

NFL Gerente de negócios do Patriots no país, Lara Magalhães conta ao Correio os planos da franquia hexacampeã do Super Bowl

De New England ao Brasil

ARTHUR RIBEIRO*

A NFL fez em setembro o primeiro jogo da história em solo verde-amarelo e segue a passos largos para continuar a expansão do futebol americano no país. Um dos principais protagonistas desse processo é o New England Patriots, um dos times mais populares da liga e que tem o próprio toque de Brasil: a mineira Lara Magalhães. Primeira brasileira a ser cheerleader no time estadunidense e atualmente gerente de negócios da franquia de Massachusetts, ela participou do podcast *CB.Esportes* e contou ao *Correio* sobre os planos de globalização da marca nas terras brasileiras.

O começo da trajetória de Lara foi sem muitas pretensões, quando se mudou para os Estados Unidos com os pais e morou na região de New England, ainda aos 14 anos. Por lá, começou no cheerleading com incentivo de uma técnica fanática pelos Patriots, responsável por apresentar a essência da franquia para a jovem brasileira. Em 2019, de volta ao Brasil e atuando como dirigente de cheerleaders do Cruzeiro, enviou um e-mail para uma diretora dos Patriots perguntando como poderia melhorar o trabalho feito em Belo Horizonte e foi surpreendida com um convite para integrar a equipe de líderes de torcida do time estadunidense. Após passar no processo, realizou o sonho e começou a trilhar o caminho profissional na franquia. Agora, aos 33 anos, ela tenta trazer mais da equipe de futebol americano para casa.

“Quando falamos de New England Patriots, precisamos lembrar que essa conexão com o Brasil já existia há muito tempo, antes da

Abimaél Henrique



Lara Magalhães esteve presente no Mané Garrincha durante ação entre os mascotes da CBF e do Patriots antes de jogo do Brasil

NFL chegar aqui. A região de New England tem a maior concentração de brasileiros morando nos EUA. As pessoas lá têm oportunidade de ir ao nosso complexo, conhecer o Patriot Place, o Gillette Stadium, coisas que ajudam nessa ligação. Sem contar a era Tom Brady e Gisele Bündchen”, explicou Lara.

A NFL iniciou um projeto de expansão global por meio do Global Market Program (Programa Global de Marketing), com a ideia de dar a um time o direito exclusivo de

conduzir ações de marketing, desenvolvimento de uma base de fãs e atividades comerciais em países do exterior. Os Patriots escolheram primeiro a Alemanha, lar do ex-jogador Sebastian Vollmer. Depois, partiram para o Brasil, dividindo com o Miami Dolphins, e atualmente também estão na Suíça e na Áustria.

“O crescimento do nosso mercado aqui está sendo gigantesco e em tempo recorde, até assusta um pouco. Quando o Patriots me chamou para assumir esse cargo e

gerenciar nossa expansão no Brasil, vim com um monte de ideias e, tendo essa bagagem, quero compartilhar tudo que aprendi sobre a franquia com o torcedor brasileiro. Falei para não ficar somente no Rio de Janeiro e São Paulo, então queremos ir para o Nordeste, Sul, Sudeste, e estamos agora em Brasília. Pode ter certeza que nos próximos cinco anos, que temos os direitos do mercado brasileiros, vamos estar em cada cantinho do país”, comentou a gerente.

Lara explicou ainda que existe um carinho especial da franquia com o público brasileiro. Exemplo disso é que foram o primeiro time da NFL a ter um site em português, além de produzirem um podcast semanal com participações da mineira. Ainda assim, ela freia os sonhos do torcedor por uma possível partida do time de New England na América do Sul, seguindo os passos de Eagles e Packers. Ambos se enfrentaram em São Paulo.

“Eu tento desviar todas as vezes

essa pergunta, porque ela realmente não é uma responsabilidade do New England Patriots. Como isso é uma decisão da própria liga, onde a NFL gostar ou quiser que nós joguemos, a gente vai jogar. O nosso planejamento no Patriots é realmente trazer cada vez mais a essência de New England para perto do nosso torcedor”, detalhou.

De certa forma, a franquia já está no país sulamericano. O primeiro evento foi com uma Watch Party em São Paulo, com presença dos ex-jogadores Stephen Gostkowski e Malcolm Butler, presentes em três dos seis Super Bowls vencidos pelo Patriots. O mesmo será feito em Belo Horizonte, em 1º de dezembro, para assistir o compromisso contra o Indianapolis Colts.

Na capital, foi feita uma ativação em parceria com a CBF para um encontro entre as mascotes Canarinho e Pat Patriot durante o jogo da Seleção contra o Peru, na última terça-feira, no Mané Garrincha. A ação, inclusive, estreita laços de olho na Copa do Mundo de 2026, nos Estados Unidos. “Entendemos que é importante apoiar o futebol, justamente porque receberemos algumas partidas no Gillette Stadium, como as quartas de final. Seria legal se pudéssemos ter a Seleção lá. Estamos conversando e a nossa intenção é apoiar o Brasil. Se acontecer, vamos recebê-los da melhor forma possível”, afirmou.

Isso caminha com o trabalho social, que procura contato com as federações de futebol americano para o acesso das crianças à modalidade para transmitir a essência dos Patriots aos brasileiros.

* Estagiário sob a supervisão de Marcos Paulo Lima

Seis perguntas para...

LARA MAGALHÃES, gerente de negócios do New England Patriots no Brasil

Como está o feedback do Patriots no Brasil?

Desde que o Patriots começou a atuar ativamente aqui, vimos um crescimento exponencial, mesmo tendo alguns resultados em campo que nós sabemos que estão em período de reconstrução. Se o nosso time não está indo tão bem como poderia, e mesmo assim, nós estamos crescendo, imagina só quando o nosso time começar a ganhar. Estamos tendo um diálogo muito forte com o nosso torcedor, o que faz com que ele queira consumir os nossos conteúdos, os produtos, o que é postado, eles estão muito engajados. O Patriots está no Brasil, trouxe a ex-cheerleader, a única brasileira, para poder gerenciar isso para ter certeza de que tudo o que a gente gostaria de levar para o nosso torcedor está chegando nele.

Como vê o intercâmbio do futebol americano brasileiro e dos EUA?

Eu gosto muito de falar sobre o desenvolvimento do esporte alinhado à cultura. O americano já nasce e, com 2 ou 3 anos, está colocando um capacete na cabeça, assim como nós fazemos com o nosso futebol. Hoje, os Estados Unidos têm trabalhado muito essa vertente do soccer, do futebol, tanto que vai levar à Copa do Mundo. Da mesma forma que eu acredito que o Brasil tem trabalhado o futebol americano. Os dois esportes caminham em opostos, mas na mesma direção. O futebol americano no Brasil tem uma crescente muito grande e o soccer, o nosso futebol brasileiro, tem uma crescente gigantesca nos Estados Unidos. Em questão de desenvolvimento, talvez a gente esteja se equiparando.

Essa expansão pensa em formar novos jogadores no Brasil?

Acredito muito que isso seja um processo natural. A expansão da liga, dos times, os direitos de trabalhar em cada um dos mercados. Acho que vai ser uma seleção bem natural. O Patriots está conversando com a Confederação Brasileira de Futebol Americano (CBFA) para que a gente possa apoiá-los nessa parte de formação. O Brasil, diferentemente dos Estados Unidos,

Abimaél Marques



quando se pensa na expansão do esporte, é importante entender que é igual o futebol, porque o olímpico, de Copa e o nacional têm regulamentos diferentes. O flag football deve ser tornado mais acessível para as pessoas, mas também mantendo a essência do tackle football (o normal), porque faz parte da cultura americana. A NFL é a National Football League, então, quando se pensa em manter as raízes, é importante entender as diferenças, mas sem retirar um do outro.

Quais são as expectativas com o quarterback calouro Drake Maye?

Quando a gente vê um menino sendo chamado pela torcida brasileira de Menino Maye (trocadilho com Menino Ney, em referência a Neymar), acho que isso cria uma conexão gigantesca com a nossa torcida. Ele realmente é um menino e temos que dar oportunidade, porque esse processo de reconstrução vai demandar um pouco de tempo e de paciência. Queremos crescer e, quem sabe, agora não é a nossa melhor oportunidade. Vê-lo lançando três touchdowns no primeiro jogo, eu realmente acho que temos um futuro brilhante pela frente.

Como foi quebrar o paradigma de ser uma mulher na gestão do esporte?

Quem fala que o mundo do esporte para mulher é fácil está mentindo, não é. Eu tenho um privilégio muito grande de trabalhar e representar uma marca como New England Patriots, que 43% do corpo de diretores e vice-presidentes é composto por mulheres. Então, dentro de casa, tenho inspiração diária de mulheres que são mães, guerreiras e que trabalharam muito para conquistarem os seus lugares. Quebrar essa barreira, para mim, que sou tão nova, tenho um caminho longo ainda pela frente, é realmente abrir as portas para as novas gerações, para as nossas meninas, para as nossas mulheres, para que elas tenham cada vez mais coragem de quebrar esses paradigmas. Porque não é fácil, mas eu posso te afirmar, é muito bom.



Escaneie o QR Code e assista na íntegra à entrevista da gerente de negócios do New England Patriots, Lara Magalhães, ao Podcast CB.Esportes

ESCOLHA A $\times \div = \%$

ESCOLA DO SEU FILHO 2024

APRESENTA:

O FUTURO DA EDUCAÇÃO
E A BUSCA PELA FORMAÇÃO COMPLETA DO INDIVÍDUO

O Correio Braziliense promoverá o evento "O futuro da Educação e a busca pela formação completa do indivíduo" com o objetivo de abordar o processo de ensino-aprendizagem de crianças e jovens. Com a presença de especialistas, o veículo se aprofundará na temática para contribuir com o desenvolvimento do segmento educacional.

12 de novembro
a partir das 14h30

Acompanhe a transmissão ao vivo no site e redes sociais do Correio Braziliense.

PATROCÍNIO:

APOIO:

REALIZAÇÃO: