

Dividida internacional

Em tempo de futebol globalizado e contratos milionários, com fabricantes de material esportivo disputando o espaço nos uniformes, chuteiras e luvas de craques (e até de pernas de pau), é difícil imaginar uma relação de camaradagem entre empresas e seleções, baseada apenas na simpatia e na amizade. Mas era mais ou menos assim que acontecia até a Fifa permitir que os fabricantes estampassem suas marcas nas camisas dos selecionados, em meados dos anos 70.

A época de ouro do futebol canarinho, com os títulos de 1958, 1962 e 1970, antecedeu essa nova era, e enseja uma disputa entre duas marcas pela primazia de ter fornecido as amarelinhas para o escrete nacional. A dividida é entre a brasileira Athleta, fundada em 1935 e que voltou à ativa neste ano pelas mãos da The Brand's Company (TBC), e a Umbro, tradicional marca inglesa comprada há alguns anos pela gigante norte-americana Nike.

Francisco Machado, atual diretor de marketing da marca no Brasil, afirma que antes da Copa de 1974 não era permitida a exibição de marcas nas camisas das seleções. Mesmo assim, a Umbro já apostava no relacionamento com os principais selecionados do mundo para se posicionar como marca importante no futebol. O ápice foi na Copa de 1966, quando a Umbro vestiu 13 seleções, inclusive o Brasil, garante o executivo.

“Não havia patrocínio no sentido formal. Nosso papel era fornecer material de última geração para treinos e jogos”, diz Machado, reafirmando que

as seleções brasileiras de 1958 até 1970 receberam uniformes da marca. Em 1994, no entanto, a relação foi formal e durou até a Olimpíada de 1996. Recentemente a Umbro lançou camisas retrô lembrando esses modelos.

Para Antonio Bulgarelli, herdeiro da marca Athleta, não há dúvida. “Entre 1954 e 1977 fornecemos os uniformes de treino e jogo para a seleção brasileira. Outra marca pode

meiras, Santos e São Paulo nos anos 60 e 70, a empresa tinha bom relacionamento com dirigentes e jogadores, e as visitas de craques como Pelé, Rivelino, Carlos Alberto Torres e Tostão à fábrica da Rua Siqueira Bueno, no bairro paulistano do Belenzinho, eram frequentes. De tão próximos, os atletas até emprestavam a imagem para campanhas publicitárias da companhia sem cobrar cachê, algo inimaginável atualmente.

Procurada, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) não se pronuncia sobre o assunto, alegando que o imbróglio foi assunto da Confederação Brasileira de Desportos, extinta em 1979 e que cuidava tanto do futebol quanto dos esportes olímpicos. Nos bastidores, no entanto, há quem garanta que era opção dos jogadores usar o material oferecido por ambas as empresas. “Havia jogos com jogadores usando os dois uniformes”, revela ex-funcionário da CBF que prefere não se identificar.

Machado diz que não existe nenhuma intenção em contestar a relação da Athleta com a CDB ou mesmo de criar polêmica. “Não havia remuneração, era uma relação informal. Era a forma que tínhamos para mostrar ao mercado a evolução tecnológica de nossos produtos, mais leves que os demais”, explica.

Diferente de 1966, a Umbro desembarca na África do Sul como coadjuvante, vestindo apenas a seleção inglesa. Adidas e Nike fornecerão uniformes para 21 dos 32 times. Já a Athleta ainda não voltou a patrocinar equipes, embora isso esteja nos seus planos.

FERNANDO MURAD E ROBERT GALBRAITH

Foto

ter dado camisas para a CBD (Confederação Brasileira de Desportos)? Pode. Mas a marca oficial era a Athleta. Meu pai (Giuseppe Carlo Bulgarelli), meu avô (Antonio Pádua de Oliveira, fundador da Malharia Santa Isabel, dona da Athleta) e meu tio (Plínio Figueiredo Cunha) falavam diretamente com o Havelange (*João, antigo presidente da CBD*). Jogadores e dirigentes da época podem confirmar”, afirma.

Parceira de clubes como Atlético Mineiro, Corinthians, Flamengo, Internacional, Pal-