

A história do Camisa 10 - um campeão de audiência

Bruno Soares Camilo*

Christina Ferraz Musse**

José Eduardo da Costa Pereira Brum***

RESUMO

O presente trabalho faz uma busca na história da televisão em Juiz de Fora, para resgatar um programa da TV Industrial, primeira emissora geradora do interior do Brasil: o Camisa 10. O objetivo é recordar esta grande e emblemática atração de esporte, considerado pioneiro no formato, lembrando sua origem, repercussão e término. Além disso, vamos entender as razões do sucesso que se estendia para algumas cidades do estado do Rio e outras do interior de Minas, e também da escolha por se debater os times cariocas.

Palavras-chave: Televisão. Memória. Programa Esportivo.

* Estudante de graduação do 5º período e bolsista de pesquisa do documentário *Televisão e Imaginário Urbano: As Narrativas da Cidade no Espaço dos Telejornais*, financiado pela Fapemig e orientado pela professora Dr. Christina Ferraz Musse, que tem como objetivo analisar como a TV mostra a cidade de Juiz de Fora e sua memória.

** Mestre e Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. É professora adjunta da Universidade Federal de Juiz de Fora nos cursos de graduação e pós-graduação em Comunicação. É coordenadora do projeto de extensão *Comunicação para grupos de economia popular solidária de Juiz de Fora e região*, e do projeto de pesquisa *Televisão e imaginário urbano: as narrativas no espaço dos telejornais*, financiado pela Fapemig.

*** Formado em Comunicação Social (jornalismo) pela Universidade Federal de Juiz de Fora em 2008. Trabalha como operador de TV no Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora (CES/JF), e como editor, jornalista e diagramador da Governadoria do Distrito 4580 do Rotary International e do Rotary Clube Juiz de Fora Norte. Foi voluntário do projeto *Televisão e imaginário urbano: as narrativas no espaço dos telejornais*.

ABSTRACT

This paper searches in television history of Juiz de Fora, to recover a program from TV Industrial, that is the first brazilian country broadcasting station, called Camisa 10. The purpose is to remember this major sport show that is considered pioneer in its format, recollecting its origin, repercussion and ending. Besides, this work will study the reasons for its success that extended for some places in state of Rio de Janeiro and others form country of Minas Gerais. Also, it will debate the choice for discussing Rio de Janeiro's team.

Keywords: Television. Memory. Sport program.

1 INTRODUÇÃO

“Enquanto você se diverte, eu trabalho,
esse é o lema da nossa Industrial.
Música, esporte, informação,
é a primeira em rádio e televisão”

Esta é uma pequena canção, veiculada numa propaganda da Rádio e da TV Industrial de Juiz de Fora. Nos versos acima, criados pelos irmãos Geraldo e Gudesteu Mendes que, juntos ao pai, Sérgio Mendes, idealizaram a empreitada comunicacional no município, podemos acrescentar que a TV Industrial é a primeira em televisão no interior do Brasil, por ser transmissora de imagens numa época em que só as capitais detinham essa proeza. Com a proposta ousada de focar o local, a emissora entra no ar na data de 29 de julho de 1964, sendo a concessão assinada pelo presidente João Goulart em 22 de janeiro do mesmo ano. A estréia ficou a cargo de Geraldo Magela Tavares, funcionário primeiramente da Rádio Industrial, e o economista Walter Monachesi, que também tinha um programa de auditório na rádio. Estas foram as primeiras palavras: “Boa noite! São oito horas da noite. A partir de hoje, Juiz de Fora e região vai chegar em seus lares através da nossa TV Industrial, canal 10.”

A emissora exibia diariamente cerca de oito a dez horas de programação bem variada, produzida por seus próprios profissionais, não seguindo uma linha pré-determinada. Havia programas educativos, jornalísticos e de auditório, como o Programa Teixeira Neto e o Programa Hélio Fazzolato, grande parte deles com transmissão ao vivo.

Com o recurso do VHS, a Industrial pode repassar material vindo da TVE do Rio de Janeiro. No entanto, nunca deixou de focar o local, fato que a fez se tornar muito querida entre a população. “O resultado da narrativa em transmissão direta era a identificação do público com a TV, especialmente os telespectadores de classes menos favorecidas”. (COUTINHO, 2005, p. 5). Ressaltando esse aspecto, como marca registrada, a emissora adotou o mascote Zé Marmita, um simpático trabalhador de macacão e boné.

Além do mais, por atingir cidades próximas do interior de Minas e até algumas localidades do Rio de Janeiro, a TV Industrial conseguiu ser admirada nesses lugares pelo trabalho que fazia sem ter acesso a muitos recursos. As pessoas ficavam surpresas como uma emissora de tão longe que pegava tão

bem, sendo que dava destaque, entre outras atrações, ao futebol carioca. A limitação de equipamentos nunca foi um empecilho.

Nesse sentido, o forte de suas transmissões evolvia os carnavais e as partidas de futebol. A respeito desse primeiro, o estúdio, que se situava num prédio em formato helicoidal no Morro do Cristo em Juiz de Fora (um importante ponto turístico), era desmontado e levado para as ruas, onde os comentaristas podiam transmitir a festa popular direto da avenida. Já sobre o futebol, de acordo com a professora e pesquisadora Christina Musse,

[...] em 1974, a TV Industrial chegou a receber um prêmio especial da administração do estado do Rio de Janeiro, por ter sido a emissora mais presente no Maracanã. Neste ano, além de transmitir nada menos que 174 partidas, a TV Industrial já inovava, lançando fórmulas como a do programa "Camisa 10", que, já naquela época, reunia comentaristas para discutir os jogos e o desempenho das equipes, hoje, uma prática comum em todas as emissoras. (1985, p. 9)

Este artigo tratará exatamente dessa atração, criada por Geraldo Mendes na década de 1960, quando a emissora de Juiz de Fora conseguiu um sucesso estrondoso.

Dentro do telejornal produzido pela TV Industrial, havia uma parte produzida e apresentada por Geraldo Magela, destinada ao esporte. As notícias davam prioridade ao futebol, e o detalhe é que predominava praticamente o carioca. Muitos afirmam que essa atração incondicional do torcedor juizforano pelas equipes do Rio de Janeiro e, em contrapartida, à alienação ao futebol de Minas, deve-se à proximidade entre a cidade e a capital carioca. A distância que separa esses dois pontos é de aproximadamente 184 km, enquanto o espaço a ser percorrido para que se vá de Juiz de Fora a Belo Horizonte gira em torno de 244 km. Porém, além desse motivo, existe um outro: a influência da Rádio Nacional.

Primeiro, esmiuçando a questão cartográfica, desde seu surgimento em 1850, Juiz de Fora, mesmo situada na Zona da Mata Mineira, esteve ligada à capital do Império. A família real esteve na cidade por duas vezes, hospedando-se na casa de um de seus fundadores, Mariano Procópio. Um dos importantes bancos da cidade, o Banco do Crédito Real, teve sua criação autorizada por D. Pedro II. Na época da República, quando a capital do estado ainda era Ouro Preto, a distância entre as duas impossibilitava qualquer influência mineira em

Juiz de Fora. Isso aproximou mais o Rio de Janeiro. Além disso, o radialista e ex-prefeito da cidade, José Eduardo Araújo, conta que “[...] havia muita influência de Petrópolis. Tinha uma estrada asfaltada que ligava as duas regiões. O ramo têxtil e a fábrica de tecelagens estavam atrelados. O mesmo acontece com as colônias alemãs de Petrópolis e de Juiz de Fora. Assim, todo mundo ia para o Rio” (2009, informação verbal).

Como se percebe, a questão rodoviária ajuda a entender bastante a influência carioca. Mesmo quando a capital de Minas Gerais passou a ser Belo Horizonte, não havia estrada asfaltada que unia os dois centros. Por isso, Juiz de Fora sempre esteve mais próxima da capital carioca através da BR 03 União-Indústria. Para ampliar, o presidente Getúlio Vargas, quando construiu a Rio-Bahia, puxou a rodovia via Três Rios e Além Paraíba, conectando-a ao estado de Minas.

A outra vertente de aproximação foi a Rádio Nacional, grande responsável pela propagação dos times cariocas.

Nas regiões Norte e Nordeste, da Bahia até Amazonas, a programação de um dia, era retransmitida para essas localidades no dia seguinte. Não é à-toa que muitos times do Nordeste têm as cores e as camisas iguais às dos times cariocas, vide o Vitória da Bahia que é igual à camisa do Flamengo, o Ceará, igual ao uniforme do Vasco, além de haver vários Fluminenses de tal cidade. (ARAÚJO, 2009, informação verbal)

Como é de se esperar, a programação não pegava na cidade rádio de Belo Horizonte. Assim, o modelo adotado pelas estações radiofônicas como a Industrial era parecido com o da Rádio Nacional.

2 O SURGIMENTO DO CAMISA 10

A criação do Camisa 10 aconteceu dentro do estúdio da TV Industrial. A idéia partiu do proprietário Geraldo Mendes que se reuniu com algumas pessoas para fazer pauta do noticiário, entre elas, Geraldo Magela, Paulo Rezende Costa, Marilda Ladeira, José Carlos de Lery Guimarães, Heitor Augusto, Gudesteu

Mendes. Quando as atividades terminaram, houve um questionamento: a emissora veiculava futebol na segunda, terça, quarta, quinta, sexta e sábado, através do noticiário. Mas e o domingo, por acaso não era dia de futebol? A partir daí, resolveram fazer um programa dominical, apresentado inicialmente por Geraldo Mendes, que também foi quem batizou a atração.

Fomos estudar a forma de apresentação [...] “O programa vai enfocar o quê?”, nos perguntamos. “O jogo que a TV Industrial acabou de transmitir”. Porque a TV transmitia todos os grandes jogos do Rio de Janeiro: a imagem vinha através da TVE e a TV Industrial reproduzia. Vamos ter um representante do Flamengo, do Botafogo, Fluminense, Vasco [...] (TAVARES, 2009, informação verbal)

Assim, o programa “Camisa 10”, pioneiro no debate da TV entre torcedores, entrou no ar no ano de 1964 (TAVARES, 2009), trazendo discussões a respeito dos jogos das equipes do Rio, cuja transmissão vinha através da TVE (o sinal passava pelo morro do Caxangá em Petrópolis, até chegar ao Morro do Cristo). Juiz de Fora e Brasília eram as únicas cidades que recebiam as partidas, uma vez que os políticos, oriundos do Rio, queriam assistir aos campeonatos, depois que tiveram de se estabelecer na recém capital nacional.

Para Carlos Sampaio, um dos debatedores, o Camisa 10 pode ser considerado precursor na forma como debatia o futebol, tão habitual em nossas TV's atualmente. Não havia na época um programa como aquele em nenhum lugar do Brasil. Ele defende, dizendo que:

tenho certeza absoluta que esse programa foi comentado no Rio e a própria TV Educativa via o nosso programa [...] E eles resolveram fazer um programa no Rio de Janeiro. Aí já é covardia. Foi João Saldanha, Armando Nogueira, Nelson Rodrigues, um programa que debate, só que o deles não era depois do jogo, era às 10 horas da noite. O programa, logo após o jogo, foi um formato que fez sucesso e que foi criado aqui. (SAMPAIO, 2009, informação verbal)

Embora não existam números que comprovam, os debatedores acreditam que, na região de abrangência da TV Industrial, o Camisa 10 era o campeão de audiência, vencendo nomes de peso como **Os Trapalhões**, transmitido pela TV Tupi. A razão do sucesso é creditada ao público masculino que prestigiava o

programa. Geraldo Magela Tavares lembrou que, na época de início do **Fantástico** (TV Globo), eles, com certeza, chegavam a ganhar do show da vida.

Os participantes da atração não podiam descer no centro da cidade (que abrange a famosa Rua Halfeld), sem serem parados, apontados e reconhecidos. Numa época sem internet, que representa a comunicação tão rápida e veloz, o contato nas ruas funcionava como um portal de atendimento do programa, pois os espectadores podiam perguntar sobre as brigas e as discussões costumeiras e normais, suscitadas por causa da paixão pelo futebol. Humberto Zaghetto, que participou de vários programas, recorda que através da visibilidade do programa, foi convidado muitas vezes para ser candidato a vereador, mas não aceitou. Sampaio se lembra de uma viagem que fez a Barbacena. Parou em um restaurante para almoçar e, ao pedir a conta, o garçom disse que não podia pagar o jantar todo, porque não tinha dinheiro, mas o refrigerante ele fazia questão de ser por conta dele, pois seria uma honra estar perto de uma pessoa do programa. “Sem a gente procurar ser artista, a gente acabava virando. A gente ficava famoso pelo **Camisa 10**. Realmente marcou muito a época [...]” (SAMPAIO, 2009, informação verbal).

As transmissões eram tão espontâneas que não havia pauta, funcionando de forma bem livre. Havia a formação de uma seleção do jogo, com a votação dos melhores jogadores pelos os participantes do programa que depois comentavam a arbitragem e passavam para o telespectador a classificação atualizada da tabela do campeonato. A duração não era determinada, podendo chegar a mais de duas horas de atração. “Era uma gozação tremenda, as pessoas iam com as camisas dos times. Era um programa amador, sem produção. Era um bate-boca, mas ordenado. Tinha tempo pra entrar propaganda, mostravam os lances e comentavam” (ARAÚJO, 2009, informação verbal). Para Magela, o programa era muito primário. Quando não havia VT,

[...] como é que mostrava a figura de um atleta? Como é que mostrava o Pelé? Como é que mostrava o Garrincha? Como é que mostrava o Gerson? O cenário atrás do apresentador era de recortes de fotos, e tinha um outro cenário do lado também com várias fotos. Quando eu ia falar, por exemplo, do time do Botafogo: aí uma câmera ficava focalizando naquele retrato que de vez em quando ele aparecia. (TAVARES, informação verbal).

A equipe de participantes fixos era formada por Geraldo Magela

(Botafogo), Geraldo Mendes (Botafogo) e Carlos Sampaio (Fluminense). Mas todos que passaram por lá fizeram programas irreverentes e diferenciados, sem receber monetariamente por isso, era puro gosto e prazer. Dentre os outros convidados, podemos citar: Itamar Franco, senador na época, como defensor do Fluminense; o político Sebastião Helvécio, também tricolor; Humberto Zaghetto, Fluminense; o jornalista Célio Fani, Botafogo; José Alfredo, funcionário da Companhia Mineira, Flamengo; e o policial militar aposentado Domício, Vasco.

Os integrantes sentavam-se atrás de uma bancada semelhante às que temos atualmente. O cenário era feito a partir de recortes de revistas e jornais, com a utilização de duas câmeras para as filmagens. A partir do momento em que começava, era importante cada torcedor representar seu clube de coração com fervor, defendendo-o dos ataques e provocações que vinham por parte dos adversários, mas havia muito respeito entre a turma que participava.

A vantagem do programa é que ele entrava no ar assim que o juiz apitou, terminou o jogo. Entrava quente, ninguém tinha tempo de pensar, preparar, era a discussão como se fosse numa mesa de bar, numa esquina, os torcedores discutindo cada um com a sua paixão. E foi um programa de incrível audiência, de incrível. Até hoje quem tem mais de 30 anos de Juiz de Fora, a qualquer lugar que eu chego: “Eu to lembrado de você, do Camisa 10, Sampaio”. Sem contar fora daqui. Eu ia a Cabo Frio, no estado do Rio, ou a várias cidades que eu ia e que a TV Industrial pegava, várias pessoas me conheciam e iam conversar comigo. Cabo Frio não pegava TV, mas como a gente ia de férias, reconheciam a gente na praia e vinham conversar, na verdade como se a gente fosse um artista. Tinha gente que vinha com garotinho de mão dada, com o filho: “Oh, esse aqui é o Sampaio do Camisa 10. Ele é fluminense, ele gosta de você”. Ou então: “Oh, ele é flamenguista e tem uma raiva danada quando você aparece” (SAMPAIO, 2009).

Como muitas vezes quem comenta e gosta de futebol também joga, os debatedores do **Camisa 10** chegaram a montar um time para jogar nas cidades da região onde o programa era visto. A equipe tinha o mesmo nome da atração e o goleiro era número 10, o ponta esquerda também era 10, todos eram 10. Contam que se o juiz expulsasse alguém, não saía ninguém porque todos eram 10. De acordo com Magela, eles não disputavam com qualquer time, pois eram metidos, e só jogavam com seleção como as de Leopoldina, São João Nepomuceno, Rio Novo nas comemorações de aniversário, para abrilhantar os eventos. Carlos

Sampaio concorda com o companheiro que eles eram uma atração, verdadeiros artistas, com direito a foguete e a pessoal esperando em ônibus de excursão. No entanto, acrescenta que, quando entravam em campo, era um vexame.

A repercussão foi tão grande que propiciou a existência do programa Camisa 10 – Mirim, que era apresentado antes das transmissões das partidas. Sempre comandado por um dos debatedores, ele trazia torcedores juvenis, entre 12 a 15 anos, abrindo voz para os mais novos. Humberto Zaghetto (2009, informação verbal) declarou que o “Camisa 10 da garotada era bem entusiasmado”.

Mesmo sendo tão admirado, o programa tinha dificuldades de se manter, por causa do alto custo dos jogos. Eles tinham de pagar a Embratel para receber as transmissões. No entanto, alguns patrocinadores conseguiram ajudar na empreitada e havia até marcas nacionais como a Coca-Cola, que fazia parte da bancada, com o intuito de se promover. Entre os locais, destacam-se Cofercil, Jardim das Noivas, RS Móveis e Jodak.

3 O FIM DE UM SUCESSO

A repercussão do **Camisa 10** não esteve atrelado somente ao formato inovador e à temática. O sucesso só foi possível, porque eles contaram com a ajuda do governo militar na liberação dos jogos. Durante muito tempo, a Confederação Carioca queria proibir as transmissões das partidas cariocas, pelo fato de a TV Industrial pegar em várias cidades do estado do Rio. De acordo com Carlos Sampaio, até cidades da baixada fluminense como Duque de Caxias e Queimados sintonizavam a emissora. No entanto, eles contavam com um trunfo que envolvia o general Bandeira de Juiz de Fora e o deputado do governo, José Bonifácio Andrada, que detinha grande poder e influência.

Era só ligar pra eles: “O Otávio Pinto Guimarães, presidente da Federação, falou que não vai ter jogo não”. “Vai sim”. Ligavam pra ele (presidente), obrigava ele a botar. Tanto que, olha o detalhe interessante, quando acabou a revolução, quando os generais pararam de mandar, tanto quanto mandavam, a primeira coisa que Otávio Pinto Guimarães fez, foi cortar o futebol pra Juiz de Fora. Como quem diz: a vingança dele foi essa. E nós realmente

ficamos sem futebol, muito difícil conseguir, era uma dificuldade. Um jogo, outro que a gente conseguia transmitir. Mas, na época da revolução, essa vantagem, a gente teve (SAMPAIO, 2009, informação verbal).

O fim das transmissões pela TV Industrial levou os participantes do **Camisa 10** a se questionar sobre a continuidade do programa. O problema é que, do Morro do Cristo, eles podiam assistir aos jogos (o sinal vinha sem interferência), mas valia à pena entrar no ar com o programa, sem que houvesse a partida veiculada? Isso feria os slogans: “TV Industrial: o futebol que você gosta” e principalmente “Camisa 10: o jogo que você viu”. Era uma quebra muito grande, pois os juizforanos, a partir daquele momento, ouviam pelo rádio, ou seja, escutavam as opiniões dos locutores, do comentarista. Assim, não havia mais necessidade em sintonizar o Camisa 10 para discutir um jogo que não foi visto na cidade.

Com isso, em 1979, o **Camisa 10** sai do ar. O fim de um dos programas de maior audiência da TV Industrial sinalizou que a emissora não estava bem financeiramente. O fato foi comprovado, logo após, quando ela foi vendida para a TV Globo, tornando-se uma afiliada das organizações Roberto Marinho que retransmitia a programação nacional, possuindo apenas alguns minutos diários voltados para o telejornalismo local. A TV Globo nunca se interessou em retomar ou até mesmo remodelar a atração de grande sucesso.

Os telespectadores de Juiz de Fora foram os que mais saíram perdendo com o fim de uma emissora que abria espaço para o seu público se reconhecer. Além da saudade, todos os debatedores entrevistados concordam que a cidade não entendeu, na época, a falta que tal veículo faria, já que ele tratava do local e defendia as causas da região.

4 CONCLUSÃO

O grande fluxo de informações futebolísticas que chegava do Rio (e que ainda acontece) todos os dias via imprensa, somado à paixão geracional, ou seja, o incentivo e a criação de laço afetivo com um time que geralmente é passado de pai ou avô para filho ou neto, apenas certificam a tendência de



ILUSTRAÇÃO 1 - Essa é a única foto restante da transmissão do Camisa 10. Nela, percebemos que os patrocinadores estavam estampados no cenário. Fonte: Arquivo pessoal de Geraldo Magela Tavares

que a esmagadora maioria da população de Juiz de Fora torce, gosta e cada vez mais se identificará com os times do Rio. Esta relação dos juizforanos, tão emblemática e questionada, fica bem mais clara com o aprofundamento em estudos e registros, que estão na memória do povo, de programas como o **Camisa 10**. Com o fim da TV Industrial, o público e a programação da região saíram perdendo. Até hoje é lamentável sua extinção já que, a cada dia mais, a população não se vê na telinha e isso acaba contribuindo para uma perda da identidade.

Como vimos, é possível acreditar que, com a grande audiência e a repercussão, o **Camisa 10** conseguiu alimentar ainda mais a efervescência do público por Botafogo, Flamengo, Fluminense e Vasco, levando-os a atingir o grande número de seguidores que eles têm hoje na cidade e ampliando o abismo que separa esses mesmos torcedores do esporte, em especial do futebol praticado em Minas Gerais. Isso comprova que a atração tinha importância nas opiniões das pessoas. Paralelo a isso é muito curioso constatarmos que um programa tão importante como esse, numa TV pioneira, quase não tenha registros. Não há praticamente nada. Para os mais jovens e interessados na temática, resta apoiar-se na memória dos que fizeram parte desses momentos e daqueles que não perdiam a programação, para se aprofundar no assunto e saber um pouco mais da história da TV em Juiz de Fora.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, José Eduardo. **José Eduardo Araújo**: entrevista [maio 2009]. Entrevistador: José Eduardo da Costa Pereira Brum. Juiz de Fora: em sua residência, 2009. Entrevista concedida a CES Revista.

COUTINHO, Iluska. **Celebração no telejornalismo local**: a festa de N. Sra. Aparecida na TV em Juiz de Fora. Trabalho apresentado ao GT7: "Comunicação sonora e audiovisual" – IX Celacom 2005.

MUSSE, Christina Ferraz. **A imprensa e os grandes veículos nacionais**: relações associativas e complementares. Juiz de Fora: Facom/UFJF, 1985.

SAMPAIO, Carlos. **Carlos Sampaio**: entrevista [maio 2009]. Entrevistador: José Eduardo da Costa Pereira Brum. Juiz de Fora: em sua residência, 2009. Entrevista concedida a CES Revista.

TAVARES, Geraldo Magela. **Geraldo Magela Tavares**: [maio 2009]. Entrevistadores: Bruno Soares Camilo e José Eduardo da Costa Pereira Brum. Juiz de Fora: em sua residência, 2009. Entrevista concedida a CES Revista.

ZAGHETTO, Humberto. **Humberto Zaghetto**: [maio 2009]. Entrevistadores: Bruno Soares Camilo e José Eduardo da Costa Pereira Brum. Juiz de Fora: em sua residência, 2009. Entrevista concedida a CES Revista.