da comunicação, ubiquidade dos objetos e dos ambientes, ubiquidade das cidades, dos corpos e das mentes [...], ubiquidade da

aprendizagem [...], ubiquidade da vida no escoar do tempo em que é vivida (SANTAELLA, 2013: 15).

Essa nova realidade já se fez presente no meio revista, no meio revistas de futebol e, em particular, em *Placar*. Durante a Copa do Mundo de 2014, disputada no Brasil, a revista repetiu uma experiência que já havia levado a cabo em quatro dos cinco Mundiais anteriores, disputados em 1994, 1998, 2002 e 2006: produziu edições especiais que chegavam às bancas no dia seguinte de cada jogo da Seleção Brasileira. Como dessa vez o Brasil chegou às semifinais, disputando todas as sete partidas possíveis, dentro de um período de 31 dias foi publicado um total de sete edições extras, além das duas mensais (edições de junho e julho de 2013). Cada revista contava 52 páginas, uma estrutura reduzida em relação às 76 normalmente oferecidas ao leitor da edição mensal.

Mas além dessas revistas convencionais — e visando correr contra o tempo e a concorrência dos meios mais imediatos —, *Placar* participou, ainda, do aplicativo Bola da Veja, em associação com a revista semanal de informação de mesmo nome, também da Editora Abril. Foram 34 edições digitais da Bola da Veja, disponibilizadas diariamente, de graça, desde as 7 horas da manhã, entre 11 de junho e 14 de julho de 2014. Trazia atualizações em tempo real, cobertura do dia anterior, notícias, reportagens, bastidores, fotos, vídeos e posts das redes sociais. A Bola da Veja (e também de *Placar*, apesar do nome da revista esportiva ser omitido no aplicativo em si, embora aparecesse na publicidade feita na terceira capa da própria *Placar* a partir da terceira edição) podia ser acessada, consultada, compartilhada e baixada gratuitamente para todas as plataformas digitais (*tablets*, *smartphones* e *desktops*). Trazia, antes de tudo, algo que falta hoje às revistas em geral e às de futebol em particular: interatividade.

Neste caso — embora nada estivesse sendo cobrado diretamente do leitor, mas, sim, do mercado publicitário, que viabilizava a publicação —, trocou-se posse por acesso, exatamente nos termos descritos pelo economista Jeremy Rifkin (1945-) em seu livro *A Era do Acesso*. Esse apelo está presente, inclusive, em um anúncio do aplicativo na contracapa da própria revista (figura 120), que diz: “Bola da Veja. A Copa em suas mãos: grátis, interativa e em tempo real. Acesse. Baixe. Consulte. Compartilhe”.

**PARECE SELFIE. MAS É GOL.**

**BOLA DA VEJA. A COPA EM SUAS MÃOS: GRÁTIS, INTERATIVA E EM TEMPO REAL.**

**EDIÇÕES DIÁRIAS:** 34 edições digitais grátis com a cobertura do dia anterior: reportagens, bastidores e muito mais.

**BOLA DA VEJA:** plataforma atualizada em tempo real com notícias, fotos, vídeos e posts das redes sociais.

• ACESSE • BAIXE • CONSULTE • COMPARTILHE

[www.boladaveja.com.br](http://www.boladaveja.com.br)

Figura 120: Bola da Veja (e de Placar, apesar de o nome da revista esportiva ter sido omitido nesta publicidade) (Reprodução/Arquivo Pessoal).

Até recentemente, a palavra *acesso* era ouvida apenas ocasionalmente e restringia-se a questões de ingresso em espaços físicos. [...] Agora, *acessar* é um dos termos mais usados na vida social. Quando as pessoas ouvem a palavra *acessar*, provavelmente pensam na abertura para mundos totalmente novos de possibilidades e oportunidades. O acesso tornou-se o bilhete de ingresso para o avanço e para a realização pessoal, sendo tão poderoso quanto a visão democrática foi para gerações anteriores. É uma palavra cheia de significado político. Acessar, afinal, diz respeito a distinções e divisões, sobre quem deverá ser incluído e quem será excluído. Acessar está se tornando uma ferramenta conceitual potente para se repensar nossa visão de mundo, bem como nossa visão econômica, tornando-se metáfora poderosa da próxima era (RIFKIN, 2001: 12).

Economista nascido em Denver, nos Estados Unidos, Rifkin é, antes de tudo, um crítico da nova economia global. Militante de esquerda, admirador de Marcuse, Reich e Jung, segundo sua biografia publicada no sítio *Biografías y vidas*<sup>40</sup>, Rifkin está convencido de que “a tecnologia e o progresso científico devem ter como fim último o bem-estar das pessoas”. Já em 1967, Jeremy Rifkin organizava vários atos de protesto contra a Guerra do Vietnã, junto a alguns companheiros da Escola de Economia e Comércio de Wharton, da Universidade da Pensilvânia. Posteriormente, ampliou seus estudos de economia com um mestrado em relações internacionais e um trabalho sobre a influência da evolução tecnológica e científica na economia, no trabalho, no meio ambiente e na sociedade em geral. Essas características estão presentes tanto nos valores da Foundation on Economic Trends (FET), organismo com sede em Washington que Rifkin ajudou a criar, em 1977, quanto em seus livros de maior sucesso: *O Fim do Emprego* (1995), *O Século da Biotecnologia* (1999) e *A Era do Acesso* (2001).

A era do acesso à qual o autor se refere aborda o estágio do capitalismo denominado economia hipercapitalista. Nele, os atos de “comprar” e “ter” vêm sendo substituídos pelo acesso a bens e serviços. Cada vez mais, paga-se para usar coisas, em vez de tê-las. E que coisas seriam essas? Utensílios eletrônicos, hardware, software, entretenimento e informação. As duas últimas, características inerentes às revistas brasileiras que tratam do assunto futebol, podem ser inseridas no contexto da produção cultural citada por Rifkin.

As mudanças que estão ocorrendo na estruturação das relações econômicas fazem parte de uma transformação ainda maior que está se processando na natureza do sistema capitalista. Estamos fazendo uma mudança de longo prazo da produção industrial para a produção cultural. Um comércio de ponta no futuro envolverá o marketing de um vasto arranjo de experiências culturais em vez de apenas os tradicionais bens e serviços industriais. A viagem e o turismo global, parques e cidades temáticos, centros de entretenimento, bem-estar, moda e culinária, esportes e jogos profissionais, música, filme, televisão e os mundos virtuais do ciberespaço e o entretenimento mediado eletronicamente de todo tipo estão se tornando rapidamente o centro de um novo hipercapitalismo que comercializa o acesso a experiências culturais (RIFKIN, 2001: 6).

Rifkin aponta, ainda, para uma outra mudança igualmente significativa, da ética do trabalho para a ética da diversão, que diz respeito diretamente à abordagem do futebol pelas revistas.

Enquanto a era industrial era caracterizada pela modificação conjunta do trabalho, transformando-o em commodity, a Era do Acesso refere-se, acima de tudo, à transformação da diversão — a saber, o marketing de recursos culturais incluindo rituais, as artes, festivais,

---

<sup>40</sup> Disponível em <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/r/rifkin.htm>. Acesso: 1º.02.2015.

movimentos sociais, atividade espiritual e fraternal e o engajamento cívico na forma de entretenimento pessoal pago. A luta entre a esfera cultural e a esfera comercial para controlar tanto o acesso quanto o conteúdo da diversão é um dos elementos definidores da próxima era (RIFKIN, 2001: 6).

Ainda segundo Rifkin, “as empresas de mídia transnacional, redes de comunicação que se estendem pelo globo, estão minando os recursos culturais locais e reembalando-os como *commodities* culturais e entretenimentos” (2001: 6). Entre esses recursos minados e reembalados está o futebol, em vários formatos de mídia, entre os quais as revistas. Rifkin lembra que, na Era do Acesso, a propriedade não desaparecerá.

Ao contrário. A propriedade continuará a existir, mas com uma probabilidade bem menor de ser trocada em mercados. Em vez disso, os fornecedores detêm a propriedade da nova economia e fazem *leasing*, alugam ou cobram uma taxa de admissão pela assinatura ou associação a curto prazo (RIFKIN, 2001: 4).

Quem sabe não estará aí, na troca da posse pelo acesso, também o futuro de *Placar*, das revistas de futebol e das revistas em geral?

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O assunto nunca atraiu anunciantes. Há uma *overdose* de informações sobre ele no rádio, na televisão e na internet — nesse caso, em tempo real. Revistas têm uma periodicidade mais espaçada em relação a todos esses outros veículos, são caras de se fazer e já não vendem mais como antes. Apesar de tudo isso, o futebol continua, sim, a ser mostrado também em forma de revista, e *Placar* segue sendo, há 45 anos, a principal sobrevivente dessa história que no Brasil já passou dos 100. Tanto que acaba de encontrar um comprador para seu tradicional título. Por quê?

As explicações podem ser muitas, mas a principal parece ter sido dada por Marília Scalzo em seu livro *Jornalismo de Revista* (2003), quando a autora diz que a estreita relação que esse veículo mantém com seu leitor é, antes de tudo, passional.

Essa paixão, presente em outros títulos que abordam os mais diversos assuntos, no caso de *Placar* é potencializada por sua principal temática, o futebol. Considerado no Brasil, ao lado da política e da religião, um dos três assuntos que, justamente por essa carga emocional, “não se discutem”. Justamente por serem apaixonantes. Mas *Placar* continua teimando em discuti-lo.

Para a sociedade do século XXI já não basta apresentar mensalmente, talvez nem mesmo semanalmente, e em papel, as imagens de um assunto em que o principal evento (os jogos de futebol) ocorre ao menos duas vezes por semana, e sobre o qual são geradas diariamente não só notícias, como até imagens que podem ser transmitidas por objetos móveis, dentro do processo de ubiquidade do qual fala Lucia Santaella.

No entanto, embora em uma periodicidade cada vez mais longa em relação a quando foi criada, e de maneira menos factual, isso continua sendo feito na plataforma impressa de *Placar*. Os temas passaram a ser os protagonistas em si, jogadores e demais personagens do mundo do futebol, como técnicos e dirigentes. Paralelamente, a tendência é que a cobertura dos jogos e do dia a dia dos times fique por conta dos novos meios eletrônicos que cada vez mais se associam à própria revista, embaixo do guarda-chuva de uma mesma marca. A mídia caracterizada como “disruptora” por Paulo Nogueira em seu artigo apocalíptico para o sítio *Diário do Centro do Mundo* apresenta-se, em muitos momentos deste trabalho, ainda que paradoxalmente, como tábua de salvação. Uma outra saída que se apresenta passa pelos guias, formato inaugurado no início do século passado com *O Guia de Football*, de Mário Cardim, e

que até hoje funciona muito bem para as revistas de futebol. Mais, até, que para revistas de outros temas, por seu duplo caráter de obra de referência e prestação de serviços.

Acompanhando os novos tempos, ditados primeiro pela televisão e posteriormente pela internet, mudou também a abordagem da revista, cada vez menos factual e cada vez mais próxima do chamado “mundo das celebridades”, no melhor espírito da Sociedade do Espetáculo da qual falou Guy Debord. Nas últimas décadas, *Placar* se ocupa cada vez menos dos resultados dos jogos e dos campeonatos — pressupondo que isso o seu leitor encontrará em outros veículos mais ágeis, como rádio, TV e internet — e cada vez mais de reportagens que sobrevivam dentro da periodicidade de um mês.

E mesmo assim sobrevive.

Por quê?

Por causa do jeito como sempre foi produzida, resumido no *slogan* “Revista feita com raça”, recentemente criado pelo designer Luís Ratto para complementar a logomarca “Placar 45 anos”.

Por causa de quem a lê, por causa de quem a faz.

Independentemente da época, todos torcem por *Placar*.

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- AGOSTINO, Gilberto. **Vencer ou morrer: futebol, geopolítica e identidade nacional**. Rio de Janeiro: FAPERJ: Mauad, 2002.
- ALI, Fátima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- ANER (Associação Nacional de Editores de Revistas). **História revista**. São Paulo: ANER, 2011.
- BAITELLO JUNIOR, Norval; BARRETO, José Roberto (1992). A comunicação e os ritos do calendário – Entrevista com Harry Pross. In **Projekt – Revista de Cultura Brasileira e Alemã**. São Paulo, nº 7, p. 7-10, Jun. 1992.
- BAUMAN, Zigmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BENETTI, Marcia. **Análise do discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos**. In: LAGO, Claudia e BENETTI, Marcia. *Metodologia de pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2007.
- BRAGA, Regina Stela (edição). **Jornalismo esportivo: os craques da emoção**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social (Cadernos da Comunicação. Série Estudos; v. 11), 2004.
- BUITONI, Duilcília Schroeder. **Mulher de papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira**. São Paulo: Summus, 2009.
- CAMPOS, Flávio de; ALFONSI, Daniela (orgs.). **Futebol objeto das ciências humanas**. São Paulo: Leya, 2014.
- CASTRO, Ruy. **O anjo pornográfico: a vida de Nelson Rodrigues**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- CHIARIONI, Bruno; KROEHN, Márcio. **Onde o esporte se reinventa: histórias e bastidores dos 40 anos de Placar**. São Paulo: Primavera Editorial, 2010.
- COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo esportivo**. São Paulo: Editora Contexto, 2003.
- COSTA, Carlos. **A revista no Brasil do século XIX: a história da formação das publicações, do leitor e da identidade do brasileiro**. São Paulo: Alameda, 2012.
- CRUZ, Heloisa de Faria (org.). **São Paulo em revista: catálogo de publicações da imprensa cultural e de variedade paulistana 1870-1930**. São Paulo: Arquivo do Estado, 1997.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

FLORENZANO, José Paulo. **A Democracia Corinthiana: práticas de liberdade no futebol brasileiro**. São Paulo: FAPESP; EDUC, 2009.

FRANCO JÚNIOR, Hilário. **A dança dos deuses: futebol, cultura, sociedade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

GAMBETA, Wilson. **A bola rolou – o Velódromo Paulista e os espetáculos de futebol (1985-1916)**. São Paulo: SESI-SP Editora, 2015.

GAMBETA, Wilson (org.). **Primeiros passes – documentos para a história do futebol em São Paulo (1897-1918)**. São Paulo: Edições Ludens, 2014.

GILDER, George. **A vida após a televisão**. São Paulo: Ediouro, 1996.

GISPERT, Carlos. **Enciclopedia mundial del fútbol (5 volumes)**. Barcelona, Espanha: Océano, 1981.

GONÇALO JÚNIOR. **O Homem Abril: Cláudio de Souza e a história da maior editora brasileira de revistas**. São Paulo: Opera Graphica Editora, 2005.

GOULART, Paulo Cezar Alves. **Pontapé inicial para o futebol no Brasil: o bate-bolão e os esportes no Colégio São Luís: 1880-2014**. Vargem Grande Paulista, SP: A9 Editora, 2014.

GOZZI, Ricardo. **Democracia Corinthiana**. São Paulo: Boitempo, 2002.

HELAL, Ronaldo; SOARES, Antonio Jorge; LOVISOLO, Hugo. **A invenção do país do futebol. Mídia, raça e idolatria**. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2001.

HERZ, Daniel. **A história secreta da Rede Globo**. Porto Alegre: Tchê!, 1987.

HOLANDA, Bernardo Borges Buarque de; MELO, Victor Andrade de (orgs.). **O esporte na imprensa e a imprensa esportiva no Brasil**. Rio de Janeiro: 7Letras, 2012.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

KAZ, Leonel (planejamento editorial). *A Revista no Brasil*. São Paulo: Editora Abril, 2000.

KFOURI, Juca. **A emoção Corinthians**. São Paulo, SP: Brasiliense, 1983.

LAJOLO, Marisa; ZILBERMAN, Regina. **A formação da leitura no Brasil**. São Paulo: Ática, 1996.

\_\_\_\_\_. **A leitura rarefeita. Leitura e livro no Brasil**. São Paulo: Ática, 2002.

MARAN, Sheldon Leslie. **Anarquistas, imigrantes e o movimento operário brasileiro**. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1979.

- MARCONDES FILHO, Ciro (org.). **Dicionário da comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.
- MARQUES, José Carlos. **O futebol em Nelson Rodrigues**. São Paulo: Educ (Editora da PUC-SP),/FAPESP, 2000.
- MARTINO, Duílio Domingos. **Nascimento de uma paixão universal – história do futebol**. São Paulo: Edição do Autor (patrocinada pela Cosesp), 1997.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da comunicação – ideias, conceitos e métodos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.
- MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de República, São Paulo (1890-1992)**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Fapesp, 2008.
- MARTOLIO, Edgardo. **1896 Atenas 2004, História dos Jogos Olímpicos – Citius, Altius, Fortius: mais rápido, mais alto, mais forte (3 volumes)**. São Paulo: Editora Caras, 2005.
- MAZZONI, Thomaz. **História do futebol no Brasil**. São Paulo: Leia, 1950.
- MENDES, Luiz. **Sete mil horas de futebol**. Rio de Janeiro: Freitas Bastos Editora, 1999.
- MICHAELIS. **Dicionário da Língua Portuguesa**. São Paulo: Melhoramentos. 2012.
- MILLS, John. **Charles Miller: o pai do futebol brasileiro**. São Paulo: Panda Books, 2005.
- MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX**. São Paulo: Olho d'Água/Fapesp, 2001.
- NOBRE, Freitas. **História da imprensa de São Paulo**. São Paulo: Editora Folco Masucci, 1950.
- OLIVEIRA FILHO, Severino Gomes de. **Curiosidades e recordes do futebol brasileiro**. Teresina, PI: edição do autor. 1990.
- ORLANDI, Eni. **A linguagem e seu funcionamento**. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- PINTO, Virgílio Noya. **Comunicação e cultura brasileira**. São Paulo: Editora Ática, 2002.
- RIBEIRO, André. **Os donos do espetáculo: histórias da imprensa esportiva do Brasil**. São Paulo: 2007.
- RIFKIN, Jeremy. **A era do acesso**. São Paulo: Makron Books, 2001.
- SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação ubíqua – repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus, 2013.
- SANTOS NETO, José Moraes dos. **Visão do jogo – primórdios do futebol no Brasil**. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2003.

SCHWAAB, Reges. TAVARES, Frederico de Mello B. (orgs.). **A revista e seu Jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.

SCLIAR, Salomão (org.). **A história ilustrada do futebol brasileiro (4 volumes)**. São Paulo: Edobras, 1968.

SEGUIN DES HONS, André de. **Le Brésil, presse et histoire 1930-1985**. Paris: L'Harmattan, 1985.

SERVA, Leão. **Um tipógrafo na colônia: vida e obra de Silva Serva, precursor da imprensa no Brasil e das fitas do Bonfim**. São Paulo: Publifolha, 2014.

SOARES, Edileuza. **A bola no ar – o rádio esportivo em São Paulo**. São Paulo: Summus, 1994.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa brasileira**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

SOUZA, Marcos Pedrosa de (org.). **O berro impresso das manchetes**. Rio de Janeiro: Agir, 2007.

STYCER, Mauricio. **História do Lance! – projeto e prática do jornalismo esportivo**. São Paulo: Alameda, 2009.

TOLEDO, Luiz Henrique de. **No país do futebol**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

UNZELTE, Celso. **Jornalismo esportivo: relatos de uma paixão**. São Paulo: Saraiva, 2009.

\_\_\_\_\_. **O livro de ouro do futebol**. São Paulo: Ediouro, 2002.

VIANA, Hélio. **Contribuição à história da imprensa brasileira (1812-1869)**. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1945.

## Artigos

A PROVÍNCIA DE SÃO PAULO (atual jornal *O Estado de S. Paulo*), 22/8/1876, página 3).

ABREU, Karen Cristina Kaemer; BAPTISTA, Íria Catarina Queiróz. A história das revistas no Brasil: um olhar sobre o segmentado mercado editorial, in **Revista Científica Plural – Curso de Comunicação Social da Unisul**. Tubarão (SC), nº 4, jul. 2010.

ACEESP (Associação dos Cronistas Esportivos do Estado de São Paulo). *História da crônica esportiva de São Paulo*. In Revista da Aceesp – Órgão oficial da Associação dos Cronistas Esportivos de São Paulo, ano 3, nº 17, São Paulo, 1999.

BELMONTE, Wagner Barge; ROCCO JUNIOR, Ary José. **Da informação ao entretenimento: análise do jornalismo esportivo brasileiro pela trajetória histórica da revista *Placar*** - trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013, e na Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Vila Velha - ES – 22 a 24/05/2014. Download pelo endereço:

<http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/resumos/R43-1668-1.pdf>

BUITONI, Duilcília Schroeder. *O registro imagético do mundo – jornalismo, embrião narrativo e imagem complexa*. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Estéticas da Comunicação”, do XIX Encontro da Compós, na PUC-Rio, Rio de Janeiro, RJ, em junho de 2010.

CABO, Álvaro do. *Pérolas na Revista do Eporte*. Disponível em: <https://historiadosporte.wordpress.com/201/05/29/perolas-na-revista-do-esporte/> Acesso: 19.jul.2015.

NOGUEIRA, Paulo. *A agonia da Abril*. Postado em 03.ago.2013. Disponível em: <http://www.diariodocentrodomundo.com.br/a-agonia-da-abril/> Acesso: 1º.fev.2015.

SOUZA, Felipe dos Santos. *O sonho e a ressaca: a revista Placar nos anos de 1982 e 1990 como um exemplo da visão da imprensa esportiva sobre o Brasil*. Trabalho de Conclusão do Curso de História apresentado à PUC-SP em 2014.

TAVARES, F.M.B. *Jornalismo de Revista: Entre o Objeto e o Dispositivo*. In: Seminário Internacional de Comunicação, 9, 2007, Porto Alegre. *Anais...* Porto Alegre: PUCRS/CNPq, 2007.

## Revistas

Coleções de:

*A Cigarra Esportiva* (1917)

*Sports* (1919-1923)

*São Paulo Illustrado* (1920-1921)

*O Globo Sportivo* (1938-1952)

*Esporte Ilustrado* (1938-1956)

*A Gazeta Esportiva Ilustrada* (1950 e 1953-1967)

*Manchete Esportiva* (1955-1959 e 1977-1979)

*Revista do Esporte* (1959-1970)

*Placar* (1970-2015)

### **Acervo pessoal**

Arquivo Celso Unzelte (jornais, revistas, livros, áudio, vídeo, hemeroteca).

### **Entrevistas concedidas ao autor**

**Edgardo Martolio**, em São Paulo, 17 de setembro de 2014.

**Juca Kfourri**, em São Paulo, 6 de fevereiro de 2015.

**Sérgio Xavier Filho**, em São Paulo, 18 de fevereiro de 2015.