

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM JORNALISMO

Jessica Cabral de Mello

**JOGADORES DE FUTEBOL E CELEBRIDADES:
Uma análise do caso Neymar**

Porto Alegre
2012

Jessica Cabral de Mello

**JOGADORES DE FUTEBOL E CELEBRIDADES:
Uma análise do caso Neymar**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social - Habilitação Jornalismo pela Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof. Dra. Sandra de Deus

Porto Alegre
2012

JESSICA CABRAL DE MELLO

**JOGADORES DE FUTEBOL E CELEBRIDADES:
Uma análise do caso Neymar**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.^a Dra. Sandra de Fátima Batista de Deus (Orientadora) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Dra. Sabrina Franzoni - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Ms. Vicente Fonseca – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Porto Alegre
2012

RESUMO

Com o crescimento do marketing esportivo e da utilização dos jogadores de futebol como peças também de uma engrenagem publicitária, os atletas desta modalidade estão cada vez mais voltados às figuras das celebridades, figurando em festas, anúncios, videoclipes musicais, dentre outros, o que atrai a atenção de um público bem mais vasto do que aquele que só acompanha o esporte. Dessa forma, realizamos uma análise de conteúdo de matérias publicadas no GLOBOESPORTE.COM que continham no título o nome Neymar. No período entre 1º e 29 de fevereiro de 2012 encontramos 93 publicações. O objetivo é observar quais características fazem do atacante santista uma celebridade e como a mídia colabora para reafirmar essa condição perante seu público através de suas reportagens diárias.

Palavras-chave: Neymar – jogadores de futebol – Celebridades – Jornalismo Esportivo - entretenimento

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 CONCEITOS	13
2.1 Celebidades.....	13
2.2 Jornalismo Esportivo.....	23
2.3 Jornalismo e Entretenimento.....	32
3 METODOLOGIA DE PESQUISA	41
3.1 Mas, afinal, quem é Neymar?.....	41
3.2 Globoesporte.com: o maior portal esportivo brasileiro.....	43
3.3 Análise de Conteúdo.....	44
3.4 Apropriação do método.....	48
4 ANÁLISE	50
4.1 Quadro quantitativo	50
4.2 Celebridade	51
4.2.1 Neymar apresenta novo uniforme da seleção.....	51
4.2.2 Neymar completa 20 anos de 'ousadia e alegria'.....	52
4.2.3 Neymar comemora aniversário.....	52
4.2.4 Neymar faz exame de vista no Santos.....	53
4.2.5 Neymar ganha brinquedo de patrocinador.....	53
4.2.6 Neymar mais humilde que Cristiano Ronaldo.....	54
4.2.7 Neymar homenageado em Carnaval.....	54
4.2.8 Neymar à procura de óculos antes de embarque para a Bolívia.....	55
4.2.9 Neymar brinca na piscina do hotel.....	55
4.2.10 Neymar comanda trote em novatos.....	56
4.2.11 Neymar chega animado a estádio.....	56
4.2.12 Santos libera Neymar para Carnaval.....	57
4.2.13 “Agora vale tudo”: Neymar sobre o Carnaval baiano.....	57
4.2.14 Neymar canta em camarote.....	58
4.2.15 Neymar curte Carnaval em Salvador.....	58
4.2.16 Neymar aproveita Carnaval ao lado de mulheres.....	59
4.2.17 Neymar pergunta a colegas de Santos se o viram no Carnaval... ..	59
4.2.18 Neymar canta em camarote. Desta vez, na Sapucaí.....	60
4.2.19 Neymar aproveita Carnaval no Rio de Janeiro.....	60

4.2.20 Neymar faz tratamento com "agulhadas".....	61
4.3 Futebol.....	61
4.3.1 Declarações do jogador Neymar.....	61
4.3.1.1 Neymar sente saudade da Vila Belmiro.....	62
4.3.1.2 Neymar elogia Alan Kardec: "Sou fã".....	62
4.3.1.3 Neymar pede empenho dos companheiros.....	62
4.3.1.4 Neymar relata pânico após choque com goleiro.....	63
4.3.1.5 Neymar promete esforço máximo na estreia.....	63
4.3.1.6 Neymar brinca com o número de faltas sofridas.....	64
4.3.1.7 Neymar não se preocupa com faltas sofridas.....	64
4.3.1.8 Neymar quer representar a nação.....	64
4.3.1.9 Neymar elogia Ganso.....	65
4.3.1.10 Neymar fã de Ronaldinho Gaúcho.....	65
4.3.1.11 Neymar fala sobre seleção e Copa do Mundo.....	66
4.3.1.12 Neymar comemora vitória da seleção.....	66
4.3.1.13 Neymar é vítima de faltas. Desta vez, na seleção.....	67
4.3.2 Reportagens de jogo.....	67
4.3.2.1 Neymar pratica para tentar marcar de bicicleta.....	67
4.3.2.2 Neymar em busca de seu 100° gol.....	68
4.3.2.3 Neymar capitão contra o Palmeiras.....	68
4.3.2.4 Santos mede forças contra o Palmeiras.....	68
4.3.2.5 Neymar marca 100° gol, mas Santos perde.....	69
4.3.2.6 Neymar e Muricy divergem por expulsão de Ibson.....	69
4.3.2.7 Neymar deixa Presidente Prudente mancando.....	70
4.3.2.8 Neymar: craque e artilheiro.....	70
4.3.2.9 Neymar bate Messi na marca dos 100 gols.....	71
4.3.2.10 Neymar marca três e Santos goleia o Botafogo-SP.....	71
4.3.2.11 Neymar e Ganso: os mais preparados para a altitude.....	72
4.3.2.12 "Geração Neymar" espera repetir "Era Pelé".....	72
4.3.2.13 Neymar e Ganso comandam "bloco da arte" santista.....	73
4.3.2.14 Neymar indeniza árbitro em R\$ 15 mil.....	73
4.3.2.15 Folião Neymar testa fôlego contra o Comercial.....	73
4.3.2.16 Folião Neymar mostra disposição contra o Comercial.....	74
4.3.2.17 Neymar marca dois e Santos goleia a Ponte Preta.....	74

4.3.2.18 Do calor brasileiro à neve suíça.....	75
4.3.2.19 Neymar: quinto maior artilheiro do Santos pós-Pelé.....	75
4.3.2.20 Trio “brasileiro” contra a Bósnia.....	75
4.3.2.21 Neymar x Dzeko: duelo de goleadores.....	76
4.3.2.22 Torcida joga isqueiro em Neymar.....	76
4.3.2.23 Neymar próximo de fechar com seu 10º patrocinador.....	77
4.3.2.24 Neymar e Ganso elevam rendimento do Brasil.....	77
4.4 O que outras pessoas falam.....	77
4.4.1 Companheiros de trabalho.....	78
4.4.1.1 Fucile se diz pronto para ajudar Neymar e Ganso.....	78
4.4.1.2 Muricy exalta novo show de Neymar.....	78
4.4.1.3 Fucile elogia Neymar: “Ele é fora de série”	79
4.4.1.4 Felipe Anderson quer seguir os passos de Neymar.....	79
4.4.1.5 Faltas em Neymar tiram Muricy do sério.....	80
4.4.1.6 Arouca também condena excesso de faltas em Neymar.....	80
4.4.1.7 Presidente do Santos sonha com Neymar após 2014.....	80
4.4.1.8 Santos prepara DVD de pancadas em Neymar.....	81
4.4.1.9 'Neymar Niemeyer' e outras frases do presidente santista..	82
4.4.2 Adversários.....	82
4.4.2.1 Henrique quer estragar festa de aniversário de Neymar.....	82
4.4.2.2 Juninho se rende a Neymar.....	83
4.4.2.3 Imprensa boliviana destaca Neymar.....	83
4.4.2.4 Salário de Neymar é maior do que o do The Strongest.....	83
4.4.2.5 Guarani lamenta convocações de Neymar e Ganso.....	84
4.4.2.6 Jogadores do Comercial se rendem a Neymar.....	84
4.4.2.7 Ponte Preta reforça marcação em Neymar.....	85
4.4.2.8 Contra Neymar, Ponte Preta aposta em retorno de meia....	85
4.4.2.9 Faltas em Neymar provocam expulsões da Ponte Preta....	85
4.4.2.10 Técnico da Ponte diz que Neymar é “intocável”.....	86
4.4.2.11 Bugrinos comemoram ausência de Neymar.....	86
4.4.3 Outras figuras.....	87
4.4.3.1 Tiago Leifert elege as grandes jogadas de Neymar.....	87
4.4.3.2 Pelé parabeniza Neymar pelo aniversário.....	87
4.4.3.3 Villas-Boas diz que Neymar reflete a evolução do futebol...	88

4.4.3.4 Atacante do Sport diz que não é Neymar.....	88
4.4.3.5 Volante do Aracruz marca gol “a la Neymar”.....	89
4.4.3.6 Velejador fã de Neymar.....	89
4.4.3.7 Assim como Neymar, Lucas também curte o Carnaval.....	90
4.4.3.8 Ronaldo acompanha Neymar na Sapucaí.....	90
4.4.3.9 Ronaldinho Gaúcho feliz em atuar junto de Neymar.....	90
4.5 Fãs.....	91
4.5.1 Sósia chama atenção na entrada do CT Rei Pelé.....	91
4.5.2 Fã de Valdívia surge em meio a “Neymarzetes”.....	91
4.5.3 Santos treina ao som dos gritos das “Neymarzetes”.....	92
4.5.4 Bolivianos tietam Neymar após partida.....	92
4.5.5 Torcedores tatuam rostos de Neymar e Pelé no peito.....	93
4.5.6 “Sósia” de Neymar torce pelo Brasil na Suíça.....	93
4.5.7 Meia do Inter surge com cabelo a la Neymar.....	94
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	95
6 REFERÊNCIAS.....	98

1 INTRODUÇÃO

Enquanto esporte profissional, o futebol surgiu no final do século XIX, com a criação do Football Association, na Inglaterra, que formulou as regras que são a base para o jogo que praticamos na atualidade. Com o passar dos anos e, principalmente, com a evolução das tecnologias de gramados, uniformes, chuteiras, preparação física e demais fatores fundamentais para uma boa partida, o futebol foi também crescendo em receita, tornando-se um verdadeiro negócio. Com a criação da televisão e, mais recentemente, da internet, os meios de comunicação se popularizaram, oferecendo ao público a possibilidade de acompanhar diariamente e por períodos de 24h seguidas o conteúdo informativo.

Dessa forma, não eram mais apenas as partidas de futebol propriamente ditas que atraíam a atenção dos aficionados. Agora, eles queriam saber o que acontecia no extra-campo, no pós-jogo, nos bastidores. Os jogadores foram deixando aos poucos de ocupar o *status* apenas de atleta para receber também o nome de celebridades. O crescimento do marketing esportivo e da publicidade dentro deste meio colaborou sobremaneira para que isso acontecesse. As figuras do futebol não estavam mais apenas no campo, mas sim na propaganda de determinado produto, marcando presença na festa de um patrocinador particular, participando de videocliques de artistas famosos, sendo parte de um universo de fama, onde figuram cantores, atores, modelos, apresentadores e, agora, também jogadores de futebol.

Tendo em vista este cenário, esta monografia analisará o caso do atacante do Santos Neymar. Figurando em grande parte das matérias do jornalismo esportivo, do jornalismo de celebridades e também do jornalismo de entretenimento, o jogador é o principal exemplo no Brasil hoje de que os atletas não são mais apenas atletas. No caso específico de Neymar, o jovem de recém 20 anos já têm 11 contratos publicitários exclusivos (Volkswagen, Nike, Panasonic, Red Bull, Tenys Pé Baruel, Lupo, Ambev, Claro, Unilever, Banco Santander e Heliar), que lhe rendem mais de R\$ 2 milhões mensais – deste valor, apenas R\$ 250 mil são pagos pelo clube. Números esses que tendem a crescer. O atacante, que cria moda entre os jovens toda vez que muda seu

estilo de cabelo ou que cria uma nova dança na hora de comemorar seus gols, é um verdadeiro fenômeno para a publicidade – e, da mesma forma, para os jornalistas, porque não dizer, visto que o jornalismo também depende da venda de espaços publicitários para se sustentar.

É um círculo informativo que se forma, dos jornalistas dedicarem espaço em suas publicações para divulgarem propagandas gratuitamente e, ao aumentarem em termos de audiência e alcance na sociedade, as publicidades voltarem-se novamente para o jogador, que novamente receberá espaço na mídia. Dessa forma, nos perguntamos: como o jornalismo contribui para tornar Neymar uma celebridade? É possível enquadrar esse jogador dentro dos conceitos que configuram uma celebridade? É o que tentaremos responder com esta monografia.

A fim de encontrar soluções para tais questionamentos, foi necessário primeiramente inseri-los em algumas referências teóricas. Dessa forma, no capítulo 2 abordaremos alguns conceitos que julgamos ser fundamentais para compreender três âmbitos distintos que norteiam essa monografia, mas que também são, ao mesmo tempo, muito próximos e se fundem em grande parte das vezes. Na primeira parte falaremos sobre celebridades, tentando defini-las por meio de alguns autores como Marshall (2006), Pena (2002), Simões (2009), Thompson (2008), Gamson (1994), Herschmann e Pereira (2003) e outros. Na segunda parte trataremos os conceitos do espanhol Alcoba (1980, 1999, 2005) sobre o que configura o jornalismo esportivo. Por fim, exporemos a teoria sobre o jornalismo de entretenimento, que muitas vezes se mescla com a notícia de celebridade ou de fofoca, trazendo os conceitos de Amaral (2008), Gadini (2007), Dejavitte (2007), Marshall (2003), Souza Júnior e Ventura (2010), dentre outros.

No capítulo 3 apresentaremos a metodologia de pesquisa que optamos para esta monografia. Faremos uma breve introdução sobre a carreira de Neymar no futebol profissional do Santos, iniciada em 2009 e que segue até o tempo presente, e do portal de notícias esportivas que utilizamos para o nosso objeto de estudo, o GLOBOESPORTE.COM. A seguir faremos a exposição da linha metodológica escolhida e explicaremos como iremos utilizá-la para responder as perguntas apresentadas nesta introdução. Seguindo os preceitos teóricos de Laurence Bardin (1977), utilizamos a análise de conteúdo para

dividir 93 matérias reunidas entre os dias 1º e 29 de fevereiro de 2012 em quatro categorias principais, sendo que duas delas são subdivididas em outras cinco.

O capítulo 4 será dedicado para a análise de cada um dos 93 textos separadamente, dentro de cada categoria temática. Ao final, será apresentado um quadro a fim de comparar, de maneira quantitativa, as reportagens agrupadas em cada uma delas. Com as divisões por temática, buscamos entender pelo conteúdo de cada reportagem e também pelo resultado quantitativo obtido como o jornalismo contribui para tornar Neymar uma celebridade e se ele, de fato, pode ser considerado como tal. As conclusões chegadas durante a pesquisa serão expostas no capítulo 5, com as considerações finais sobre jornalismo esportivo, Neymar, celebridades e entretenimento.

2 CONCEITOS

2.1 Celebidades

O cenário midiático contemporâneo é marcado pela forte presença de celebridades, cada vez em maior expansão. Sejam pelos seus talentos profissionais, por suas participações em programas de televisão (os atuais *reality shows* colaboram para o crescimento das tais celebridades instantâneas), por seus atos heróicos ou mesmo por puro exibicionismo, essas pessoas frequentam o cotidiano midiático com cada vez mais frequência. Crescem as publicações especializadas em acompanhar o dia a dia dessas celebridades e, mesmo as que não são específicas para esse gênero, buscam encontrar informações pessoais de seus personagens - sejam eles jogadores, políticos ou empresários.

Para Marshall (2006, p. X), "o conceito de celebridade é melhor definido como um sistema de significados e comunicações valorizados". A pessoa que se torna uma celebridade tem um poder discursivo maior do que os demais, sua voz está acima da dos outros e, por meio dos sistemas de mídia, ela acaba sendo considerada como legitimamente significativa. Ela também pode ser considerada uma celebração de uma nova ordem de valores que foi instaurada na sociedade a partir do último século. A valoração de uma celebridade está na sua capacidade de conseguir criar efeitos dramáticos e manter um fascínio da sociedade sobre si (Pena, 2002). Além disso, a sua constituição se dá de maneira situacional, visto que é no contexto social em que estão inseridas que esses atores sociais alcançarão a fama. É também por esse contexto que emergem os valores que farão atores se transformarem em celebridades, ao mesmo tempo em que os significados construídos nos dispositivos midiáticos sobre esses retornam à vida social, "irrigando o universo simbólico que a constitui" (Simões, 2009, p. 76).

Pode-se dizer que nenhuma pessoa já nasce enquanto celebridade. Existe um processo de construção de narrativa para que isso aconteça, e a mídia é um dos principais colaboradores. Mesmo que a pessoa seja filha, por exemplo, de alguma celebridade já consolidada, isso não quer dizer que,

consequentemente, ela também será uma celebridade. Para que isso aconteça, é preciso que ela figure na mídia, que o público acompanhe seus passos e conheça sua vida em detalhes. Para Simões (2009), para que surjam as celebridades, é preciso que exista uma interação entre diferentes fatores.

Seguindo a ideia do antifundacionalismo, é preciso pensar que as celebridades não existem como entidades pré-estabelecidas que são simplesmente dadas a ver pela mídia; elas não são dados existentes a priori. Elas emergem a partir das diferentes interações que se estabelecem entre as “estrelas em potencial”, os indivíduos na vida cotidiana, a mídia e o contexto social (Simões, 2009, p.75).

Os significados produzidos pela mídia são decorrentes do que aquela celebridade produz, suas vivências ou experiências. O interesse do público em consumir e o das empresas de comunicação em produzir suas narrativas biográficas são suscitadas pelas ações e reações deste mundo e, ao apropriar-se delas, a mídia produz uma nova ação, que tem o poder de influenciar discursos e impulsionar diferentes experiências (Simões, 2009). E é devido ao trabalho da mídia que ações inicialmente ocultas da sociedade ganharam um novo status, tornando-se um algo público. Dessa forma, o que era invisível se transformou em algo de total conhecimento para todos (Thompson, 2008).

No mundo midiático ao qual estamos inseridos, as empresas jornalísticas - especialmente as que tratam do entretenimento - não precisam mais correr atrás da informação. Muitas vezes, essa informação chega até elas por meio dos próprios indivíduos da qual essa se refere, via assessorias de imprensa. Thompson (2008, p. 24) classifica essa nova sociedade como a "sociedade da autopromoção", por ter se tornado cada vez mais comum personagens aparecerem diante do público para desnudar algum aspecto sobre si mesmo ou sobre sua vida pessoal. Vale ressaltar que existem duas faces nessa nova visibilidade. Da mesma forma como ela é interessante para o sujeito social, que vê sua popularidade crescer com novas oportunidades criadas, ajudando-a a construir sua imagem pública, ela também o prejudica a partir do momento em que não é possível controlar o que, de fato, será publicado.

Hoje, existe uma proximidade muito grande entre o entretenimento e os demais gêneros jornalísticos na mídia. Uma reportagem política, por exemplo, pode muito bem receber um viés de entretenimento, dependendo apenas da

história que se quer contar e da forma como isso será feito. Dessa forma, a melhor maneira para compreender a figura da celebridade como um fenômeno cultural mais geral é compreender primeiro como funcionam as celebridades do entretenimento, "sua dinâmica peculiar, seu lugar na vida cotidiana, suas implicações mais amplas" (Gamson, 1994, p. 5). Os textos publicados, os produtores dessas matérias e a receptividade da audiência seriam o ponto de partida de análise para começar a entender esse fenômeno, conforme propõe os estudos de Gamson (1994).

No tempo de alta visibilidade midiática no qual vivemos, as figuras que se encontram no topo da escala da vida pública se vêem agindo em um ambiente informativo que é muito diferente do que existia há décadas. Para Herschmann e Pereira (2003), um dos principais fatores para o crescimento desse fenômeno foi a criação e posterior popularização dos computadores e da internet. Mais do que uma ferramenta em que projetamos nossas ideias e fantasias, o computador "constitui-se numa poderosa ferramenta de transformação da experiência social" (Herschmann; Pereira, 2003, p. 18). A instantaneidade da comunicação via internet permitiu a consolidação de celebridades em âmbito mundial e a criação das chamadas "celebridades de 15 minutos", que surgem por diversos meios, seja por ferramentas oferecidas pela própria internet, como redes sociais e blogs, seja por participações em programas de auditório ou em *reality shows*. Atualmente, não é preciso ter talento - no sentido profissional - para ganhar espaço na mídia. Muitos fazem carreira simplesmente por serem amigos ou terem tido um caso com alguém famoso. No mundo do futebol vemos bastante as figuras das marias-chuteiras, mulheres que se especializam em conhecer e se envolver com jogadores. Algumas, sequer buscam o dinheiro ou a vida oferecida pelo esporte, somente esperam tornarem-se reconhecidas pelo simples fato de serem fotografadas ou filmadas ao lado de algum craque.

Para Marshall (2006), as celebridades são o potencial do capitalismo, existindo em uma esfera de símbolos que se assemelham a mercadorias no mercado de ações, ganhando e perdendo valor conforme os acontecimentos de cada dia. Essas pessoas existem acima do mundo real, como se fossem deuses intocáveis. Eles estão autorizados a circular na cena pública, ter acesso a lugares a que o povo em geral não tem e expressar-se de forma individual,

enquanto os demais são tratados como agregados demográficos, existindo como conjunto, mas não como um alguém especial - no caso, uma celebridade. Todavia, para seguir sendo uma, é importante continuar oferecendo algo de interessante ao público, o que não significa necessariamente que a informação precise ser relevante para a sociedade, como algo sobre a sua vida profissional. A busca por detalhes sobre a vida privada de uma celebridade é justamente um dos pontos que ajudam a classificá-la como tal, segundo define Graeme Turner (2007).

O interesse na celebridade é guiado pelo desejo de descobrir o que essas pessoas famosas realmente são. Para a celebridade alimentar esse desejo, é preciso que haja mais do que apenas um catálogo de atividades profissionais de sucesso [...]. É necessário também haver algum elemento de convite a investigar sua vida privada: uma menção à existência de outra, frequentemente mais ordinária e familiar, personalidade sob a face pública. Uma das características definidoras da celebridade, então, é a capacidade de sustentar interesse em sua vida privada. Quando a audiência de uma pessoa famosa se torna mais interessada em sua vida privada do que em atividades que as tornaram famosas em primeiro lugar, então, aquela pessoa se tornou uma celebridade (Turner, 2007, s/p)

É interessante observar esse aspecto, do interesse principal no privado ao invés do profissional, no cenário futebolístico mundial. Com o passar dos anos, os jogadores foram se tornando mais interessantes para um público cada vez maior pelo que apresentavam fora de campo do que dentro dos gramados. O meio publicitário percebeu o crescimento do esporte e o quanto era válido financeiramente investir em sua imagem. Hoje, enxergamos jogadores em comerciais de supermercado, de telefonia celular, de shampoo, ambientes que fogem completamente do esportivo. Vejamos o caso do atacante Neymar, do Santos, objeto de estudo deste trabalho. O jovem de 20 anos não só é garoto propaganda, como participa de shows de cantores famosos, integra lista de convidados vips para camarotes no carnaval, estrela clipes musicais, entre diversas outras atividades nem um pouco relacionadas com aquela que o tornou famoso inicialmente. O futebol ainda é o principal motivo para Neymar continuar sendo conhecido no Brasil e no exterior, mas suas ações extra-campo estão lhe transformando em uma celebridade que ultrapassa os limites do esporte e entra no imaginário de quem sequer sabe (ou se interessa) qual é a equipe integrada por ele. Dessa forma, "é indiscutível que essa demanda

pelo show da vida, ou melhor, pelo biográfico que está respaldada no interesse pela vida enquanto entretenimento" (Hershmann; Pereira, 2003, p. 44).

Normalmente algumas das principais características do que seria a fama contemporânea, como o interesse do público em observar e o da celebridade em se mostrar, buscando criar sua própria imagem, são associadas aos produtos da cultura de massa, um fenômeno moderno. Para Gamson (1994, p. 16), isso seria um equívoco, pois bastaria apenas uma olhada mais atenta para a história para perceber que "motivos básicos da celebridade moderna da América foram compostos muito antes do desenvolvimento das tecnologias da 'cultura de massa'". O autor cita as trajetórias de Alexandre, o Grande, e Julio Cesar, que, desde a antiguidade, já eram exemplos de como forjar sua própria imagem conforme seu interesse momentâneo. Na história, é possível resgatar diversas figuras que exemplifiquem que a ambição de se destacar na multidão, ser conhecido por aqueles que não se conhece e ter impacto naquela época não são características exclusivas dos séculos XX e XXI. As celebridades sempre existiram, o que muda é a forma como as encaramos.

Não é nem preciso ir tão longe no tempo. Focando-se no tema que é assunto deste trabalho, o futebol, podemos observar a diferença entre Pelé e Neymar, dois craques que marcaram gerações. Apesar de ainda não existir internet e de a televisão estar dando apenas seus primeiros passos, Pelé era uma verdadeira celebridade à sua época. No final da década de 50 e no decorrer das décadas de 60 e 70, o ex-atacante santista viveu tempos de glória na mídia. Salvando-se as diferenças tecnológicas, o estrelismo de Pelé se assemelhava muito ao que vive hoje Neymar, provavelmente até mais. Também era uma figura frequente em capas de revista, no noticiário impresso esportivo, em programas de rádio, aventurando-se também no mundo publicitário e até cinematográfico, com as películas relativamente famosas "Os Trombadinhas", de 1979, e "Fuga para a Vitória", de 1981. A diferença é que as celebridades de hoje têm à sua disposição diversos artifícios, especialmente os tecnológicos, para se destacarem da massa. Essa difusão cada vez mais intensa das informações via novas tecnologias estaria tornando-as um espetáculo grandioso e ininterrupto (Herschmann; Pereira, 2003).

No universo esportivo, especificamente, a figura da celebridade muitas vezes também se confunde com a do mito ou do herói. Baseada na linguagem

bélica para narrar o que acontece nas competições (Alcoba, 2005), a linguagem esportiva utilizada pela mídia colabora nesse aspecto de criação dos ídolos. Frequentemente vemos jogadores sendo apelidados de "guerreiro", "imortal", "gladiador", "muralha", todos nomes que rememoram a época das grandes guerras. Quanto mais decisiva for a "batalha" vencida, mais próximo de se tornar um herói está o jogador de futebol. O auge da carreira de um jogador de futebol, ainda hoje, é conquistar uma Copa do Mundo pela seleção do seu país. Grande parte dos nossos ídolos brasileiros levantou uma taça no Mundial, ou, ao menos, tiveram uma grande atuação com a camisa canarinho - como a seleção de 1982, que não venceu a competição, mas segue sendo lembrada por seu futebol espetáculo, tendo como grandes nomes Zico e Falcão. José Carlos Marques (2005) analisa a carreira do atacante, agora aposentado, Ronaldo Fenômeno. Em sua pesquisa, observa que "a construção desse mito na sociedade midiática moderna só pôde ser sedimentado com o título mundial obtido pela seleção brasileira em junho de 2002" (Marques, 2005, p. 9). Neste ponto, podemos fazer a comparação com o santista Neymar. Apesar de ser a grande figura midiática do futebol brasileiro da atualidade, o jovem só será, de fato, um mito a partir do momento em que conquistar um título também pelo Brasil. Hoje, ele é um herói apenas para os torcedores do Santos, pelas vitórias na Copa do Brasil, Campeonato Paulista e Libertadores, sendo uma celebridade para todos os brasileiros.

A categoria de mito é reservada apenas para alguns eleitos, cabendo à mídia funcionar como um elo que fundamenta a continuidade do enredo do herói (Marques, 2005). As novas tecnologias, especialmente a televisão a cabo e a internet, colaboraram no processo de globalização das informações, intensificando o processo de construção midiática desses mitos dentro do universo esportivo. Por meio da exposição intensa desses ídolos na mídia, a imprensa agiu constantemente, ao longo do século XX (e seguindo no século XXI ainda mais forte), no sentido de criar e recriar mitos, desmontando-os do mesmo modo. Existe um superdimensionamento da imagem do ídolo na mídia que contrasta, ao mesmo tempo, com a ultraexposição de suas fraquezas e erros (Marques, 2005). Um ídolo certamente será muito mais cobrado por suas derrotas do que um jogador mediano e, neste aspecto, a imprensa tem papel fundamental, pois cobra o atleta na mesma medida que um torcedor ou o

exalta da mesma forma, em caso de vitória. Para Alcoba (1980, p. 101), “o jornalista esportivo cria ídolos e pode também destruí-los”. Esse fenômeno é interessante para ambas as partes, para o atleta, que se legitima como um herói ou uma celebridade devido às publicações diárias, e para as empresas de comunicação, que necessitam destes como combustível para o funcionamento de sua engrenagem comercial com o público (Marques, 2005).

Ronaldo Helal (2003) observa que as narrativas de trajetórias de vida enfatizam a genialidade e o imprevisto como características marcantes para se alcançar o sucesso. No caso específico das narrativas esportivas, a ênfase fica por conta da "irreverência" e da "malandragem" para determinar as conquistas dentro de campo. No estudo (2002) que o autor fez sobre o ex-atacante Romário, hoje deputado federal pelo PSB, observa-se que esses atributos são essencializados como "tipicamente brasileiros". Outro ponto que ajuda a confirmar a fama do jogador de futebol é a sua identificação com público, por meio da sua história de vida. Normalmente por serem jovens da periferia, filhos de pais humildes, trabalhadores, que passaram a infância com dificuldade, os jogadores se aproximam da grande massa, tornam-se um “alguém igual a mim”, que subiu na vida, cresceu na carreira, servindo de exemplo para aqueles muitos que nunca conseguirão ultrapassar o campo da várzea. Além disso, Helal (2002) também faz uma distinção entre o que o herói e a celebridade.

Enquanto os primeiros frequentemente possuem características que os transformam em heróis, os do outro universo raramente possuem estas qualidades. A explicação para este fato reside no aspecto agonístico, de luta, inerente ao universo do esporte. O 'sucesso' de um atleta depende do 'fracasso' do seu oponente. Edgar Morin (1980) e Joseph Campbell (1995) já haviam chamado a atenção para a diferença entre celebridades e heróis. Enquanto os primeiros vivem somente para si, os heróis devem agir para 'redimir a sociedade'. A saga do herói clássico fala de um ser que parte do mundo cotidiano, se aventura a enfrentar obstáculos considerados intransponíveis, vence-os e retorna à casa dividindo os seus feitos com seus semelhantes (HELAL, 2002, p. 1).

Essa distinção fica ainda mais clara quando aplicada ao futebol. O jogador pode ser uma celebridade, figurando na mídia constantemente por suas qualificações artísticas diversas das suas profissionais. Todavia, só será verdadeiramente um herói a partir do momento em que incluir em seu currículo

uma grande conquista. Se essa conquista for tida como "impossível" pelo público, ainda melhor, porque torna o jogador um ser acima do natural, que conseguiu realizar uma façanha que poucos conseguiriam. Por isso o gosto tão grande dos torcedores em ver seus times apresentarem "raça" em campo, "deixarem a alma" no gramado. O espetacular, o fora do normal, é o que atrai a atenção do espectador, que reconhece o trabalho do ídolo e passa a tê-lo como um herói, por ter honrado o escudo do clube e ter vencido a batalha, em uma associação clara aos confrontos bélicos de outrora.

Para Herschmann e Pereira (2003), as fronteiras que separam heróis de celebridades estão cada vez mais fragilizadas e já não é mais possível apontar com precisão quais são os fatores que os fazem passar de um ponto a outro, tornando-se ídolos, se são o talento, os atos heróicos ou as estratégias publicitárias bem-sucedidas. No fundo, pode ser considerada uma junção de todos. Os três "se articulam no sentido de produzir heróis/celebridades em contextos de alta visibilidade" (Hershmann; Pereira, 2003, p. 13). As características básicas que se exigem de um herói atualmente são bem diferentes das exaltadas em tempos passados. Hoje, não se exige sacrifícios ou virtudes de caráter, mas pede-se que eles tenham simplesmente "personalidade", que tenham a capacidade de representar, como um ator (Hershmann; Pereira, 2003).

Com as mudanças nos sistemas de comunicação, que exigem a informação instantânea e oferecem recursos tecnológicos para que isso aconteça no rádio, TV e, especialmente, internet, observa-se a construção diária das biografias dos heróis. Não é mais preciso aguardar pela morte da celebridade para que seja interessante lançar um livro com a história da sua vida. Hoje, muitos lançam suas biografias em vida - às vezes, mais de uma vez, em momentos distintos da vida. Contudo, o mais importante nas construções biográficas atuais é a participação da mídia como fator fundamental. "Se, no passado, era preciso ler a biografia de uma estrela para conhecer passagens de sua intimidade que ela julgasse conveniente divulgar, hoje a biografia é escrita diariamente na mídia" (Pena, 2002, p. 155). O acompanhamento diário da vida profissional da celebridade e todos seus acontecimentos pessoais ajudam a construir no dia a dia a história daquela pessoa. Os famosos estão cada vez mais expostos - e querem que assim o

seja - e a imprensa explora isso para que possa se realimentar a cada instante em um movimento cíclico e ininterrupto.

A espetacularização da vida toma o lugar das tradicionais formas de entretenimento. Cada momento da biografia de um indivíduo é superdimensionado, transformado em capítulo e consumido como um filme. Mas a valorização do biográfico é diretamente proporcional à capacidade desse indivíduo em roubar a cena, ou seja, em tornar-se uma celebridade. Aliás, as celebridades tornaram-se o pólo de identificação do consumidor-ator-espectador do espetáculo contemporâneo. São elas que catalisam a atenção e preenchem o imaginário coletivo (Pena, 2002, p. 148)

Rondelli e Herschmann (2000) observam que a presença do biográfico na mídia demonstra qual é o tipo de texto que está ao nosso redor o tempo todo, estando muito além das obras escritas e nomeadas como tal. Esse tipo de narrativa vem se tornando uma referência fundamental para os indivíduos na cultura contemporânea. Isso porque, "a partir delas os agentes sociais, ao mesmo tempo, atribuem sentidos e significados para a realidade e constroem, provisoriamente, um lugar para si no mundo" (Herschmann; Pereira, 2003, p. 8). Mais do que qualquer outro tipo de narrativa, seja ela biográfica ou de construção da memória, são as narrativas pessoais que estão se tornando cruciais para a ordenação da vida dos atores sociais contemporâneos. Todo o veículo de comunicação, quer seja uma revista, um jornal ou um programa de TV, passa a ter grande importância no cenário atual, pois faz com que nos sintamos parte de um algo maior, de uma coletividade. Todo o material biográfico, ficcional ou não, recria e alimenta comunidades de fãs, consumidores, curiosos, integrando-os enquanto grupo.

Herschmann e Pereira (2003, p. 11) dão o nome a isso de "comunidade imaginada", a qual "no mundo globalizado contemporâneo, engloba, crescentemente, contextos distantes, indivíduos que não se conhecem presencialmente, guiando-se, em grande medida, pelo acesso a uma 'intimidade à distância'". As novas mídias digitais colaboram para que essa sensação de pertencimento a uma determinada comunidade se amplie. Redes sociais, muito usadas pelas celebridades atualmente, são um dos fatores a serem apontados como contribuinte. As postagens, quase sempre em tom pessoal, chegam a milhões de fãs espalhados por países de todo o mundo. Além das publicações em texto, há também as fotografias compartilhadas, que

dão a sensação da proximidade tanto física quanto temporal. Uma das características que define uma celebridade, segundo Turner (2007), é sua sempre disponibilidade, podendo ser acessadas à vontade, criando-se juízos de valor sobre suas atividades.

O grande valor das celebridades para quem gosta de fazer uso delas como provocações para pensar sobre suas próprias vidas, ou sobre a vida dos outros, é que elas são tão excessivamente disponíveis. Elas podem ser acessadas à vontade, nós podemos dizer o que gostamos delas para os nossos amigos sem nenhum risco disso voltar a elas, nós podemos brincar com nossos pontos de vista sobre suas vidas sem correr o risco de sofrer qualquer recriminação da sociedade (Turner, 2007, s/p)

Não é preciso necessariamente admirar alguma celebridade para se gostar de consumir informações a respeito dela. Um dos motivos pelas quais histórias polêmicas sempre vendem é porque as pessoas gostam de analisar e julgar esses acontecimentos. Isso as ajuda a se reconhecer como humanas, pois estão vendo que aquela celebridade, que está acima do plano real, também possui defeitos e também comete erros. O universo teatralizado na qual vivemos transformou o cotidiano em espetáculo. Por isso, informações tão banais de celebridades, como um passeio na rua ou uma tarde de compras no shopping, ganham grandes destaques na mídia. Para Herschmann e Pereira (2003, p. 46), os consumidos online, de um mercado hiper-segmentado, realizam, por meio desse farto material biográfico veiculado na imprensa, "apropriações afetivas e simbólicas que lhes permitem atribuir sentidos à realidade, construindo laços sociais e comunitários, e (re)elaborando ou enquadrando uma memória local ou (trans)nacional". O consumo, ao mesmo tempo trivial e espetacular, nos traz a sensação de fazemos parte da coletividade, incluídas nela as celebridades.

Num certo sentido, a mídia pode ser, hoje, encarada como o ambiente mesmo no interior do qual cotidianamente construímos, desconstruímos e reconstruímos nossas vidas. Assim, o farto material biográfico que consumimos com grande naturalidade passa a ter especial importância ao produzir a recompensadora sensação de que fazemos parte de uma grande coletividade capaz de comportar ídolos, heróis e celebridades, mesclando-os com situações triviais e cotidianas, alimentando e recriando comunidades mediáticas de fãs e consumidores e inserindo-os, humildes e muitas vezes humilhados consumidores da mídia, num fugaz, mas inebriante universo de fantasias ao mesmo tempo triviais e espetaculares (Herschmann; Pereira, 2003, p. 47-48)

A cultura comercial, que propicia a criação e exaltação das celebridades, é um sistema de preservação da distração, um “ópio”, segundo aponta Gamson (1994), uma ferramenta de ideologia que caminha ao lado de suas ilusórias satisfações. As informações deste gênero não modificam diretamente nossa vida, embora devam ser reconhecidas como fatores de influência. Assim como divertem, também nos trazem a sensação do pertencimento. Celebidades podem ser vistas como inspirações, algumas são exemplos, outras, nem tanto. No caso do nosso futebol, onde é exaltada a imagem da “malandragem”, o que se vê é uma representação do que enxergamos de nós mesmos, enquanto povo brasileiro, e do que gostaríamos de passar para demais povos. Uma seleção nacional em uma Copa do Mundo é uma das maiores representações que uma população pode ter. O espírito demonstrado na competição, seja em campo ou na torcida, é o que nos define como uma comunidade. Por isso, é preciso observar o papel das celebridades além da banalidade por elas oferecidas. Muito do que elas representam é o que nós queremos que elas representem, com o esforço da mídia em divulgar e o do público em consumir.

2.2 Jornalismo Esportivo

O esporte é uma das atividades mais antigas desenvolvidas pelo homem. Segundo Alcoba (2005), a ação teria começado na época em que os homens viviam em tribos e o esporte era tratado apenas como uma diversão, um passatempo. Com apenas uma pedra arremessada no lago, os integrantes daquela tribo passaram a se reunir para disputar quem arremessaria aquela pedra mais longe. Para aprimorar a competição, começaram a perceber qual determinado tipo de pedra conseguiria chegar mais longe no lago e qual não conseguiria. Por meio da comunicação – talvez o primórdio da comunicação esportiva -, os homens trocavam informações, passavam adiante o conceito do jogo e quais as melhores maneiras de disputá-lo. Claramente nem de longe o exercício de atirar uma pedra no lago se assemelha à figura que o esporte tem hoje na sociedade moderna. Enquanto espetáculo e negócio, o esporte surgiu de fato no século XX, profissionalizando-se e atraindo multidões para os chamados eventos esportivos. Conforme explica Alcoba (1980, p. XII), “(o

esporte) é um fenômeno próprio do século XX e uma concepção moderna do espírito da unidade universal através de um colóquio físico e cultural, ao permitir o entendimento entre as raças salvando as barreiras ideológicas mais sólidas”.

O esporte deve ser visto também como um fenômeno cultural, com o poder de apaixonar e de atrair multidões para os estádios de competições, unindo raças, crenças e línguas diferentes que, naquele momento, estão juntas para acompanharem ou mesmo disputarem aquela mesma paixão. Como bem observou Jules Rimet, figura de extrema importância no mundo do futebol por ter sido o criador da Copa do Mundo, além de presidir a Federação Francesa de Futebol e a FIFA por décadas no início do século passado, “se a vinte e dois homens de vinte e dois países, que falam línguas distintas, pertencem a raças diferentes e professam religiões diversas, lhes entrega uma bola e um árbitro, há grande possibilidade de entenderem-se, jogarem e divertirem-se” (Zaldivia apud Alcoba, 1980, p. 22-23). Mais do que um jogo que apaixona milhares, o esporte, enquanto cultura, é considerado fundamental na formação do homem, sendo utilizado, inclusive, na sua educação. Se o esporte é competição, também é o ensinamento da persistência, do trabalho em equipe, do convívio com os demais, da disciplina.

(...) pode-se dizer que o esporte, na sociedade atual, se converteu em um rito praticado por milhões e milhões de seres de distintas religiões e ideologias que, por sua vez, promove a integração do gênero humano através de alguns regulamentos e competições que vão desde a atividade esportiva local à internacional, oferecendo a possibilidade da ampliação do conceito de criação intelectual, mercantil, política e científica, em suma, englobando toda a atividade que, anteriormente, tinha conexão com uma determinada categoria social. O esporte, portanto, é a única força universal que consegue unir todos os seres em uma relação amistosa sem prejuízos de raças, ideologias, religiões e classes sociais, baseado na filosofia do entendimento absoluto. Será muito difícil encontrar, no nosso século, um símbolo tão poderoso de concordância que consiga manter unida a humanidade por laços de entendimento e compreensão (Alcoba 1980, p. 16)

Tendo em vista a existência desse poder, cada vez mais crescente, as redações jornalísticas passaram a investir na cobertura dos eventos esportivos. Apesar de haver publicações datadas do século XIX, como o francês *Journals des Haras*, de 1828, que seria o primeiro jornal esportivo, ou ainda o inglês

Sportman, de 1852, o primeiro diário esportivo, o gênero passou a ser verdadeiramente reconhecido e, conseqüentemente, explorado como tal somente há algumas décadas. Sua expansão superou até as mais otimistas previsões que poderiam ter sido feitas no final do século passado, época em que foram restabelecidos os Jogos Olímpicos. Os jornais, rádios e, posteriormente, a televisão e a internet, começaram a perceber que essa cobertura venderia. Segundo Ramón Rodríguez (Apud Alcoba, 1999), o esporte atingiu seu auge na sociedade atual, convertendo-se em um dos gêneros informativos específicos mais solicitados pelos receptores e pelos clientes dos meios de comunicação, sendo que, de 80% a 90% dos leitores, são fãs de esportes e consomem aquilo que lhes é oferecido. Não é à toa que, além das publicações diárias gerais, com suas seções de política, economia, geral, entretenimento e também a de esporte, que passou a ganhar cada vez mais páginas nos jornais, o gênero tem suas publicações específicas para atender uma demanda sedenta por informações atualizadas e de qualidade que lhes diga o que está acontecendo com seu clube do coração, com seu atleta favorito ou com a modalidade que lhe é de maior interesse. Ao darem-se conta dessa enorme demanda que passava a surgir, as empresas jornalísticas passaram a concentrar seus esforços para reforçar as seções esportivas com todo o tipo de informação que os ajudaria a vender mais jornais. Além disso, iniciaram um impressionante processo para conseguir cobrir todos os acontecimentos esportivos, o que proporciona que o esporte se torne um espetáculo. Para isso, foi necessário contar com um número maior de jornalistas do que os que trabalhavam nas redações de maneira a cobrir as múltiplas competições e conseguir atender ao máximo número de modalidades esportivas.

Junto com a profissionalização do esporte, veio a profissionalização do jornalismo esportivo, apesar de, ainda hoje, ser visto por alguns olhos mais conservadores como um gênero jornalístico periférico por tratar de um tópico que seria não tão relevante para a sociedade. O que é um erro, visto que o esporte deve ser encarado como parte da cultura, como tanto defende Alcoba (1980), e, para tanto, ter sua importância reconhecida. O sucesso esportivo acontece em diversos estágios, não apenas nas competições, mas nas ramificações existentes no terreno da ciência, da economia, da política e da atividade social, acabando por tornar esse fenômeno cultural uma das facetas

mais interessantes da problemática do jornalismo, um gênero novo que é solicitado pelas grandes massas em busca de respostas e informações sobre os acontecimentos esportivos (Alcoba, 1980).

Nos primórdios do jornalismo esportivo, quem escrevia para esse setor eram “pessoas aficionadas e apaixonadas por um fenômeno que, em pouco tempo, alcançaria proporções não previstas e que passou a converter-se, definitivamente, em um gênero atrativo e solicitado pelo público” (Alcoba, 1980, p. 135). Nesse início, a mídia desportiva era privilégio de alguns poucos que se diziam entendidos e eram encarregados de passar ao leitor a sua visão do que acontecia no mundo esportivo. Com a maior difusão do esporte, pode-se dizer que todos ficaram um pouco conhecedores sobre o assunto. Ao acompanharem tanto as partidas quanto o noticiário esportivo, os torcedores também passaram a ser um pouco “especialistas”, ainda mais no que diz respeito ao clube futebolístico para o qual torce ou de suas preferências atléticas em cada modalidade olímpica. Entender sobre esporte não era mais uma exclusividade daqueles que escreviam para os jornais ou de dirigentes e diretores de associações e federações. “O esporte, portanto, se converteu na atividade mais democrática do ser humano” (Alcoba, 2005, p. 11).

De tanto escutar, ler e ver informações esportivas, a impressão mais generalizada é que, sobre essa matéria, os seres humanos são entendidos em suas mais diferentes variáveis, devido ao fato de que as opiniões sobre o esporte não são exclusivas do esporte espetáculo, dos técnicos ou dos dirigentes esportivos. O esporte invadiu todas as áreas da sociedade, promovendo ao seu redor uma variedade de julgamentos para todos os gostos e sabores (Alcoba 2005, p. 11)

Mas se todos eram um pouco entendidos sobre o assunto, como diferenciar o comentário do jornalista do comentário do aficionado pelo esporte? Para Alcoba (1980), essa diferença parte inicialmente da preparação do jornalista, seja cientificamente, seja pela experiência diária adquirida na rotina profissional, e na maneira de julgar o acontecimento. Ambos possuem capacidade para representar suas opiniões, cada um em sua área, visto que, tanto o jornalista quanto o espectador, são observadores do evento esportivo. O torcedor, por mais sóbrio que tente parecer em seu comentário, tem seus interesses na partida ou na competição assistida condicionados ao desejo da

vitória da sua equipe. Enquanto isso, o jornalista tem a obrigação de estar preparado e capacitado para oferecer ao receptor do meio um ponto de vista mais realista do que a do simples espectador. Para isso, Alcoba (1980) defende que o único caminho para um bom trabalho do jornalista esportivo é a especialização. E não apenas a especialização dentro do jornalismo, se tornando um especialista no esporte em geral, mas sim uma especialização dentro dessa própria categoria. Apesar de muitos escreverem e analisarem muito bem o futebol enquanto espetáculo, o jornalismo esportivo carece de profissionais conhecedores das outras modalidades. Afinal, jornalismo esportivo não é jornalismo futebolístico. A ampla gama de modalidades que se pratica atualmente torna o jornalismo esportivo um gênero “superespecializado”, segundo define Alcoba (1980). Para ele, o jornalista atual não consegue atender, com suficiente conhecimento, a todas as áreas, deixando-o impotente não apenas para opinar, mas também para informar corretamente os esportes ao seu leitor por não os conhecer em profundidade. Para isso, a solução seria a especialização.

É necessário, portanto, a especialização em um determinado número de modalidades esportivas para poder desenvolver com eficácia a crítica jornalística nesta matéria. A variedade de regras de cada esporte, os nomes dos atletas, a denominação dos aparatos utilizados em cada modalidade, as categorias, os cada vez mais numerosos campeonatos e confrontos nacionais e internacionais, etc., obrigam o jornalista esportivo a especializar-se caso deseje analisar positivamente os esportes, sem a necessidade de recorrer à informação interessada dos protagonistas dos mesmos (Alcoba 1980, p.202)

A especialização também é fundamental para que o jornalista saiba do que está tratando. Isso evita que se produzam textos rasos sobre determinado assunto ou que o jornalista acabe sendo enganado por diretores, dirigentes, empresários, publicitários e toda gama de profissionais que não tenham interesse na publicação de determinada matéria. O mesmo vale para o contrário, que o jornalista não acredite em tudo que receba via assessorias de imprensa, que tem como papel vital melhorar a imagem de atletas, clubes ou associações. O conhecimento do assunto o qual está sendo tratado é de suma importância para se adquirir o respeito do entrevistado e, com isso, conseguir boas respostas; conseqüentemente, produzir uma excelente matéria. Antes de

uma entrevista, seja ela de forma coletiva ou exclusiva, o jornalista deve se munir de dados que dificilmente poderão ser refutados, fazendo-se entender para o sujeito entrevistado que aquele à sua frente está perfeitamente informado sobre o assunto. Essa particularidade será rapidamente reconhecida por técnicos, jogadores ou dirigentes, que sabem quando um jornalista lhes está fazendo uma pergunta não em cima de suposições, mas de fatos concretos. Com a especialização não se pretende que o jornalista passe a saber mais do que todos os envolvidos diariamente no mundo esportivo. A função do jornalista segue sendo a mesma, a de informar, a de apurar, a de questionar. Todavia, tudo isso deve ser feito com qualidade. Apesar de ter o conhecimento para criticar determinado feito – e construir textos críticos também faz parte do mundo jornalístico -, o jornalista não deve tentar ensinar àqueles das quais busca informações, pois isso seria colocar-se em um nível superior que não corresponde com a sua formação esportiva ou técnica. Como diz Alcoba (2005), a partir do momento em que o jornalista souber mais sobre o que é conveniente para o time e seus jogadores do que o técnico daquela equipe é porque os papéis foram invertidos, nesse caso o jornalista deveria ser o treinador, e o treinador, o jornalista.

No que diz respeito à obtenção da informação, o jornalista esportivo conta com uma grande gama de opções. Alcoba (2005) divide as fontes do jornalismo esportivo em dois, as primárias e as secundárias, conforme o seu nível de importância. As fontes primárias são aquelas que estão intimamente ligadas à atividade esportiva e são divididas em cinco elementos: esportistas, clubes, federações, organismos e entidades. Já as secundárias são ramificadas em apenas duas seções: comercial e publicitária, sendo que órgãos políticos também podem ser inseridos nessa classificação secundária.

O **esportista**, por ser a razão principal para a existência do esporte, é a principal fonte do jornalista. A relação entre os dois deve ser amistosa, observando para que isso não interfira na publicação de uma matéria. A ética, antes de tudo, deve imperar nesses casos. O jornalista deve reconhecer os limites dessa relação diária, nem tão afastada que o impeça de conseguir do atleta a informação desejada e nem tão próxima que comprometa a divulgação da verdade. Acompanhar os passos do atleta desde seu começo pode ser uma boa forma de construir esses laços, já que é muito mais difícil conseguir

informações exclusivas de um esportista já consagrado, quando a fama já lhe subiu a cabeça e o jornalista é apenas mais um tentando publicar uma reportagem a seu respeito.

Se o esportista é o motivo real da informação esportiva, os **clubes** são o ambiente onde se produz toda essa informação. A relação, portanto, deve ser a mesma, ponderada, sem amizade em excesso nem tão distante que se torne uma inimizade. Nos clubes, não são importantes apenas os técnicos e jogadores, existindo uma grande opção de profissionais que podem fornecer ao jornalista detalhes da vida esportiva. São roupeiros, seguranças, secretários, empregados considerados secundários, que podem dar o diferencial pelo material jornalístico produzido, pois acompanham o dia a dia daquele local.

Já nas **federações**, a relação fonte-jornalista se torna um pouco mais distante. O ambiente é fechado e informações são fornecidas basicamente por meio de coletivas de imprensa, geralmente com assuntos previamente previstos, sem a possibilidade de desvirtuá-los. Muitas vezes o discurso já é programado via assessoria, o que prejudica o trabalho do jornalista, visto que nem toda pergunta é permitida nem lhe é oferecido tempo suficiente para conseguir uma resposta satisfatória.

Por último, nas fontes primárias, existem os **organismos e as entidades** esportivas, que podem ser de dois tipos, públicas e privadas. Os primeiros dependem do Estado e os segundos, dos esportes e suas organizações. Independente de qual tipo for, ambas têm como objetivo claro aparecer frente ao público como entes protetores do esporte, vigilantes das suas virtudes e dos benefícios que produz. Por isso, muito da informação que é difundida tem caráter divulgativo e é função do jornalista saber diferenciar o que é informação e o que é propaganda. Nos organismos e entidades privados, o cuidado deve ser ainda maior, pois o Estado tentará vincular os resultados positivos nos esportes ao seu governo, o que ultrapassa os interesses meramente comerciais para entrar no ramo político.

Impossível dissociar as fontes **comerciais e publicitárias** do esporte como conhecemos hoje. Como espetáculo, o esporte passou a ser também parte integrante de um negócio econômico, da indústria e do comércio. Patrocinadores investem milhões em benefícios para os clubes em troca de divulgação da sua marca, o que traz um grande retorno para as empresas,

mostrando o poder e a influência que o esporte tem. O negócio no esporte também envolve a ação dos empresários, com sua compra e venda de jogadores, divisão de direitos econômicos e acordos comerciais. A publicidade também se utiliza da imagem do jogador para vender seus produtos, tornando-os “homens propaganda”. Hoje, os atletas se comparam às celebridades em termos de nível de abrangência na sociedade. Mesmo quem não acompanha futebol, com certeza sabe quem é Neymar, por exemplo. Muitas garotas, as chamadas “neymarzetas”, sequer conhecem a escalação do Santos, mas acompanham o atacante em todos os lugares, lêem matérias a seu respeito, colecionam pôsteres e revistas, como se o jogador fosse um *popstar*. Como parte do mundo esportivo, o comercial e o publicitário também são utilizados como fonte para o jornalista, mas cabe a ele – assim como no caso das entidades e organismos – diferenciar o que pode ser aproveitado como informação e o que é meramente divulgação de uma marca gratuitamente, visto que a empresa não pagou o veículo de comunicação por aquele espaço em que seu nome é citado.

Ainda sobre as fontes, Alcoba (2005) alerta para o cuidado que o jornalista deve ter ao escolher uma fonte para sua notícia. É fundamental que o profissional da comunicação conheça a pessoa ou a instituição da qual está recebendo uma informação e consiga reconhecer quais interesses existem por trás dessa informação dada. Conhecendo a fonte, é possível saber se haverá qualquer tipo de manipulação na notícia final, oferecida ao leitor.

O processo informativo não pára nessa faceta primária da informação, mas prossegue quando a notícia chega ao meio que se vai divulgá-la. Sabemos que a fonte é a origem da notícia e que o emissor pode oferecê-la aos meios por interesses diversos, o que significa que a notícia, desde a sua aparição na fonte, pode passar por uma transformação e mais do que informar, desinformar (Alcoba 2005, p. 78)

Orive e Fagoaga apresentam cinco passos (citados em Alcoba, 1980, p. 215) para o jornalista seguir, antes de publicar a notícia, a fim de veicular nos meios uma boa informação. O primeiro seria a documentação de dados, buscando tudo o que já houver sido publicado sobre o caso e o que as fontes já tiverem falado sobre o assunto. A segunda fase seria a análise crítica do material colhido, pensar em como irá tratar o tema, levando em conta o como

irá comunicá-lo. O terceiro passo é confirmar a veracidade dos dados. Em quarto lugar, selecionar quais das informações adquiridas no processo de documentação estão de acordo com a posição crítica escolhida e possuem compromisso com a verdade. Por fim, deve-se elaborar uma matéria de boa qualidade, conforme a exigência de seu público. Para Alcoba (1980), a única maneira de o jornalista acertar em suas apreciações subjetivas é a sua preparação efetiva, apresentando, dessa forma, ao público uma visão a mais objetiva possível, dentro dos condicionamentos de tempo e de espaço.

Com a espetacularização do esporte, muitas publicações esquecem os fundamentos principais do jornalismo e abusam das notícias vulgares apenas com o intuito de vender mais. Alcoba (1999) é um grande defensor do jornalismo esportivo de qualidade e, por isso, tanto defende a especialização dos profissionais. “A primeira coisa que um jornal deve oferecer é conteúdo, boas informações, reportagens, em uma palavra: JORNALISMO” (Alcoba, 1999, p. 99). Por mais que o esporte tenha se tornado um negócio, que envolva jogadores-celebridades, que tenha um apelo forte junto à sociedade para investigar fatores banais do dia a dia, é possível construir uma publicação que atenda a demanda dos verdadeiros fãs do esporte. Justificar a mudança de abordagem das publicações esportivas, de uma análise aprofundada a notas sobre vida pessoal, ao desejo do leitor seria uma grande falácia.

Dizer que se dá ao leitor o que ele quer é uma falsidade absoluta. Ao leitor se oferece o que interessa ao meio de comunicação e aos responsáveis pelo mesmo, algumas vezes por incompetência jornalística, outras por desconhecimento da rica variedade de esportes existentes e outras pela comodidade de tratar somente sobre um esporte espetáculo, gerador de conflitos, polêmicas e estados antidesportivos (Alcoba 1999, p. 88)

Além disso, as empresas de comunicação têm a falsa impressão de que apenas o futebol vende, por ser o principal esporte das massas e ter crescido de forma impressionante dos últimos anos. Existem dezenas de modalidades praticadas e observadas por milhões de pessoas ao redor do mundo. Ao optar por oferecer quase que com exclusividade para seus leitores apenas alguns poucos esportes-espetáculo, o jornalismo perde um pouco do seu papel da verdade e da pluralidade, marginalizando os já chamados “esportes minoritários”. Claro que não há espaço o suficiente para se falar de todos os

acontecimentos de todas as modalidades esportivas todos os dias, contudo, é possível encontrar um meio-termo, dando um pouco de destaque para cada esporte, atendendo aos anseios de todos os públicos, democratizando ainda mais aquela atividade já citada como a mais democrática de todas.

2.3 Jornalismo e Entretenimento

Falar de jornalismo e entretenimento sempre gera alguma polêmica. Alguns teóricos enxergam o entretenimento em um lugar fora do contexto jornalístico, outros defendem que é um gênero legítimo. O fato é que, hoje em dia, é impossível dissociar um de outro. Não apenas do que diz respeito às notícias de entretenimento em geral, como as matérias sobre novelas, filmes, atrações culturais ou sobre a vida de celebridades. Atualmente, o entretenimento está invadindo todas as outras seções do jornalismo diário, a política, a economia e o esporte.

Iniciaremos este capítulo teórico definindo o que enxergamos como entretenimento. Para Amaral (2008, p. 64), “o entretenimento não é apenas aquilo que diverte ou distrai de uma forma sensorial prazerosa. O conceito de entretenimento está também vinculado ao da sensação, da emoção e da fruição”. E é nesse ponto em questão que a relação desse tipo de reportagem com o leitor se baseia fundamentalmente, no sentido de se usufruir satisfatoriamente de algo. Para a autora, o entretenimento não é perverso em si, embora seja possível questionar o tipo de diversão que é apresentada pela mídia atualmente. Já para Gadini (2007), o entretenimento se associa à publicização da vida privada e ao personalismo, estando muito mais próximo da questão das celebridades do que da cultura propriamente.

Dejavite (2007) prefere usar o termo “infotimento” para determinar o conteúdo jornalístico de entretenimento. Esse conceito surgiu na década de 1980, mas só ganhou força no final dos anos 1990, quando passou a ser empregado com mais frequência por profissionais e acadêmicos da comunicação. O “infotimento” se baseia no aumento de elementos de entretenimento em gêneros de notícias informativos e na elevação e estabelecimento desses gêneros na atualidade. Além disso, o “infotimento”

também diz respeito àquela forma de jornalismo de prestação de serviço e que, ao mesmo tempo, propicia informação e entretenimento ao leitor (Dejavite, 2007).

As notícias de entretenimento não têm o propósito de ampliar o conhecimento das pessoas sobre o que está acontecendo ao redor do mundo. Diferentemente de uma matéria sobre a queda da taxa Selic, por exemplo, que modifica diretamente a vida de uma pessoa, pouco se aproveita de uma reportagem que fale sobre a história de vida de um artista famoso, apesar de ter valia enquanto diversão em um momento de lazer. As notícias de entretenimento, dessa forma, “ficam limitadas a contar histórias interessantes, insólitas e surpreendentes desconectadas do contexto social” (Amaral, 2008, p. 65). Esse conteúdo informativo também se caracteriza por ter uma menor profundidade em sua cobertura, e, ao mesmo tempo, provocar um maior efeito sobre a audiência do veículo de comunicação em questão (Souza Júnior; Ventura, 2010). Além disso, custam bem menos ao jornal, tanto em tempo quanto em dinheiro, por despender menor esforço de seus profissionais para checagens de informação e aprofundamento do conteúdo. Muitas das matérias de entretenimento publicadas resultam do trabalho de assessores de imprensa, que têm o interesse de divulgar os trabalhos de seus assessorados, sejam eles atores, cantores, apresentadores ou, simplesmente, aspirantes a celebridades. Quanto menos importante for esta figura na escala da fama, maior será o interesse e a disponibilidade deste assessor – e até mesmo da pessoa que será tema da reportagem – para conceder informações, estas, normalmente, que já chegam praticamente prontas para a publicação em revistas, jornais ou portais na internet.

O entretenimento no jornalismo não é sinônimo apenas de diversão. Pode ser encarada, por vezes, como um resultado da fragilização do jornalismo, já que uma reportagem que tenha como foco central o Big Brother pode também abrigar uma série de informações sobre o funcionamento da televisão do Brasil, comparando-a com outros países, sobre a teledramaturgia ou ainda sobre os hábitos da juventude e a sociedade de exibição. Da mesma forma como uma matéria sobre disputas no Congresso Nacional pode ficar apenas no plano da diversão, sem aprofundar as questões mais sérias sobre o assunto (Amaral, 2008). “Assim, o jornalismo borra suas fronteiras com o

entretenimento não somente quando prioriza temas irrelevantes ou fúteis, mas, sobretudo, na maneira como trata suas pautas” (Amaral, 2008, p. 64), além de construir uma imagem sobre o seu leitor como um alguém desinteressado dos temas públicos ou destituído da capacidade de compreender a realidade ao seu redor.

O jornalismo se desloca para o entretenimento em todos os movimentos em que não tiver como objetivo ampliar o horizonte e o conhecimento do leitor, o que pode ocorrer na seleção do fato, no seu enquadramento ou na estrutura da notícia. Uma notícia pode ficar circunscrita à diversão por motivos de ordem empresarial (venda pela sedução da capa, por exemplo) ou por falta de competência do jornalista (no caso das notícias mal enquadradas e estruturadas). Subjacente a essas duas possibilidades pode-se encontrar uma determinada imagem prévia do leitor que leva o veículo a priorizar o entretenimento (Amaral, 2008, p. 64)

É interessante observar o quanto a notícia passa a se voltar para o entretenimento apenas pela imagem que os jornalistas têm de seus leitores. “A imagem que o veículo e os jornalistas têm do seu público é determinante para o tratamento do fato, seu enquadramento e a estrutura dada à notícia” (Amaral, 2008, p. 68). As empresas de comunicação possuem seus artifícios tecnológicos para controlar suas audiências, fazem pesquisas com os leitores/telespectadores a fim de criar um perfil deles. Nem por isso significa que se enxergue com exatidão quem são aqueles que estão nos lendo, ouvindo ou enxergando. Citemos um caso específico, o da internet, o meio de comunicação mais recente e que ainda passa por construção de sua estrutura, carecendo de análises mais aprofundadas sobre o seu poder de expansão. Os jornalistas de mídias digitais baseiam-se quase que exclusivamente nos números de acessos que cada matéria recebe e nos usuários únicos que “lerem” aquele conteúdo. Apesar de se ter uma noção, apenas, do que se está vendendo mais, não se sabe, de fato, se aquilo que foi publicado foi lido, analisado ou se houve alguma repercussão. Ou seja, se o internauta consumiu aquele produto. Nesse aspecto, o jornalista pode cometer o erro de acreditar que, por ser o tema mais acessado do portal é, conseqüentemente, o que mais agrada o leitor, enquanto esse pode estar apenas clicando no conteúdo pela curiosidade de ver uma fotografia expandida, por exemplo.

Os chamados jornais populares, segmentados principalmente para as classes C e D, são os veículos em que o entretenimento aparece com mais força (Amaral, 2008). Isso não quer dizer que as camadas de elite da sociedade também não tenham interesse em novelas ou celebridades. Segundo Amaral (2006, apud ibidem, 2008), um acontecimento terá mais chance de ser notícia na imprensa de referência - ou seja, aquela destinada às classes A e B - se os indivíduos envolvidos no fato forem importantes ou de relevância pública, se houver algum impacto sobre a nação, se envolver muitas pessoas, se gerar desdobramentos importantes, se estiver relacionado a políticas públicas ou ainda se puder ser divulgado com exclusividade por aquele veículo de comunicação. Já na imprensa popular, as notícias com maior probabilidade de serem veiculadas são aquelas que possuem capacidade de entretenimento, se forem próximas geográfica ou culturalmente do leitor, se puderem ser simplificadas ou narradas dramaticamente, se houver identificação dos personagens da história com os leitores ou ainda se forem úteis de alguma forma para o cliente do veículo.

Dessa forma, o jornalismo separa não apenas os públicos e seus respectivos produtos, mas também tem o poder de determinar quem deve ficar sabendo o quê sobre o que está acontecendo no mundo naquele instante. “A segmentação do mercado explica a variação das pautas, dos enfoques e da linguagem, mas não deveria explicar a variação da qualidade da informação” (Amaral, 2008, p. 65). É um erro pensar que apenas pessoas de níveis de escolaridade e financeiros inferiores consomem o entretenimento e, como consequência, oferecê-los apenas isso. A forma de abordagem de uma matéria, sim, pode ser diferente, até para uma melhor compreensão dos termos técnicos. Todavia, não é preciso menosprezar a inteligência do leitor entregando a ele conteúdos diminuídos, sem a informação de maior importância, apenas por julgar não ser do seu interesse. “Os jornalistas não partilham somente uma cultura de interpretação, mas também um imaginário de representações” (Amaral, 2008, p. 69). Por imaginar seu leitor de forma errônea, o jornalista pode estar também produzindo seu material de maneira equivocada.

Gadini (2007) aproxima o entretenimento do jornalismo cultural na atualidade e alerta para os perigos de se reduzir a abordagem da cultura no

campo jornalístico ao puro entretenimento. Explorando a informação como um serviço, a notícia acaba se convertendo em entretenimento, priorizando a tematização e o agendamento de atividades que visem basicamente à diversão do seu público.

Observa-se, então, uma gradativa autonomização das editorias de cultura que inclui as seções de variedades, passatempos, horóscopo, além das colunas sociais. É, contudo, com o fortalecimento e penetração televisiva no cotidiano brasileiro que os cadernos de cultura acentuam a mudança de sua cobertura – marcada por ensaios, textos mais longos e apreciação crítica dos bens/serviços culturais – para notas, imagens e informações que comentam ou apenas atualizam situações da programação televisiva (Gadini, 2007, p. 4)

Neste contexto, fortalece-se uma redução da abordagem cultural para dar espaço a um enfoque de “lazer fácil” (Gadini, 2007). A “estetização” dos produtos jornalísticos adquire uma superimportância enquanto ocorre um descaso dos próprios conteúdos. A forma com que a matéria é apresentada, a sua produção técnica, reduz a contextualização e a importância do modo de expressar os assuntos tematizados.

Apesar de alertar para essa redução da cultura dentro do jornalismo em prol do tratamento quase que exclusivo do entretenimento, Gadini (2007) não quer reduzir a lógica da notícia-entretenimento a uma simples e eventual perspectiva negativa ou mesmo pejorativa, como costuma ocorrer entre os críticos dessa “invasão” no jornalismo. A cultura traduz-se em expressões integradas por múltiplas facetas, incluindo arte, cinema, música, e também o entretenimento. Para o autor, o grande problema desse tratamento reside na centralidade quase que exclusiva da cultura ao lazer/entretenimento, esquecendo-se completamente outras dimensões de uma determinada manifestação cultural. Não há alguma objeção ao entretenimento no jornalismo, o que se questiona é o espaço dado a ele na cobertura diária e a transformação do que não deveria ser entretenimento, nele.

Já Marshall (2003) vai um pouco mais longe para falar dessa temática e apresenta opiniões fortes sobre o assunto, como a de que o jornalismo pós-moderno se tornou um “jornalismo cor-de-rosa”, conceito criado por Howard Kurtz (1993, apud Marshall, 2003, p. 27), “por estar estrategicamente preparado para não desagradar a ninguém, seja leitor, usuário, consumidor,

cliente, dono, anunciante etc.". Acossado diretamente pela ordem de mercado e pelo paradigma cultural da atualidade, o jornalismo tornou-se "marketizado, mercantilizado, estetizado e essencialmente *light*, um amálgama estético e capitalista, um instrumento-meio dos objetivos diretos ou indiretos do sistema e da lógica ultraliberal" (Marshall, 2003, p. 17). O autor critica o exagero - por vezes, quase que exclusividade - das notícias de entretenimento no jornalismo diário. Aos poucos, as reportagens sérias, que exigem muito mais tanto das empresas quanto dos jornalistas, foram trocadas pelas notícias leves, que visam apenas entreter, sem qualquer contribuição social.

As páginas dos jornais, dos telejornais, dos net-jornais ou dos noticiários de rádio, estão recheadas permanentemente com descrições de acontecimentos violentos ou trágicos, guerras, atentados, prejuízos financeiros, quebras de empresas, crises ou erros de governos, fofocas e mexericos sociais, escândalos, negociações de bastidores políticos, mortes espetaculares em acidentes, feitos heróicos, pecados cometidos por ídolos ou artistas fabricados pela própria comunicação de massa, mesmo que esses acontecimentos não retratem fiel e integralmente a realidade de determinado país ou de uma comunidade. O que importa, segundo a lógica da pirâmide invertida, é exaltar fatos que façam o leitor comprar e ler o jornal (Marshall, 2003, p. 40)

Para Bourdieu (1997, apud Marshall, 2003), um dos principais motivos para essa mudança no cenário jornalístico é a pressão do mercado, que vem produzindo uma espiral de condicionamentos e constrangimentos aos jornalistas. O campo jornalístico está sempre sujeito à prova dos veredictos do mercado, por meio dos clientes ou dos índices de audiência. Dessa forma, o jornalista pós-moderno acabou se transformando em uma mera máquina para produção de informação, um operário que tem suas demandas estipuladas e prazos de entrega rígidos a cumprir. "As redações dos jornais contemporâneos adotaram processos fordistas e tayloristas de produção de notícias, obrigando o jornalista a ser uma peça maleável capaz de se adaptar a variadas necessidades e situações" (Marshall, 2003, p. 32). Com isso, matéria alguma, atualmente, escapa do tratamento leve, divertido, espetacular ou sensacionalista, devido aos expedientes publicitários e à colonização de suas formas históricas de expressão pela atitude mercantil (Rüdiger apud Marshall, 2003).

O regime da ultraliberdade contemporânea, que cresceu com o apogeu do neoliberalismo no século XX, flexibiliza as regras sociais, segundo Marshall

(2003), e institucionaliza o modelo do "vale-tudo" na sociedade, enfraquecendo poderes e criando um regime de fragmentação. Tudo isso acaba atingindo a essência da imprensa. As páginas jornalísticas passam a relativizar os conceitos de verdade, de realidade, de conhecimento, de informação e de saber. "Os discursos da publicidade e da estética, e junto com eles do sensacionalismo, da espetacularização, da carnavalização, da mais-valia, dos *fait divers*, inoculam o *ethos* do jornalismo" (Marshall, 2003, p. 17). Assim, a mídia passou a deixar para segundo plano os princípios essenciais da boa informação, a cultura, a educação e a conscientização, desempenhando primeiramente as funções de consumo e entretenimento. Para Marshall (2003), os jornais tornaram-se um grande shopping de mercadorias, oferecendo ao público diversão e espetáculo, apenas, que funcionam como forma de atrair a audiência em busca de dinheiro e lucro.

Baudrillard (1995, apud Souza Júnior; Ventura, 2010) aponta que o consumo, surgido no século XX, compôs todo um novo sistema de valores, tornando-se um meio de socialização que age tanto como fator de integração quanto de controle social. A lógica social do consumo, segundo o autor, não é a da apropriação individual do valor de uso dos bens e dos serviços, nem a da satisfação em consumi-los, mas sim de produção e manipulação dos significantes sociais, campo no qual o jornalismo desempenha um papel destacado. Assim como toda mercadoria inserida no sistema capitalista, a notícia também possui seu valor de troca. Para Souza Júnior e Ventura (2010), o jornalismo cultural foi alterando sua dinâmica de abordagem e cobertura ao longo dos anos por seguir essa mesma regra, uma vez que a cultura também tem sua própria economia.

Outros autores, como Dejavite (2007), defendem que a "notícia light" é, sim, um conteúdo legítimo, visto que é solicitado pelo receptor que quer também se entreter ao consumir as informações que lhe interessam, sem que isso, contudo, impeça-o de adquirir os conhecimentos necessários à sua sobrevivência. Na avaliação de Claude-Jean Bertrand (1999, apud Dejavite, 2007), não há como fugir do divertimento atrelado à comunicação, pois, historicamente, a imprensa popular sempre se utilizou deste artifício - este que a mídia comercial, agora, está impregnando em seus produtos. Aguiar (2008)

considera a capacidade de entretenimento um valor-notícia¹ fundamental para que um acontecimento adquira os requisitos necessários para ser construído como uma narrativa jornalística. O autor enxerga essa discussão de validade do entretenimento no jornalismo em dois lados: um deles quer a seriedade como um modelo de produção da informação, enquanto outro vê o entretenimento enquanto um modo de construção da linguagem jornalística capaz de atrair mais leitores e viabilizar economicamente a imprensa.

De acordo com Tarruella e Gil (1997, apud Dejavite, 2007), são três as características principais para o que eles chamam de "notícia light" como sendo a notícia de entretenimento. A primeira delas diz respeito a sua capacidade de distração como forma de ocupar o tempo livre do leitor ou espectador e não aborrecê-lo. A segunda fala da espetacularização da notícia, estimulando e satisfazendo aspirações e curiosidades, possibilitando extravasar as frustrações do dia-a-dia e nutrindo a imaginação do cliente do meio de comunicação. Por fim, a terceira característica é a alimentação de conversas nos círculos sociais, oferecendo temas para essa conversação no dia-a-dia, facilitando, dessa forma, a permanência e criação de relações sociais. Dizer que o consumidor desse tipo de conteúdo é um alienado ou que é um consumidor em busca da não-informação seria um erro e, até certo ponto, um preconceito, segundo Dejavite (2007).

A mídia posiciona-se em lugar estratégico na ocupação do tempo livre e do lazer das pessoas. Mesmo assim, seu papel de entreter, ainda hoje, não é aceito como uma função legítima tanto por parte dos profissionais quanto da academia. No jornalismo, em especial, a função de entreter tem sido preterida. O entretenimento oferecido no conteúdo editorial é julgado como um subproduto ou um desvio da atenção do receptor de assuntos tidos de maior importância. Outras vezes, os receptores que solicitam este tipo de conteúdo são considerados alienados do mundo onde vivem. Assim, as matérias de entretenimento no espaço editorial seria a informação para aquele que não procura informação (Dejavite, 2007, p. 1)

Ao tratar o entretenimento como um fator essencial para a construção da notícia, ajudando a manter o interesse do público-leitor na mercadoria chamada informação, Aguiar (2008) questiona a desqualificação que outros autores fazem da matéria jornalística que demonstra explicitamente ter como sua

¹ Valores-notícia são qualidades dos acontecimentos que produzem as condições de possibilidades para que sejam transformados e contidos em um produto informativo (Aguiar, 2008).

marca a capacidade de entreter o público. Para ele, não há qualquer problema político em se produzir um noticiário que desperte o interesse do leitor e que, além disso, consiga entretê-lo. O “infotainment” no jornal diário não diz respeito apenas ao conteúdo escrito em forma de reportagem. É também a escolha de uma fotografia colorida e chamativa, de um design apropriado, da utilização de mapas e infográficos. Considerando-se que não é possível desvincular hoje o jornalismo do capitalismo – mesmo aqueles que tentam pregar um jornalismo independente, longe das amarras do capital e das grandes empresas, estão sujeitos ao processo econômico, pois, assim como qualquer outro jornalista, também precisam se sustentar -, é possível ver que a notícia, transformada em mercadoria, vai recebendo, gradativamente, mais investimento, tendo como finalidade aprimorar seu valor de uso. Usar uma estratégia de sedução via linguagem implica em tornar mais atraente para o público leitor as capas dos jornais, criando manchetes, chamadas de primeira página, além de um aperfeiçoamento visual do logotipo da marca (Aguar, 2008). É aceitável compreender, conforme afirma o autor, que um jornal deva utilizar recursos gráficos e discursivos para tornar a notícia um produto à venda. O que diferenciará a imprensa denominada “séria” da chamada “sensacionalista” é, especificamente, o modo de utilização dessas narrativas que se expressam em uma lógica de sensações a partir da imediatividade da experiência do leitor.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Neste capítulo iremos abordar com maior profundidade o objeto de estudo desta monografia, o jogador Neymar, e o veículo no qual as matérias analisadas foram publicadas, o portal de internet GLOBOESPORTE.COM. Além disso, faz-se necessário definir o modo com que se lidará com a pesquisa, no caso, a análise de conteúdo, seguindo os preceitos de Laurence Bardin (1977).

3.1 Mas quem, afinal, é Neymar?

É praticamente impossível que algum brasileiro, hoje em dia, não conheça Neymar, seja um aficionado por esportes ou não. Atualmente, Neymar não é mais apenas um jogador de futebol. O garoto de 20 anos ultrapassou as barreiras do esporte para figurar também nas páginas de celebridades. Com suas participações em programas de televisão, camarotes de festas, eventos, clipes de artistas famosos – e alguns que ainda não são, mas que se tornam apenas por terem o “apoio” do atacante santista -, propagandas, dentre diversas outras atividades, Neymar deixa de atrair a atenção apenas dos torcedores do seu clube, o Santos, para atingir também grande parte do público brasileiro e até internacional.

Tendo em vista a importância da trajetória do jogador no cenário brasileiro atual, por seu futebol ou por seu poder de entretenimento, faz-se necessário um capítulo a parte para explicar alguns momentos da sua carreira que tentem exemplificar como o jovem chegou a patamares de idolatria semelhantes aos de Romário, Ronaldo e até Pelé. Com este último, as comparações se tornam inevitáveis, por ser o maior ídolo – ao menos até o momento – da história do Santos.

Neymar da Silva Santos Júnior nasceu em Mogi das Cruzes no dia 5 de fevereiro de 1992. Iniciou no futebol nas categorias de base dos Santos em 2003, quando tinha 11 anos de idade. Teve sua estreia na equipe principal em março de 2009, contra o Oeste, pelo Campeonato Paulista, partida vencida pelo Santos por 2 a 1, mas sem o gol de Neymar, que viria apenas duas

rodadas depois, contra o Mogi Mirim. Um dia após o jogo, a imprensa já o tratava como uma celebridade, a exemplo desta matéria publicada no portal Globoesporte.com no dia 16 de março de 2009: “Celebridade aos 17 anos, Neymar vê sua rotina mudar radicalmente. Garoto já não pode mais frequentar shoppings e baladas sem ser assediado”². Na época, jogava sem seu famoso moicano, seu cabelo era raspado e nem de perto sonhava com a fama que atingiria hoje.

Em 2010, Neymar viveu um dos seus melhores anos. Ao lado de Paulo Henrique Ganso, André e Robinho, a equipe santista foi apelidada de “Meninos da Vila” e encantou torcedores dos quatro cantos do Brasil. Naquele ano conquistou o Campeonato Paulista e a Copa do Brasil. O futebol que encantava o país fez com que se iniciasse uma campanha principalmente na imprensa para que o técnico da Seleção Brasileira na época o convocasse ao lado de Ganso para viajar à África do Sul para a Copa do Mundo. Dunga não cedeu às pressões e, por nunca os ter testado em campo junto com os demais jogadores, optou por não os levar ao Mundial. A eliminação precoce nas quartas-de-final para a Holanda gerou especulações das mais variadas de que os dois poderiam ter feito a diferença no desempenho da equipe e colaborado para que o Brasil avançasse até as finais.

Ainda em 2010, Neymar teve atritos com o técnico Dorival Júnior. A discussão em campo durante a partida contra o Atlético-GO culminaria na demissão do comandante uma semana após ter exigido uma punição ao atacante pela forma desrespeitosa com que fora tratado por ter solicitado que o garoto não cobrasse o pênalti provocado por Daniel Marques em cima dele. Neymar xingou, reclamou, não quis passar a bola nos minutos finais da partida e foi recriminado por grande parte dos jornalistas, torcedores e outros técnicos. Chegou a ser, inclusive, punido pelo técnico da Seleção Brasileira Mano Menezes, que o deixou fora dos amistosos contra Irã e Ucrânia, em outubro daquele ano. Foi o momento em que mais recebeu críticas e questionamentos. Todavia, nos dois próximos anos, mostrou um crescimento pessoal e de

² Acessado em 07 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/Esportes/Noticias/Times/Santos/0..MUL1045172-9874.00-CELEBRIDADE+AOS+ANOS+NEYMAR+VE+SUA+ROTINA+MUDAR+RADICALMENTE.html>

personalidade, sem se envolver em outras confusões do mesmo gênero, o que provocou quase que o esquecimento do ocorrido.

No ano seguinte, o Santos voltou a conquistar o Campeonato Paulista e a Copa Libertadores, após 48 anos. Na conquista continental, novamente surgiram as comparações com Pelé, visto que as duas únicas conquistas santistas na competição haviam acontecido justamente quando o camisa 10 atuava no time, em 1962 e 1963. O garoto também teve uma grande atuação pela Seleção Brasileira na disputa do Sul-Americano Sub-20, comandando os demais jovens jogadores ao título do campeonato. Mas, se pelas categorias inferiores da seleção, Neymar “brilhava” em campo, ainda faltavam atuações decisivas pela equipe principal. Na Copa América, protagonizou um verdadeiro vexame ao lado dos demais atletas, ao ser eliminados nas quartas-de-final para o Paraguai, após o placar permanecer em 0 a 0 no tempo normal e, nas disputas de pênaltis, todos desperdiçarem suas cobranças. O atacante não chegou a participar das penalidades, visto que havia sido substituído antes do final da prorrogação. Em 2011, ainda foi indicado ao prêmio Bola de Ouro da FIFA, sendo que foi o primeiro brasileiro atuante no país a ter recebido a indicação após a unificação da entidade máxima do futebol e da revista francesa France Football na premiação. O argentino Lionel Messi foi o vencedor do prêmio máximo, de melhor jogador do mundo, restando a Neymar receber o Prêmio FIFA Ferenc Puskas pelo gol mais bonito do ano, marcado contra o Flamengo pela 12ª rodada do Campeonato Brasileiro.

Em meio ao futebol, o atacante santista estampou as páginas dos jornais de todo o país por uma notícia extra-campo. Com apenas 19 anos descobriu que seria pai fruto de um relacionamento não duradouro com uma garota de então 17 anos. Davi Lucca nasceu em 24 de agosto de 2011 e Neymar nunca deixou de assumir e cuidar da criança, levando-a aos treinos e jogos sempre que possível, utilizando-se também das redes sociais e de uma conhecida ferramenta de fotografias para publicar imagens e mensagens sobre o filho.

3.2 GLOBOESPORTE.COM: o maior portal esportivo brasileiro

Lançado em abril de 2005, o portal GLOBOESPORTE.COM é o líder no segmento esportivo da internet brasileira. Em 2011, encerrou o ano com mais

de 60% de *market share* (dado que mede a força da empresa e dos concorrentes no mercado) e tem números de audiência mensal que ficam na casa dos milhões de acessos únicos. Em termos de estrutura, conta com mais de 100 profissionais dedicados exclusivamente em sua redação principal, localizada no Rio de Janeiro, além de praças regionais nos estados afiliados à Rede Globo: Amazonas, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Rio Grande do Sul, São Paulo e Sergipe. Tanto a equipe editorial quanto a de produto é vinculada à TV Globo, buscando uma integração com o material produzido na televisão.

Diariamente, são publicadas cerca de 300 matérias entre futebol e outros esportes, 150 fotos e 400 vídeos – neste caso, não necessariamente produzidos exclusivamente para o portal, entrando basicamente as matérias veiculadas nos programas de TV Globo Esporte de cada estado. Nas redes sociais, conta com grande participação dos internautas, tendo quase 900 mil seguidores do Twitter e mais de 2 milhões de curtidores no Facebook, demonstrando o poder da marca frente ao público.

Há também a produção de páginas e conteúdos exclusivos, como a cobertura em Tempo Real dos jogos em que existe a possibilidade de se ver o vídeo do lance ou do gol alguns minutos após ele ter acontecido. Games, infográficos e tabelas com estatísticas são alguns dos diferenciais do site, juntamente à Futpédia, uma grande enciclopédia do futebol em que se podem acessar confrontos antigos, competições que já acabaram, ver o histórico de jogos entre duas equipes, com gráficos mostrando quem foi o maior vencedor, quem marcou mais gols, qual time ficou mais tempo sem vencer, dentre outros. Além disso, blogs temáticos, de humor e de comunicadores famosos, como Lédio Carmona e Milton Leite, do Sportv, complementam o conteúdo do site com opinião e diversão.

3.3 Análise de Conteúdo

A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações, por isso a escolha em utilizá-la neste trabalho. Para Laurence Bardin (1977), não se trata apenas de um instrumento, mas de um leque de

apetrechos ou ainda de um instrumento marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicações extremamente vasto, que, no caso, seria a comunicação.

De forma geral, Bardin (1977, p. 9) define a análise de conteúdo atualmente como sendo “um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos (conteúdos e continentes) extremamente diversificados”. Para a autora, o método oscila entre dois pólos, o do rigor da objetividade e o da fecundidade da subjetividade e ainda acrescenta que a análise de conteúdo obriga à observação de um intervalo de tempo existente entre a mensagem e a reação interpretativa da mesma.

Bardin (1977) organiza as diferentes fases da análise de conteúdo em torno de três pólos cronológicos: a **pré-análise**, a **exploração do material**, e, por fim, o **tratamento dos resultados**, a **inferência** e a **interpretação**.

A fase da **pré-análise** é a da organização propriamente dita. “Tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar as idéias iniciais, de maneira a conduzir a um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas, num plano de análise” (Bardin, 1977, p. 95). Normalmente, essa primeira fase tem três missões: escolher quais serão os documentos a serem submetidos à análise, a formulação das hipóteses e dos objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final do objeto. Essas três missões não necessariamente precisam ser seguidas em ordem cronológica, embora estejam intimamente ligadas umas às outras. O primeiro passo da pré-análise é a **leitura flutuante**, quando se estabelece contato com os documentos que serão analisados e se tem as primeiras impressões e orientações sobre os textos. Nesta monografia, foram observados diversos textos sobre o jogador de futebol Neymar publicados no portal de internet GLOBOESPORTE.COM, do dia 1º a 29 de fevereiro.

A seguir vem a **escolha dos documentos**, onde se precisa primeiramente determinar o objetivo e depois delimitar o universo de análise. Estando demarcado o gênero de documentos sobre os quais se quer e se pode efetuar a análise, deve-se proceder a constituição de um *corpus*. Para isso, existem algumas regras, segundo Bardin (1977). A primeira é a regra da exaustividade, na qual não se pode deixar de fora da análise qualquer

elemento por essa ou por aquela razão. A segunda é a regra da representatividade, quando a amostra for parte representativa do universo inicial, tornando generalizados ao todo os resultados obtidos. A terceira é a regra da homogeneidade, onde os documentos retiros “devem obedecer a critérios precisos de escolha e não apresentar demasiada singularidade fora destes critérios de escolha” (Bardin, 1977, p. 98). Por fim, a quarta regra é a da pertinência, que diz que os documentos devem ser adequados enquanto fonte de informação, de maneira a corresponderem ao objetivo da análise. Esta monografia utilizou como critério para a escolha de documentos somente as matérias que constassem o nome de Neymar no título. Dessa forma, reduzimos a 93 o número de documentos para análise.

Seguindo os passos da pré-análise está a **formulação das hipóteses e dos objetivos**. Para Bardin (1977), algumas das hipóteses se criam “às cegas” e sem ideias pré-concebidas. No entanto, criar uma hipótese consiste em explicitar e precisar dimensões e direções para a análise.

Uma hipótese é uma afirmação provisória que nos propomos verificar (confirmar ou infirmar), recorrendo aos procedimentos de análise. Trata-se de uma suposição cuja origem é a intuição e que permanece em suspenso enquanto não for submetida à prova de dados seguros. O objetivo é a finalidade geral a que nos propomos (ou que é fornecida por uma instância exterior), o quadro teórico e/ou pragmático, no qual os resultados obtidos serão utilizados (Bardin, 1977, p. 98)

A partir da pré-análise do material colhido sobre o atacante Neymar, formula-se a hipótese de que o jogador ultrapassou as barreiras do futebol e se tornou também uma celebridade, da qual todos querem saber sobre a vida e da qual sua opinião, por vezes, importa mais do que as dos outros jogadores. Além disso, tornou-se também uma figura de referência no esporte brasileiro, por ser um personagem recorrente em reportagens que tem (ou, ao menos, deveriam ter) como foco outros times, outros jogadores, outros técnicos, até outros atletas de outros esportes.

Seguindo, está a **referenciação dos índices e a elaboração de indicadores**. Sendo os textos escolhidos considerados uma manifestação contendo índices dos quais a análise irá falar, o trabalho preparatório será o da escolha destes e o da organização sistemática em indicadores. Por fim, a **preparação do material**, que pode ser tanto material quanto formal, de edição.

Já a **categorização** não é uma etapa obrigatória de toda e qualquer análise de conteúdo, embora a maioria dos procedimentos organize-se ao redor desse processo. Conforme afirma Bardin (1977, p. 117), “a categorização é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o gênero (...), com os critérios previamente definidos”. As categorias podem ser rubricas ou classes que se reúnem em um grupo de elementos ou unidades de registro sob um título genérico. Esse agrupamento se dá em razão dos caracteres comuns destes elementos. Os critérios de categorização podem ser quatro: semântico, sintático, léxico ou expressivo. “Em análise de conteúdo, a mensagem pode ser submetida a uma ou várias dimensões de análise” (Bardin, 1977, p. 118). Dessa forma, utilizando-se a categorização, impõe-se a investigação do que cada uma das mensagens tem em comum com as outras. O que vai permitir o agrupamento são justamente esses fatores em comum. Existem duas etapas no processo. A primeira é a do *inventário*, quando se isolam os elementos. A segunda é a da *classificação*, quando se reparte os elementos e, portanto, procura-se ou impõe-se certa organização às mensagens. Para Bardin (1977), a categorização pode empregar dois processos inversos.

É fornecido o sistema de categorias e repartem-se da melhor maneira possível os elementos, à medida que vão sendo encontrados. Este é o procedimento por <<caixas>> de que já falamos, aplicável no caso da organização do material decorrer diretamente dos funcionamentos teóricos hipotéticos. O sistema de categorias não é fornecido, antes resultando de classificação analógica e progressiva dos elementos. Esse é o procedimento por <<milha>>. O título conceitual de cada categoria somente é definido no final da operação (Bardin, 1977, p. 119)

Para que o conjunto das categorias se torne boa, é preciso que possuam algumas qualidades específicas. A *exclusão mútua* estipula que cada elemento não pode existir em mais de uma divisão. Assim, as categorias devem ser construídas de maneira que um elemento não possa ter dois ou vários aspectos susceptíveis de fazer com que seja classificado em mais categorias. Para que o princípio da exclusão mútua funcione, é preciso que exista a *homogeneidade* das categorias. “Um único princípio de classificação deve governar a sua organização” (Bardin, 1977, p. 120). Um mesmo conjunto categorial só funcionará com um registro e com uma dimensão de análise. No

caso de diferentes níveis de análise, devem ser separados em outras tantas análises sucessivas. Já a *pertinência* é quando uma categoria está adaptada ao material de análise escolhido, pertencendo também ao quadro teórico definido. Nesta qualidade específica, “o sistema de categorias deve refletir as intenções de investigação, as questões do analista e/ou corresponder às características das mensagens” (Bardin, 1977, p. 120). As diferentes partes de um mesmo material, aplicando-lhes a mesma grelha categorial, devem ser codificadas da mesma forma, mesmo quando forem submetidas a análises diferentes. Isso significa que outra qualidade do conjunto de categorias é a *objetividade e a fidelidade*. Se a escolha e a definição das categorias forem bem estabelecidas previamente, não há como se produzir distorções devidas à subjetividade dos codificadores e à variação dos juízos. É necessário também que se definam claramente as variáveis assim como os índices que determinam a entrada ou não de um elemento em uma categoria. A última das qualidades diz respeito à *produtividade*. “Um conjunto de categorias é produtivo se fornece resultados férteis: férteis em índices de inferências, em hipóteses novas e em dados exatos” (Bardin, 1977, p. 121).

3.4 Apropriação do método

Ao longo deste trabalho, foram elencadas diversas referências visando conceituar três universos de estudo que se aproximam muito no jornalismo hoje em dia, o das celebridades, o do jornalismo esportivo e o do jornalismo de entretenimento, com objetivo de analisar com maior profundidade o caso do jogador de futebol Neymar, que engloba esses três universos. A fim de entender melhor como esse atleta ultrapassou as barreiras do esporte para figurar também no mundo das celebridades e do entretenimento, mesclando-as em seu dia a dia, optou-se por, no próximo capítulo, realizar uma adaptação do método da análise de conteúdo, por meio da eleição de determinadas categorias temáticas. Em um universo de 287 matérias publicadas sobre o atacante Neymar no portal GLOBOESPORTE.COM entre os dias 1º e 29 de fevereiro, selecionou-se para o *corpus* de análise apenas as reportagens que continham o nome do atleta no título, reduzindo este número para 93. Também

se excluiu do *corpus* as postagens em blogs, deixando apenas as publicações que entram na lista de matérias do site.

Dessa forma, foram criadas quatro categorias temáticas principais, onde duas delas se subdividem em outras categorias. Primeiramente, reúne-se as matérias que abordam Neymar como uma **celebridade**, buscando-se entender como o meio jornalístico contribui para caracterizá-lo como tal. A seguir, reúnem-se as que falam sobre **futebol** propriamente, subdividindo-as em duas outras categorias, as que são resultado de **declarações** do jogador sobre seu desempenho em campo e as que incluem Neymar nas **reportagens de jogo**, que se formam a partir das informações pré, pós e durante a partida. A terceira categoria engloba o que as **pessoas falam sobre Neymar**, subdividindo-a em três, o que os seus **companheiros** de Santos têm a falar a seu respeito, o que os **adversários** pensam sobre o atacante e, por fim, o que **outros personagens** do esporte têm a dizer sobre o jogador, incluindo neste subcategoria falas de atletas de outros clubes, técnicos de outros clubes, ex-jogadores que são hoje ídolos do Santos, jornalistas e até esportistas de outros esportes. Por fim, a quarta e última categoria reúne as matérias dos **fãs** do Neymar, que se formam a partir dos torcedores, tanto os do clube paulista quanto de outros times que admiram o trabalho do atleta, das “Neymarzetes”, garotas que formam um fã-clube do jogador, onde o maior motivo de admiração é o extra-campo e não tanto aquilo demonstrado no gramado dos estádios, e também de pessoas que tentam ganhar seus minutos de fama explorando sua semelhança com o craque, apresentando-se como “sósias de Neymar”.

A partir do estudo dessas quatro categorias principais, que se subdividem em outras cinco, busca-se relacionar o referencial teórico esmiuçado no capítulo 2 e trabalhar na busca de inferências que nos ajudem a entender como funciona a figura do jogador Neymar atualmente, os limites do futebol ultrapassados adentrando o cenário do entretenimento e o das celebridades.

4 ANÁLISE

Neste capítulo, será exposta a análise de alguns textos publicados no portal GLOBOESPORTE.COM durante o período entre os dias 1º e 29 de fevereiro de 2012. De um total de 287 matérias publicadas no site ao longo deste mês que falam sobre o jogador Neymar, optou-se por recortar essa amostra de forma a tornar a leitura desta análise mais dinâmica. Serão analisadas 93 reportagens nas quais o nome do jogador consta no título.

A análise de conteúdo, detalhada no capítulo anterior, contemplará o estudo de categorias temáticas, visando compreender a relação do jogador de futebol em diversos âmbitos, seja no próprio esporte ou no entretenimento. Dessa forma, dividiram-se quatro grandes categorias, onde duas delas se subdividem em outras cinco. A primeira reúne material sobre o jogador enquanto **celebridade**. A segunda reúne as matérias que falam especificamente sobre **futebol**, a qual se subdivide em outras duas categorias, as que são criadas a partir de **declarações** do atleta santista e as que se formam ao redor das **reportagens de jogo**, sejam informações de pré, pós ou durante a partida, a chamada “crônica de jogo”. A terceira categoria principal reúne informações de **outras pessoas falando sobre o Neymar**. Essa também se subdivide, desta vez, em outras três categorias. São elas: o que os **companheiros** de Santos têm a dizer sobre o jogador, o que os **adversários** – seja de Santos ou de Seleção Brasileira – pensam a respeito do atacante e o que **outras figuras** do mundo esportivo falam sobre o atleta. A quarta e última categoria diz respeito aos **fãs** de Neymar, sejam eles santistas, torcedores adversários, “Neymarzetas” ou ainda sujeitos parecidos com o atacante que querem explorar sua fama para aparecer.

Cada matéria será analisada dentro de sua categoria ou subcategoria, porém, antes disso, expor-se-á um gráfico comparando, de maneira quantitativa, as reportagens agrupadas em cada uma delas, a fim de uma melhor compreensão de suas quantidades e relações.

4.1 QUADRO QUANTITATIVO

Por meio deste quadro busca-se reunir e expor de maneira mais clara as categorias analisadas neste capítulo e quantas matérias estão contidas em cada uma delas. Forma-se, dessa maneira, um resultado meramente quantitativo, que mostra o espaço dedicado, em números, na mídia para cada uma das temáticas observadas e analisadas.

CELEBRIDADES	FUTEBOL	O QUE OUTRAS PESSOAS DIZEM	FÃS
20 matérias	37 matérias	29 matérias	7 matérias
	13 matérias são com declarações do Neymar	9 matérias são com falas de companheiros	
	24 matérias são com material de jogo	11 matérias são com falas dos adversários	
		9 matérias são com falas de outras figuras do mundo esportivo	

Tabela 1: Quantidade de matérias publicadas sobre cada temática

4.2 CELEBRIDADE

Nesta categoria reúnem-se 20 matérias distintas, que abordam o jogador Neymar enquanto uma celebridade. Analisaremos cada uma delas separadamente.

4.2.1 Neymar apresenta novo uniforme da seleção

A ordenação do título da matéria “Neymar e Ganso apresentam nova camisa da Seleção: fim da tarja verde”³ já mostra o que é mais importante no conteúdo, a presença de Neymar e Paulo Henrique Ganso no evento ao invés da nova camiseta da seleção brasileira. Além de jogadores do Santos, os dois também são peças fundamentais no time do Brasil e, por isso, foram

³ Acessado em 21 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2012/02/neymar-e-ganso-apresentam-nova-camisa-da-selecao-fim-da-tarja-verde.html>

escolhidos para apresentarem os novos uniformes. Fora o fato de auxiliarem no fator marketing, por terem um forte apelo comercial frente ao público. Neymar desfilou com a camisa principal, enquanto Ganso usou a camisa azul, já demonstrando uma hierarquia de importância entre os dois.

4.2.2 Neymar completa 20 anos de 'ousadia e alegria'

A matéria que fala sobre os 20 anos completados de Neymar (“Domingo especial: Neymar completa 20 anos de 'ousadia e alegria’”⁴) pouco descreve sobre seu futebol propriamente, sua evolução tática ou sua atitude dentro de campo. A reportagem utiliza com frequência palavras que descrevem melhor o atacante: pop, fama, celebridade, moda, paparazzi, assédio. Desde 2009, quando passou a atuar na equipe principal do Santos, o jogador não pode mais sair de casa com tranquilidade. Tudo o que faz vira notícia – e o próprio colabora com isso, ao utilizar suas redes sociais para descrever grande parte dos momentos de sua vida -, além de ter de lidar com uma multidão de fãs por onde vá. O jornalista descreve corretamente essa situação: “Neymar frequenta tanto o noticiário esportivo quanto o de celebridades. Sua fama extrapolou há tempos o mundo do futebol”. São 20 anos onde o Neymar celebridade acaba merecendo mais destaque do que o Neymar jogador.

4.2.3 Neymar comemora aniversário

A reportagem “Neymar comemora 20 anos em boate sertaneja ao lado de boleiros e musas”⁵ evidencia o status de celebridade que o atleta possui, além de demonstrar ser o atacante santista um jogador de importância maior que os demais. A festa de aniversário de Neymar ocorreu na madrugada após a derrota por 2 a 1 no clássico contra o Palmeiras, pelo campeonato paulista. Em nenhum momento, o craque é criticado por ter saído para comemorar após ter perdido uma partida contra um grande rival. Pelo contrário, exalta-se que Neymar tenha chegado ao seu 100º gol como profissional, apesar da derrota.

⁴ Acessado em 22 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/domingo-especial-neymar-completa-20-anos-de-ousadia-e-alegria.html>

⁵ Acessado em 20 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/festa-de-neymar-e-em-casa-noturna-que-tem-andres-sanchez-como-socio.html>

A matéria também mostra o lado celebridade de Neymar ao ilustrar o texto com imagens do jogador ao lado de mulheres bonitas e cantando no palco ao lado de outras figuras famosas, como o cantor Alexandre Pires - Gustavo Lima e Pe Lanza, da banda Restart, também estavam na festa. As atrizes Carol Oliveira e Giovanna Lancelotti, fora os colegas Elano e Ganso, do Santos, e Lucas, do São Paulo, foram outros que compareceram.

4.2.4 Neymar faz exame de vista no Santos

Novamente uma reportagem que fala sobre todos os jogadores do Santos volta a focar em apenas um: Neymar. Assim já o é no título (“Neymar & Cia. fazem exame de vista no Santos. Veja as fotos”⁶), quando as palavras jogadores, equipe ou time são substituídas por “Neymar & Cia”. As imagens que ilustram a matéria são de divulgação do próprio clube, que, com bastante frequência, costuma registrar fatos dos bastidores do dia a dia do time, especialmente de Neymar. Com isso, ajuda a reafirmar o *status* de celebridade do jogador, aumentando o número de registros do atacante fora do futebol propriamente.

Na matéria em questão, apesar de todos os jogadores terem feito o exame, somente Neymar aparece no texto e nas fotografias. O atleta “sofre” na hora da aplicação do colírio, segundo descreve o jornalista responsável pela publicação, mas depois consegue realizar todos os exames solicitados pelos oftalmologistas – devidamente registrados em imagens e inseridos na matéria.

4.2.5 Neymar ganha brinquedo de patrocinador

Pouco existe de informação nesta matéria intitulada “Neymar ganha 'brinquedinho' do patrocinador: 'Fera demais’”⁷. O foco principal da publicação é a fotografia que ilustra o conteúdo, publicada no perfil do Twitter de Neymar. A imagem mostra o jogador “brincando” em uma espécie de cadeira com volante que simula uma corrida de Fórmula 1, um presente de um de seus patrocinadores, a Red Bull, pelo seu aniversário de 20 anos.

⁶ Acessado em 21 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/neymar-cia-fazem-exame-de-vista-no-santos-veja-fotos.html>

⁷ Acessado em 20 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/neymar-ganha-brinquedinho-do-patrocinador-fera-demais.html>

Além da irrelevância jornalística do assunto, a matéria também abre espaço para a divulgação de uma marca gratuitamente, visto que a Red Bull ganhou grande visibilidade no site sem precisar pagar nada à Globo. Como celebridade, Neymar funciona como um grande garoto-propaganda, o que é de grande valia para empresas que queiram divulgar suas marcas sem precisar criar propriamente uma peça publicitária e comprar um espaço de divulgação nos veículos de comunicação.

4.2.6 Neymar mais humilde que Cristiano Ronaldo

A mesma data de aniversário (5 de fevereiro) é motivo para comparações entre Neymar e Cristiano Ronaldo na matéria “Mais 'humilde' que CR7, Neymar se contenta com gol em aniversário”⁸. E as comparações não são acerca do futebol apresentado em campo, mas do presente que cada um escolheu para se dar na data festiva. Enquanto o jogador do Real Madrid se presenteou com uma lamborghini (um carro de luxo), o do Santos “se contentou” com seu 100º gol, marcado contra o Palmeiras, pelo campeonato paulista. Apesar de abordar a “modéstia” do craque brasileiro, a matéria também enumera quais carros o jovem de 20 anos já tem na garagem: um Porsche Panamera, um Volvo XC60 e um Mini Cooper.

4.2.7 Neymar homenageado em Carnaval

Pela primeira vez, um jogador de futebol seria homenageado no Carnaval da cidade de Salto, no interior de São Paulo. A festividade, já tradicional, dos “bonecões da Barra” começou na década de 1960, conforme explica a matéria “Neymar será homenageado no carnaval no interior de São Paulo”⁹. Ao longo destes 52 anos, os moradores da cidade viram jogar Pelé, Zico, Ronaldo, Romário, Falcão e outros tantos ídolos do futebol brasileiro e, apenas em 2012, um jogador seria lembrado: Neymar.

Famoso pelo seu penteado moicano, o estilo do jogador foi representado no boneco e ganhou destaque na matéria por ter sido a parte mais complicada

⁸ Acessado em 22 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/mais-humilde-que-cr7-neymar-se-contenta-com-gol-em-aniversario.html>

⁹ Acessado em 20 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/sp/sorocaba/noticia/2012/02/neymar-sera-homenageado-no-carnaval-no-interior-de-sao-paulo.html>

da confecção. “O mais difícil foi o cabelo, demorei mais de 20 horas para confeccionar e precisei de mais duas pessoas para ajudar”, explicou o artista plástico Jimmy Silva à jornalista que produziu a reportagem.

Ao utilizar-se da imagem de Neymar em uma das festas mais populares do Brasil, o Carnaval, o município de Salto, com pouco mais de 100 mil habitantes, conseguiu projeção nacional, o que talvez não conseguisse se tivesse homenageado outro personagem, seja do esporte ou não.

4.2.8 Neymar à procura de óculos antes de embarque para a Bolívia

O assunto aniversário volta a vir à tona na matéria “Bem-humorado, Neymar incrementa visual e pede óculos aos colegas”¹⁰, publicada oito dias após a data festiva. No embarque do Santos para a Bolívia, para a partida de estreia na Libertadores, o atacante brinca com os colegas de equipe no aeroporto, solicitando que fosse feita uma “vaquinha” entre os companheiros para lhe comprar um óculos escuros de presente. Sem sucesso, Neymar apenas observa os objetos no *freeshop*.

Novamente a reportagem é ilustrada com imagens e, desta vez, também com vídeo mostrando o jogador dentro da loja, fazendo compras. No saguão do aeroporto, é possível ver fãs rodeando o atleta e tirando fotos, confirmando o caráter de celebridade de Neymar.

4.2.9 Neymar brinca na piscina do hotel

Com registros em imagens e vídeo do jornalista que acompanhou a delegação santista à Bolívia, a reportagem “Após treino sob forte calor, Neymar lidera brincadeira na piscina do hotel”¹¹ mostra o atacante em um momento de lazer, aproveitando o tempo de folga na piscina do hotel após o treino.

Como é característico das celebridades o fato de não poder ficar muito tempo em lugares públicos sem que se forme uma multidão de fãs ao redor, o jogador também não conseguiu permanecer na piscina. Neymar chegou a brincar com um salva-vidas e com outro hóspede do hotel, fingindo tentar puxá-

¹⁰ Acessado em 20 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/bem-humorado-neymar-cobra-colegas-por-presente-de-aniversario.html>

¹¹ Acessado em 20 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/apos-treino-sob-forte-calor-neymar-lidera-brincadeira-na-piscina-do-hotel.html>

los para a água, mas logo outras pessoas se aglomeraram no local em busca de fotografias ou autógrafos, obrigando o atleta a retornar para dentro do hotel.

Apesar de outros santistas – como Ibson, Dimba, Ganso, Borges e Henrique - também estarem participando da brincadeira na piscina ou ainda apenas conversando em mesas ao redor delas, o principal foco da matéria, assim como o dos torcedores, é exclusivamente Neymar.

4.2.10 Neymar comanda trote em novatos

Apesar de ter apenas 20 anos e estar há apenas três no futebol profissional do Santos, Neymar já assumiu um status de estrela, ainda mais no cenário brasileiro, carente de ídolos jogando no país. E mesmo com tão pouco tempo jogando futebol, o atacante já é um dos mais experientes do elenco santista. A matéria “Em Santa Cruz de la Sierra, Neymar comanda trote em novatos do Peixe”¹² representa exatamente isso. Antes da partida de estreia na Libertadores contra o The Strongest, Dimba e Felipe Anderson, que vieram da base do clube, passaram por um processo de “iniciação” na equipe, onde foram amarrados e amordaçados. Tudo comandado e registrado via Twitter por Neymar, informações essas que logo viraram matéria jornalística, assim como grande parte do que é publicado pelo atleta em sua rede social.

4.2.11 Neymar chega animado a estádio

A matéria que registra a chegada da delegação santista ao estádio Hernando Siles, na Bolívia, onde o time faria sua estreia na Libertadores contra o The Strongest, tem como foco a animação da dupla Neymar e Paulo Henrique Ganso. Em “Vai começar: Neymar e Ganso chegam animados ao estádio”¹³, o atacante aparece em uma foto na janela do ônibus, fazendo gestos e acenando para a torcida. O tom da reportagem reafirma serem Neymar e Ganso os grandes astros do Santos e que, com a sua animação, transmitem o sentimento aos demais companheiros, dando confiança para o

¹² Acessado em 22 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/neymar-comanda-trote-nos-novatos-do-peixe-na-taca-libertadores.html>

¹³ Acessado em 21 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/vai-comecar-neymar-e-ganso-chegam-animados-ao-estadio.html>

time jogar bem e vencer a partida – embora, na ocasião, a equipe brasileira tenha perdido por 2 a 1.

4.2.12 Santos libera Neymar para Carnaval

Apesar da matéria “Santos libera, e Neymar deve passar carnaval em Salvador com estrelas”¹⁴ revelar que todos os jogadores do Santos estavam liberados para passar o Carnaval aonde quisessem a partir do final do jogo contra o Mirassol, no sábado, até a reapresentação no Centro de Treinamento, na segunda-feira, o foco do texto é unicamente Neymar. À convite do seu patrocinador, o refrigerante Guaraná Antártica, o atacante deveria comparecer ao camarote da marca em Salvador, ao lado de outras celebridades, como a cantora Claudia Leitte e o ex-vocalista da banda Exaltasamba, Thiaguinho.

A reportagem ainda lembra que, em 2011, o jogador já havia passado o feriado em Salvador e no Rio Janeiro. Porém, naquela época, foi possível aproveitar todo o Carnaval, apesar da equipe jogar no sábado pelo Campeonato Paulista. Isso porque Neymar só teve 13 dias de férias no início daquele ano, por ter defendido a seleção brasileira que conquistou o título do Campeonato Sul-Americano Sub-20, no Peru, enquanto os colegas de Santos descansavam. Fato que novamente evidencia ser Neymar um jogador de tratamento diferenciado dos demais.

4.2.13 “Agora vale tudo”: Neymar sobre o Carnaval baiano

Apesar de ser uma matéria de pós-jogo contra o Mirassol, pelo campeonato paulista, o destaque já aparece no título “Neymar elogia Ganso e corre para o carnaval baiano: ‘Agora vale tudo’”¹⁵. O atacante entrou em campo, não marcou gol, teve uma boa atuação, mas o foco foi completamente outro minutos após o apito final do árbitro: o que Neymar faria durante o Carnaval. Um jatinho particular já o esperava quando a partida acabou para levá-lo a Salvador. O questionamento pós-jogo também foi de como o atleta

¹⁴ Acessado em 20 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/santos-libera-e-neymar-deve-passar-carnaval-em-salvador-com-estrelas.html>

¹⁵ Acessado em 22 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/neymar-elogia-ganso-e-corre-para-o-carnaval-baiano-agora-vale-tudo.html>

aproveitaria a folga. A resposta foi de que estava tudo liberado e que “valia tudo” durante as festividades.

4.2.14 Neymar canta em camarote

O apelo principal da matéria intitulada “Neymar e Lucas soltam a voz em camarote em Salvador”¹⁶ são as fotografias dos jogadores cantando durante o Carnaval. Com apenas um parágrafo de informação escrita, o que realmente interessa para os curiosos que querem saber como foi a noite de festa do jogador são as imagens, que mostram Neymar e Lucas, do São Paulo, cantando no camarote do patrocinador da dupla, o refrigerante Guaraná Antártica, ao lado do ex-vocalista da banda Exaltasamba, Thiaguinho.

Juntamente com atores, músicos e artistas, Neymar também figura no grupo das celebridades que atraem a atenção e a curiosidade da população, seja daqueles que estão no Carnaval e querem ver o jogador cantando para o público do camarote, seja daqueles que estão em casa e querem acompanhar o que está acontecendo de longe.

4.2.15 Neymar curte Carnaval em Salvador

A matéria “Neymar curte folia em Salvador, mas foge da 'pipoca': 'Não tenho coragem’”¹⁷ passa um cronograma de como foi o dia de Neymar no domingo de Carnaval na Bahia. Ele acompanhou os shows dos trios elétricos que se estenderiam até a noite desde o começo da tarde. Novamente ao lado de Lucas, jogador do São Paulo, Neymar compareceu ao camarote de seu patrocinador e participou das brincadeiras propostas pelos grupos musicais. Quando o músico Tomate passou pelo local, o atacante recebeu uma mamadeira do cantor para interpretar a música “Uh, bebê” que, rapidamente, foi para a boca de Neymar, para o “delírio das meninas” que acompanhavam a apresentação do chão, segundo descreve a notícia.

À reportagem, o atacante revela que não teria coragem de passar o Carnaval nem na “corda” nem na “pipoca”, que são os foliões que passam junto

¹⁶ Acessado em 20 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/2012/02/neymar-e-lucas-soltam-voz-em-camarote-em-salvador.html>

¹⁷ Acessado em 20 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/neymar-curte-folia-em-salvador-mas-foge-da-pipoca-nao-tenho-corgaem.html>

dos trios elétricos – no primeiro caso, fazem parte de blocos com abadás característicos, já o segundo não faz parte de nenhum bloco, mas é possível acompanhar a festa assim mesmo, apenas mais longe. Além disso, a reportagem chega a descrever como era a roupa que Neymar estava usando na ocasião e compara uma peruca que Lucas utilizou em um momento com o penteado moicano do santista. Assim como na matéria analisada anteriormente, a programação do jogador no Carnaval baiano não faz parte do cenário futebolístico, entretanto interessa aos espectadores por se tratar não apenas de um atleta, mas de uma celebridade, aumentando o interesse de um público muito maior do que aquele apenas esportivo.

4.2.16 Neymar aproveita Carnaval ao lado de mulheres

A matéria “Neymar curte carnaval de Salvador bem acompanhado em camarote”¹⁸ volta a contar como foi a noite de Carnaval de Neymar, desta vez, a da madrugada de domingo para segunda-feira. Apesar de não ter tido nenhuma aparição em público, para as pessoas que curtiam a festa na “pipoca”, o atacante foi fotografado em diversos momentos no camarote, novamente da sua patrocinadora. As três imagens que ilustram a matéria mostram Neymar rodeado de mulheres, como o próprio título sugere, sem que necessariamente o jogador estivesse ali se relacionando com elas.

A reportagem ainda descreve a roupa que o atleta estava usando, além de observar que foram colocados diversos adesivos com a palavra “beijo” em seu braço. Neymar também precisou atender aos fãs, que pediam fotos e autógrafos, além de darem beijos e abraços no santista.

4.2.17 Neymar pergunta a colegas de Santos se o viram no Carnaval

A própria linha de apoio da matéria “Neymar tira onda dos novatos em treino: ‘Vocês me viram no carnaval?’”¹⁹ já descreve como funciona a figura de Neymar, ao chamá-lo de celebridade. E pelo conteúdo descrito no texto, o atacante parece ter consciência disso. Ao chegar ao treinamento da segunda-

¹⁸ Acessado em 21 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/neymar-curte-carnaval-de-salvador-bem-acompanhado-em-camarote.html>

¹⁹ Acessado em 21 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/neymar-tira-onda-dos-novatos-em-treino-voces-me-viram-no-carnaval.html>

feira, após as festividades do final de semana, o jogador perguntou aos demais – com foco especialmente nos mais novos – se o haviam visto no Carnaval via veículos de comunicação.

A vida de celebridade de Neymar chega a provocar certa inveja nos colegas novatos do time. “Quero eu um dia ter essa moral (risos). Meu carnaval este ano foi em casa, quietinho. Quem sabe um dia não ganharei fama e o dinheiro que ele tem para curtir”, disse Dimba, atacante de 19 anos integrado ao grupo principal para a disputa do campeonato paulista deste ano, à matéria.

4.2.18 Neymar canta em camarote. Desta vez, na Sapucaí

Seguindo a maratona de festividades durante o Carnaval, Neymar aproveitou a noite de segunda-feira na Sapucaí, no Rio de Janeiro. A matéria “Neymar aparece na Sapucaí e ataca de cantor sertanejo em camarote”²⁰ descreve o jogador com o mesmo nível de fama que a cantora Jennifer Lopez, visto que a chegada do atacante em um dos camarotes causou grande tumulto de fãs, obrigando-o a ser levado para um espaço reservado, o mesmo que a norte-americana ficou durante o primeiro dia de desfiles.

Neymar ainda voltou a subir em um palco para cantar. Desta vez, representou músicas de Michel Teló, sendo a principal atração da pista de dança, conforme afirma a reportagem.

4.2.19 Neymar aproveita Carnaval no Rio de Janeiro

A matéria “Neymar canta, R10 dança, Ronaldo defende: a madrugada na Sapucaí”²¹ faz um balanço do que aconteceu durante os dois dias de desfiles no Rio de Janeiro e compara a atitude de três craques da bola, de gerações distintas. Enquanto Neymar, há apenas dois anos sob os holofotes, aproveitava para chamar ainda mais atenção nos camarotes, subindo ao palco, cantando e tirando fotos, Ronaldinho Gaúcho e Ronaldo Fenômeno foram mais discretos. Ainda atuando em campo pelo Flamengo na época, Ronaldinho optou por um espaço particular, longe dos badalados camarotes de

²⁰ Acessado em 21 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/neymar-aparece-na-sapucaia-para-curtir-ultimo-dia-de-desfiles-no-rio.html>

²¹ Acessado em 21 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/2012/02/neymar-canta-r10-danca-ronaldo-defende-madrugada-na-sapucaia.html>

patrocinadores. Por outro lado, Ronaldo, já aposentado, focou no lado político, ao falar da organização da Copa do Mundo de 2014 e defender Ricardo Teixeira – à época, ainda presidente da CBF.

A matéria dá um tom de deslumbramento de Neymar em seu segundo Carnaval como grande estrela. Diferente dos outros dois jogadores, que já estão na mídia há mais de década e parecem cansados do assédio, o atacante do Santos parece não se importar. Até pelo contrário, demonstra gostar de figurar entre as celebridades.

4.2.20 Neymar faz tratamento com “agulhadas”

Após sofrer 10 das 19 faltas cometidas pelo Comercial, adversário do Santos no dia anterior, Neymar passou por uma sessão de "dry needling", tratamento com agulhas de acupuntura para aliviar a dor e desbloquear contraturas musculares. O atacante registrou imagens do tratamento, publicadas em seu Twitter, que logo viraram matéria (“Neymar se apresenta com dores e passa por sessão de 'agulhadas’”²²). As fotos mostram o jogador em um momento de bastidor do clube, a qual o torcedor costuma não ter acesso. Por meio da sua popular conta na rede social, que conta com mais de quatro milhões de seguidores, a informação rapidamente se espalha, possibilitando que seu cotidiano seja sempre acompanhado, assim como acontece com tantas outras celebridades.

4.3 FUTEBOL

Nesta categoria reúnem-se 37 matérias distintas, que abordam o jogador Neymar dentro do cenário futebolístico. A categoria principal se subdividirá em outras duas, a que reúne matérias providas de declarações do atleta e a que reúne reportagens sobre o jogo propriamente, seja de pré, pós ou durante. Analisaremos cada uma delas separadamente.

4.3.1 Declarações do jogador Neymar

²² Acessado em 21 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/neymar-se-apresenta-com-dores-e-passa-por-sessao-de-agulhadas.html>

Esta subcategoria reúne 13 textos que se formam a partir de declarações de Neymar. Tanto os títulos, quando os subtítulos e o conteúdo das matérias são marcados por verbos como dizer, falar e relatar, além de abrir aspas para as falas do jogador sempre que possível.

4.3.1.1 Neymar sente saudade da Vila Belmiro

Sem atuar há 73 dias em seu estádio, a Vila Belmiro, que passa por reformas de melhoria de qualidade, Neymar afirma sentir saudade de atuar no local. Assim como os torcedores santistas, o atacante também se sente “longe de casa”. Apesar da reportagem também conter uma declaração de Alan Kardec, o foco do conteúdo é o dizer de Neymar, como o próprio título já representa ao utilizar apenas o nome do craque: “Há 73 dias longe da Vila, Neymar admite saudade: 'Gosto muito de lá’”²³. Optar pelo nome de Neymar ao invés do grupo santista é um critério jornalístico e que demonstra ser o atacante mais importante – ou, no mínimo, que chame mais atenção perante o público – do que os demais companheiros.

4.3.1.2 Neymar elogia Alan Kardec: “Sou fã”

Nesta matéria intitulada “Artilheiro, Kardec fará dupla com Neymar, que elogia: 'Sou fã dele’”²⁴, Neymar, que é sempre ídolo de alguém, inverte o papel e se torna fã de um companheiro de equipe. Contra o Botafogo-SP, pelo campeonato paulista, Borges, o companheiro de ataque da “Joia”, não pode atuar por um desconforto na coxa esquerda e Neymar terá como dupla o artilheiro da temporada, Alan Kardec. Ao falar da nova parceria, o craque foi só elogios, ao afirmar ser fã e que “jogar ao lado dele é maravilhoso”. Dessa forma, o jogador demonstra ser humilde com a posição de ídolo e também compartilha com os demais companheiros a responsabilidade de craque.

4.3.1.3 Neymar pede empenho dos companheiros

²³ Acessado em 22 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/ha-73-dias-longe-da-vila-neymar-admite-saudade-gosto-muito-de-la.html>

²⁴ Acessado em 26 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/artilheiro-kardec-fara-dupla-com-neymar-que-elogia-sou-fa-dele.html>

Na matéria “Neymar pede empenho e marcação na estreia do Peixe na Libertadores”²⁵, o jogador faz o papel de líder da equipe ao cobrar que seus companheiros tenham a mesma dedicação que ele ao vestir a camiseta do Santos. O atacante ainda faz uma avaliação do desempenho da equipe após a partida contra o Botafogo-SP, quando a equipe começou perdendo por 1 a 0, mas conseguiu reverter o resultado com três gols e uma assistência de Neymar na segunda etapa. Referência técnica e tática do time, o atleta, apesar do pouco tempo atuando como profissional, já é também uma das lideranças no vestiário santista, como a matéria demonstra.

4.3.1.4 Neymar relata pânico após choque com goleiro

A publicação em sua conta no Twitter após a partida contra o Botafogo-SP rendeu uma matéria denominada “Após choque, Neymar relata pânico: ‘Minutos mais tristes da minha vida’”²⁶. O jogador descreveu seu sentimento quando acabou se chocando com o goleiro adversário, caindo no gramado e ficando alguns momentos sem conseguir respirar. Apesar do lance não ter provocado nenhuma sequela para a posterioridade, apenas por ser uma jogada que acabou parando o jogo e por se tratar de um atleta de suma importância para a equipe, a frase de desabafo mereceu repercussão na grande mídia.

4.3.1.5 Neymar promete esforço máximo na estreia

Na matéria “Neymar não dá bola para a altitude de La Paz e promete esforço máximo”²⁷, o atacante exalta suas próprias características e sua raça e vontade em campo – características essas que costumam agradar a torcedores de todos os times. Antes da estreia do Santos na Libertadores contra o The Strongest, na Bolívia, Neymar se define como “um cara que não gosta de me poupar nem em treino, muito menos em jogo”. A altitude de La Paz poderia ser um dos complicadores na partida, obrigando os jogadores a diminuírem o ritmo

²⁵ Acessado em 22 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/neymar-pede-empenho-e-marcacao-na-estreia-do-peixe-na-libertadores.html>

²⁶ Acessado em 22 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/apos-choque-neymar-relata-panico-minutos-mais-tristes-da-minha-vida.html>

²⁷ Acessado em 22 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/neymar-nao-da-bola-para-altitude-de-la-paz-e-promete-esforco-maximo.html>

de jogo, consequência essa que, ao menos para Neymar, não acontecerá. O atleta também reafirma a confiança no seu grupo e demonstra respeito ao adversário – apesar de não ser um time de grande tradição na competição sul-americana.

4.3.1.6 Neymar brinca com o número de faltas sofridas

Com bom humor, Neymar comentou após a partida contra o Comercial, pelo campeonato paulista, sobre a grande quantidade de faltas sofridas. Neste jogo, em particular, 10 das 19 faltas cometidas pelo adversário foram em cima do atacante, conforme descreve a matéria “Neymar apanha mais que o resto do time e ri: 'Cansar? Só tenho 20 anos’”²⁸. Diferentemente de outros jogadores, que costumam reclamar de faltas sofridas em demasia, especialmente porque elas conseguem atingir seu objetivo, que é o de parar a jogada, Neymar parece não se importar. Isso porque as faltas cometidas não prejudicam o futebol apresentado pelo santista. A equipe segue ganhando e o jogador segue atuando em alto nível. Perguntado se estava “cansado de apanhar”, afirmou que não justificando pela sua idade: “Cansar? Como assim, pô? Sou jovem, tenho 20 anos”, segundo transcreve a reportagem.

4.3.1.7 Neymar não se preocupa com faltas sofridas

Assim como na partida contra o Comercial, Neymar também sofreu com as faltas contra a Ponte Preta. Ao contrário da atitude tomada pelo Santos, de produzir um DVD com todas as infrações sofridas pelo atacante que seria entregue à Comissão de Arbitragem, o jogador preferiu fugir da polêmica e afirmar que tudo fazia parte do jogo de contato que existe no futebol e que as pancadas são “normais”. Na matéria “Após mais dois golaços, Neymar diz não se preocupar com faltas sofridas”²⁹ é repercutida também a opinião de Neymar acerca de seus próprios gols e de como a equipe santista jogou.

4.3.1.8 Neymar quer representar a nação

²⁸ Acessado em 22 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/neymar-apanha-mais-que-o-resto-do-time-e-ri-cansar-so-tenho-20-anos.html>

²⁹ Acessado em 23 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/apos-mais-dois-golacos-neymar-diz-nao-se-preocupar-com-faltas-sofridas.html>

Apesar de ter sido econômico em suas palavras antes do embarque da seleção brasileira, apenas pelo fato de ser Neymar quem estava falando era necessário produzir uma matéria a respeito do que o garoto afirmou (“Neymar embarca empolgado com a Seleção: ‘Vamos representar a nação’”³⁰). Na ocasião, o atacante santista disse ser importante representar a nação e novamente falou sobre o jogo de seu time contra a Ponte Preta, pelo campeonato paulista. Sua atuação neste jogo é a introdução para a matéria aqui analisada, dando uma “esperança” ao leitor de que, contra a Bósnia, vestindo a camiseta do Brasil, possa repetir a atuação (foram dois gols, duas assistências, início de jogada de outros dois gols, além de cavar duas das três expulsões do adversário). Atuando pela seleção, Neymar ainda não conseguiu desempenhar o mesmo papel que o faz no Santos, o que deixa dúvidas em alguns torcedores sobre a qualidade de seu futebol.

4.3.1.9 Neymar elogia Ganso

Colegas no Santos, Neymar e Ganso desembarcaram juntos na Suíça para o amistoso da seleção brasileira contra a Bósnia. O meia, que também teve grande atuação contra a Ponte Preta, mereceu elogios do atacante na chegada ao hotel. A matéria “Neymar chega à Suíça e elogia Ganso: ‘Com ele bem, não tem para ninguém’”³¹ dá espaço para as declarações do jovem santista, tanto com relação a seus companheiros, quanto sobre a sensação de atuar em temperaturas bem abaixo dos padrões brasileiros e de vestir a camisa amarela. Ao afirmar que jogar pela seleção é completamente diferente do que jogar pelo Santos, Neymar estaria se justificando ou até se defendendo das críticas que surgem pelo seu desempenho pelo Brasil, normalmente abaixo dos padrões que apresenta em seu clube.

4.3.1.10 Neymar fã de Ronaldinho Gaúcho

Mesmo já sendo ídolo de uma geração de torcedores e jogadores, Neymar também tem suas inspirações no futebol. A matéria “Neymar, sobre

³⁰ Acessado em 23 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2012/02/neymar-embarca-empolgado-o-importante-e-representar-nacao.html>

³¹ Acessado em 23 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2012/02/neymar-chega-suica-e-elogia-ganso-com-ele-bem-nao-tem-para-ninguem.html>

R10: ‘É ídolo. Ainda sinto vergonha de chegar perto dele’³² repercute a declaração de que o atacante é fã de outro colega de seleção brasileira, Ronaldinho Gaúcho, atualmente no Atlético-MG. O que se configura nos treinos do Brasil na Suíça, antes de encarar a Bósnia em amistoso, é uma relação ídolo-fã e não propriamente de colegas de equipe, o que demonstra ser Neymar um ser humano como qualquer outro e que existem outros acima dele. O santista revelou aos jornalistas ainda sentir vergonha de ficar próximo de R10 e que o atleticano, por sua vez, passa dicas sobre futebol e sobre a vida, deixando Neymar “à vontade”.

4.3.1.11 Neymar fala sobre seleção e Copa do Mundo

Por ser a grande estrela, além da principal referência técnica e tática dentro da equipe, a opinião de Neymar sobre a seleção brasileira e sobre a Copa do Mundo de 2014 sempre é de relevância. Por isso a matéria “Neymar, sobre 2014: ‘A Copa está longe e bem perto ao mesmo tempo’³³ repercutiu as declarações do atacante acerca da preparação do time e da importância dos amistosos visando já os Jogos Olímpicos, que acontecem neste ano. Apesar de afirmar que 2014 ainda está longe, o jogador, ao mesmo tempo, alerta para o pouco tempo de trabalho, visto que, no futebol, “as coisas acontecem muito rápido”.

4.3.1.12 Neymar comemora vitória da seleção

Assim como na análise da matéria anterior, produzida antes do jogo, esta, intitulada “Neymar comemora a vitória e diz que Seleção busca ‘forma ideal de jogar’³⁴, repercute as opiniões do atacante sobre o desempenho da equipe após a partida. A visão do atleta é lúcida ao reconhecer que a seleção não jogou bem contra um adversário fraco. Ao mesmo tempo, tenta diminuir as críticas ao exaltar o resultado positivo, de 2 a 1. Outro ponto a se observar é que, apesar de constar apenas o nome de Neymar tanto no título quanto no subtítulo da matéria, chamando o leitor a ler uma reportagem somente sobre o

³² Acessado em 23 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2012/02/neymar-sobre-r10-e-idolo-ainda-sinto-vergonha-de-chegar-perto-dele.html>

³³ Acessado em 23 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2012/02/neymar-sobre-2014-copa-esta-longe-e-bem-perto-ao-mesmo-tempo.html>

³⁴ Acessado em 23 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2012/02/neymar-comemora-vitoria-e-diz-que-selecao-busca-forma-ideal-de-jogar.html>

santista, em meio ao texto há também declarações do zagueiro do Milan, Thiago Silva – o que pode causar confusão em leitores desatentos.

4.3.1.13 Neymar é vítima de faltas. Desta vez, na seleção

Assim como ocorre pelo Santos, Neymar também é vítima de diversas faltas quando atua pela seleção brasileira. E, da mesma forma que Muricy Ramalho, técnico santista, reclama da atitude dos adversários, Mano Menezes, técnico do Brasil, alerta para a “violência” dos demais jogadores. O discurso do atacante, entretanto, seguiu o mesmo, segundo apresenta a matéria “Mano critica entrada violenta em Neymar, que diz: ‘Estou acostumado’”³⁵. O atleta afirma que as pancadas não o afetam e que a única forma de escapar delas é “jogando futebol”. Ao fazer declarações como essas, Neymar foge de polêmicas e foca no que interessa, que é seu desempenho em campo.

4.3.2 Reportagens de jogo

Nesta subcategoria encontram-se reunidos 24 textos que abordam o desempenho das equipes – seja Santos ou seleção brasileira -, mas tendo como foco o atacante Neymar. São matérias que falam tanto do pré quanto do pós-jogo, além das chamadas “crônicas”, que contam o que aconteceu durante a partida, seja em forma de reportagem especial ou de notas.

4.3.2.1 Neymar pratica para tentar marcar de bicicleta

Dono do gol mais bonito de 2011, reconhecido com o Prêmio Puskas da FIFA, Neymar quer aumentar seu repertório de gols. A matéria “Neymar pratica para tentar marcar de bicicleta. Pelé dá dica: 'Tem de treinar’”³⁶ revela a vontade do atacante em marcar um gol de bicicleta, tal qual Pelé fazia com maestria nas décadas de 1960 e 1970. O próprio “Rei” é quem dá a dica para seu seguidor, incentivando-o a seguir treinando e aprimorando sua habilidade. Ao final da matéria, uma montagem de fotos compara os craques de épocas

³⁵ Acessado em 23 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2012/02/mano-critica-entrada-violenta-em-neymar-que-diz-estou-acostumado.html>

³⁶ Acessado em 25 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/neymar-pratica-para-tentar-marcas-de-bicicleta-pele-da-dica-tem-de-treinar.html>

distintas, a jogada de bicicleta perfeita de Pelé com a tentativa ainda frustrada de Neymar durante os treinos.

4.3.2.2 Neymar em busca de seu 100º gol

A matéria “Neymar volta e busca 100º gol de 'presente antecipado' contra o Oeste”³⁷ reúne algumas das principais atrações para o torcedor santista acompanhar a partida contra o Oeste. Por constar no título e ser o principal chamativo da matéria, observa-se que, no julgamento do repórter, a possibilidade de Neymar marcar seu centésimo gol é a informação mais importante. Mas o torcedor também poderia ver Léo vestir a camisa do clube pela 400ª vez e Arouca chegar ao seu jogo número 100. Fora o fato de que seria o primeiro confronto que o Santos entraria em campo na temporada com o time totalmente titular.

4.3.2.3 Neymar capitão contra o Palmeiras

A matéria “Sem Léo e Dracena, Neymar pode virar capitão contra o Palmeiras”³⁸ especula a possibilidade de Neymar ser o capitão santista no clássico pelo campeonato paulista, já que Léo e Edu Dracena não atuariam. Além disso, apresenta quais outros desfalques a equipe teria para o confronto. Entretanto, o atacante volta a ser o centro das atenções da reportagem, não pelo que poderia desempenhar dentro de campo, mas pela sua calorosa recepção em Presidente Prudente. O jornalista descreve com detalhes a euforia das centenas de fãs que aguardavam por um autógrafo ou uma fotografia do ídolo. Algumas das “Neymarzetas” aguardavam com presentes e longas cartas para entregar ao jogador, sem muito sucesso, visto que o atacante desceu rápido do ônibus rumo à entrada do hotel.

4.3.2.4 Santos mede forças contra o Palmeiras

³⁷ Acessado em 23 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/sp/futebol/campeonato-paulista/noticia/2012/02/neymar-volta-e-busca-100-gol-de-presente-antecipado-contr-o-oeste.html>

³⁸ Acessado em 23 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/sem-leo-e-dracena-neymar-pode-virar-capitao-contr-o-palmeiras.html>

A matéria intitulada “No aniversário de Neymar, Peixe mede forças com o Palmeiras”³⁹ já inicia dando o tom do que parece ser mais importante na partida: os 20 anos do atacante santista. Ao começar o texto com a frase “É dia de festa para o Santos e todo o futebol brasileiro pelo aniversário de Neymar”, o jornalista mostra que a data pessoal do jogador tem uma importância maior do que um clássico entre dois grandes times do futebol brasileiro.

Apesar de ser uma matéria para apresentar o confronto, mostrando quais serão os destaques, os desfalques, o que esperar do jogo, o foco acaba ficando principalmente em cima do aniversário de Neymar. A partida também é importante por poder ser a que o atacante balançará as redes pela centésima vez. Ou seja, novamente é importante por causa de um atleta em específico e não pelo conjunto de profissionais e torcedores.

4.3.2.5 Neymar marca 100° gol, mas Santos perde

Tanto no título quanto no subtítulo e no início da matéria “Neymar marca 100°, mas Palmeiras vira e bate o Santos em Prudente”⁴⁰ a informação de que Neymar, no dia do seu aniversário, marcou seu centésimo gol está a frente do resultado da partida. A crônica da partida é válida para os dois clubes, entretanto são abusados os adjetivos para descrever Neymar. Frequentemente o termo “aniversariante” aparece no texto ou ainda a expressão “ousadia e alegria” para descrever o futebol do santista. Apesar da vitória do Palmeiras, o grande personagem da partida foi o derrotado Neymar.

4.3.2.6 Neymar e Muricy divergem por expulsão de Ibson

A matéria “Neymar critica juiz, mas Muricy culpa Ibson por expulsão: ‘Mudou tudo’”⁴¹ contrasta as opiniões contrárias do “astro” Neymar e do técnico Muricy Ramalho acerca da expulsão do jogador Ibson durante a partida contra o Palmeiras. Enquanto o atacante afirmava ser culpa do juiz ainda no “calor da partida”, saindo de campo, o técnico adotou a sobriedade ao isentar a

³⁹ Acessado em 23 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/sp/futebol/campeonato-paulista/noticia/2012/02/no-aniversario-de-neymar-peixe-mede-forcas-com-o-palmeiras.html>

⁴⁰ Acessado em 23 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/sp/futebol/campeonato-paulista/noticia/2012/02/neymar-marca-o-100-mas-palmeiras-vira-e-bate-o-santos-em-prudente.html>

⁴¹ Acessado em 23 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/neymar-critica-juiz-mas-muricy-culpa-ibson-por-expulsao-mudou-tudo.html>

arbitragem de qualquer erro, dizendo ser culpa de seu próprio atleta, que deu um carrinho no adversário quando não devia. Apesar de a reportagem abordar basicamente a fala do treinador, o nome de Neymar e sua declaração aparecem rapidamente como um ponto contrastante.

4.3.2.7 Neymar deixa Presidente Prudente mancando

Por ter deixado o gramado da partida sem falar com nenhum repórter, a informação que inicia o título da matéria “Triste, Neymar deixa Presidente Prudente mancando e em silêncio”⁴² vem do técnico Muricy Ramalho. Apesar de ter sido derrotado pelo Palmeiras e atuação da equipe e do jogador em especial não ter sido a esperada, a reportagem abusa de termos para exaltar o atacante, como “brilhou”, “lampejos de genialidades”, “dribles desconcertantes” e “ousadia e alegria”.

Por ter marcado seu 100º gol nesse jogo pelo campeonato paulista, a reportagem ainda é ilustrada com um infográfico, descrevendo estatisticamente os cem gols do atleta. Quantos foram marcados de cabeça, de peito, de pé direito, de pé esquerdo, quando atuava pelo Santos ou pela seleção brasileira, se foram se pênalti, de falta, de fora ou dentro da área. Um jogador completo, sem dúvidas.

4.3.2.8 Neymar: craque e artilheiro

A matéria especial “Craque e artilheiro: Neymar chega ao 100º gol em três anos de carreira”⁴³ reúne estatísticas, informações, comparações e relembra fatos que marcaram o futebol de Neymar na trajetória até chegar ao seu centésimo gol. Uma das primeiras comparações é com Ronaldo Fenômeno, por terem marcado gol no mesmo estádio – Neymar, o seu centésimo, e Ronaldo, o seu primeiro com a camiseta do Corinthians. Outra aparece pela forma como o gol foi marcado, de cabeça, assim como o seu primeiro como profissional, contra o Mogi Mirim, em 2009.

⁴² Acessado em 24 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/triste-neymar-deixa-presidente-prudente-mancando-e-em-silencio.html>

⁴³ Acessado em 24 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/craque-e-artilheiro-neymar-chega-ao-100-gol-em-tres-anos-de-carreira.html>

À reportagem, o atacante ainda revela o seu TOP 5 de gols preferidos e descreve o primeiro com riqueza de detalhes. O marcado contra o Flamengo, no Brasileirão 2011, foi o eleito não somente pelo jogador mas também por especialistas de todo o mundo, que concederam o Prêmio Puskas da FIFA ao santista por ser considerado o gol mais bonito daquele ano, desbancando Messi, do Barcelona, e Wayne Rooney, do Manchester United.

4.3.2.9 Neymar bate Messi na marca dos 100 gols

Em mais uma reportagem sobre os 100 gols de Neymar, “Neymar bate Messi e se aproxima de Ronaldo na marca de 100 gols”⁴⁴ compara a idade com que o santista chegou ao seu centésimo com a de outros craques do cenário mundial. O primeiro goleador batido por Neymar foi Lionel Messi, meia-atacante do Barcelona, que só conquistou a mesma marca quando tinha 22 anos. Já, por pouco, não conseguiu quebrar o recorde de Ronaldo Fenômeno, que chegou aos 100 gols com 19 anos. Por outro lado, Pelé, sempre imbatível, chegou à marca quando tinha apenas 17 anos. A reportagem ainda encerra afirmando que o atleta do Santos tem potencial para igualar, não apenas em número de gols, mas em futebol apresentado em campo, o argentino Messi.

2.3.2.10 Neymar marca três e Santos goleia o Botafogo-SP

A crônica da partida entre Santos e Botafogo-SP pelo Paulistão exalta a atuação de Neymar, apesar do desempenho coletivo não ter sido bom. A começar pelo título (“Em noite de Neymar, craque marca três, Santos vira e goleia o Botafogo”⁴⁵), que poderia passar o sentimento aos mais desavisados que a equipe havia jogado bem. Com atuação muito abaixo da média no primeiro tempo, o time voltou melhor e com o diferencial de que Neymar “voltou ligado” e “elétrico”, segundo descreve a matéria, para a segunda etapa. Com o atacante em alto nível, três gols vieram fáceis, além de uma assistência para o quarto. Uma partida que parecia perdida, acabou virando goleada pelos pés de Neymar, como afirma a reportagem já no início do texto: “Para quem tem

⁴⁴ Acessado em 24 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/neymar-bate-messi-e-se-aproxima-de-r9-e-romario-na-marca-de-100-gols.html>

⁴⁵ Acessado em 24 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/paulista/noticia/2012/02/em-dia-de-neymar-craque-marca-tres-santos-vira-e-goleia-o-botafogo.html>

Neymar, 15 minutos são o bastante para transformar uma má atuação em goleada”.

2.3.2.11 Neymar e Ganso: os mais preparados para a altitude

As duas principais referências técnicas do time, que atuam a maior quantidade de jogos – especialmente o primeiro -, seja por Santos ou por seleção brasileira, e que também têm uma extensa lista de atividades extra-campo são também os dois atletas santistas que possuem as melhores avaliações fisiológicas do clube durante a pré-temporada. Por isso a matéria “Ganso e Neymar são os mais preparados para a altitude de La Paz”⁴⁶. Por terem uma condição aeróbica melhor, tendem a sentir menos as dificuldades respiratórias provocadas pela altitude, o que é uma grande vantagem para o Santos na estreia da Libertadores em La Paz, na Bolívia. Diferente de alguns “craques” que se esquecem da preparação física por acharem que podem responder em campo (muitas vezes sem sucesso), os dois maiores do Santos são também exemplo nesse quesito.

2.3.2.12 “Geração Neymar” espera repetir “Era Pelé”

Todo atacante que joga no Santos sofre com comparações inevitáveis com o maior jogador e ídolo do clube e, provavelmente, também de toda a nação brasileira: Pelé. Muitos passaram pelo time ao longo desses quase 40 anos, desde que o Rei foi jogar nos Estados Unidos, mas enfim surgiu um nome que parece fazer jus às comparações – não que um dia Pelé seja igualado ou superado. É o que propõe a matéria “Para repetir era Pelé, geração Neymar inicia luta por tetra da Libertadores”⁴⁷, ao comparar as conquistas sul-americanas. Enquanto Pelé & Cia conquistavam o bicampeonato em 1962-63, Neymar & Cia esperam repetir o feito, já iniciado em 2011, quando venceram a Libertadores pela terceira vez na história do Santos. Além disso, o atacante assume uma importância tamanha por liderar toda uma “geração”, como expõe a reportagem. Se Pelé é o maior de toda a

⁴⁶ Acessado em 24 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/ganso-e-neymar-sao-os-mais-preparados-para-altitude-de-la-paz.html>

⁴⁷ Acessado em 24 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/libertadores/noticia/2012/02/para-repetir-era-pele-geracao-neymar-inicia-luta-por-tetra-da-libertadores.html>

história santista, Neymar caminha firme rumo ao segundo lugar na lista de idolatria dos torcedores – o que já configura um feito e tanto.

2.3.2.13 Neymar e Ganso comandam “bloco da arte” santista

Cheia de referências ao Carnaval, por se tratar de uma partida disputada em meio do feriado, a matéria “Neymar e Ganso comandam 'bloco da arte' do Santos contra o Mirassol”⁴⁸ destaca a importância da dupla para o time. Os dois são a esperança de boa atuação para a equipe vencer o Mirassol pelo campeonato paulista e esquecer a derrota para o The Strongest no meia da semana pela estreia na Libertadores. Comparados com o casal de mestre-sala e porta-bandeira das escolas de samba, Neymar e Ganso são os principais responsáveis por uma boa nota ao final do desfile, segundo a reportagem.

2.3.2.14 Neymar indeniza árbitro em R\$ 15 mil

Em 2010, quando Neymar ainda tinha alguns problemas de disciplina – foi o ano da grande polêmica envolvendo Dorival Júnior e sua posterior demissão do comando santista -, o atacante foi processado pelo árbitro Sandro Meira Ricci por ofensas cometidas via Twitter. Sem estar em campo na derrota do Santos para o Vitória pelo Brasileirão, o jogador utilizou a rede social para protestar contra um pênalti marcado de Edu Dracena. Dentre outros comentários negativos, publicou “juiz ladrão, vai sair de camburão”. Quase dois anos após a polêmica, Neymar enfim pagou a indenização a Ricci, conforme analisa e explica a reportagem “Dois meses após sentença, Neymar indeniza árbitro em R\$ 15 mil”⁴⁹. Ao longo destes dois anos, o atacante evoluiu consideravelmente em sua atitude extra-campo, não se envolvendo em mais polêmicas, focando apenas no que de fato interessa, que é seu futebol.

2.3.2.15 Folião Neymar testa fôlego contra o Comercial

A matéria que apresenta o confronto entre Santos e Comercial novamente utiliza termos relacionados ao Carnaval, visto que o principal atleta

⁴⁸ Acessado em 24 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/sp/futebol/campeonato-paulista/noticia/2012/02/neymar-e-ganso-comandam-bloco-da-arte-do-santos-contra-o-mirassol.html>

⁴⁹ Acessado em 24 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/dois-meses-apos-sentenca-neymar-indeniza-arbitro-em-r-15-mil.html>

santista ficou mais conhecido nos dias anteriores à partida pelas suas festas na Bahia e no Rio de Janeiro. Com o título “Com folião Neymar, Santos enfrenta o Comercial na Arena Barueri”⁵⁰, a reportagem se pergunta se o atacante terá fôlego para atuar pelo campeonato paulista após tanta “folia”. À julgar pela primeira frase da matéria, “Neymar parece ser ligado na eletricidade”, o jornalista que a escreve parece acreditar que, sim, o jogador terá grande disposição para enfrentar o Comercial, visto a maratona de jogos, treinos e festas enfrentados nos últimos dias sem apresentar qualquer sinal de cansaço.

2.3.2.16 Folião Neymar mostra disposição contra o Comercial

Nesta crônica de partida, o destaque volta a ser Neymar. Já no título “‘Folião’, Neymar mostra disposição e Santos bate o Comercial, em Barueri”⁵¹ é possível ver qual foi o jogador que mais colaborou para a vitória. Também é interessante observar como a palavra “folião” aparece para descrever apenas Neymar, embora todos os atletas tenham recebido folga durante o feriado para festejar como quisessem. Por contratos de patrocinadores e estratégias de marketing, o atacante foi o que mais apareceu na mídia tanto nas festividades da Bahia quanto do Rio de Janeiro, por isso o adjetivo.

Apesar de ter pulado Carnaval no sábado, domingo e segunda-feira e, em meio a isso, ter treinado com o time, o jogador mostrou grande disposição em campo, conforme exalta a reportagem. Mesmo sem marcar, a jogada do primeiro gol foi toda dele, deixando seis marcadores para trás e dando um presente para o colega Ibson fazer.

2.3.2.17 Neymar marca dois e Santos goleia a Ponte Preta

Como é de costume entre os jogos do Santos, a grande estrela da partida novamente foi o atacante Neymar. A crônica intitulada “Com Neymar e Ganso inspirados, Santos humilha a Ponte em Barueri”⁵² se rende à atuação da “Joia”, adjetivo escrito com letra maiúscula mesmo. Termos como “show de Neymar” ou “Neymar estava infernal” resumem a importância do atacante na

⁵⁰ Acessado em 25 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/sp/futebol/campeonato-paulista/noticia/2012/02/com-folião-neymar-santos-enfrenta-o-comercial-na-arena-barueri.html>

⁵¹ Acessado em 24 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/sp/futebol/campeonato-paulista/noticia/2012/02/folião-neymar-mostra-disposição-e-santos-vence-o-comercial-em-barueri.html>

⁵² Acessado em 25 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/sp/futebol/campeonato-paulista/noticia/2012/02/com-neymar-e-ganso-inspirados-santos-humilha-ponte-em-barueri.html>

goleada, quando marcou dois gols, deu o passe para mais dois, participou da jogada dos outros e ainda cavou a expulsão de três ponte-pretanos. E, apesar de ter seu nome descrito no título ao lado do grande “craque” do time, pouco se lê sobre Ganso ao longo do texto sobre a partida. O verdadeiro destaque fica por conta de Neymar.

2.3.2.18 Do calor brasileiro à neve suíça

Por estarem no título da matéria, é possível considerar que os nomes de Neymar e Leandro Damiano tenham maior impacto sobre a audiência do que os outros cinco jogadores que atuam no Brasil. A reportagem “Neymar, Damiano e mais cinco saem do calor do Brasil para a neve suíça”⁵³ fala das dificuldades a mais que esses atletas podem enfrentar por causa da temperatura no amistoso da seleção brasileira contra a Bósnia. Além dos dois citados, Lucas (São Paulo), Ronaldinho Gaúcho (à época, no Flamengo), Dedé (Vasco), Rafael (Santos) e Ganso (Santos) também embarcaram com a seleção.

2.3.2.19 Neymar: quinto maior artilheiro do Santos pós-Pelé

A matéria “Neymar já é o quinto maior artilheiro do Santos depois da era Pelé”⁵⁴ ajuda a reafirmar o fato de que Neymar já entrou para a história do Santos. Ainda longe de ser um dos maiores artilheiros se considerarmos toda a história do clube (nesse caso, seria o 25º), na era pós-Pelé o atacante já é o quinto, com grandes chances de chegar ao topo da lista nos próximos anos. Na época em que a matéria foi escrita, Neymar tinha 87 gols – os primeiros são, empatados, Serginho Chulapa e João Paulo, com 104 gols. Como profissional, somando os tentos também com a camisa da seleção brasileira, o jovem de 20 anos já tinha 105 em fevereiro (quando a reportagem foi publicada).

2.3.2.20 Trio “brasileiro” contra a Bósnia

Referência técnica não só no Santos, mas também na seleção brasileira, Neymar é titular em praticamente todas as partidas do Brasil. Foi o caso do

⁵³ Acessado em 25 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2012/02/neymar-damiao-e-mais-cinco-saem-do-calor-do-brasil-para-neve-suica.html>

⁵⁴ Acessado em 25 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/neymar-ja-e-o-quinto-maior-artilheiro-do-santos-depois-da-era-pele.html>

primeiro amistoso de 2012, contra a Bósnia. Sem surpresa, Mano Menezes escalou o atacante como titular. A novidade ficou por conta de outros dois atletas que formariam um “trio brasileiro” ao lado do santista, um flamenguista (atualmente no Atlético-MG) e outro colorado, conforme revela a matéria “Seleção terá trio 'brasileiro' contra a Bósnia: Neymar, Gaúcho e Damião”⁵⁵. Ainda em busca de um time ideal, Neymar é um dos poucos indispensáveis e insubstituíveis do treinador.

2.3.2.21 Neymar x Dzeko: duelo de goleadores

A matéria “Neymar x Dzeko: com médias iguais, goleadores duelam nesta terça”⁵⁶ compara os desempenhos das duas principais estrelas do amistoso entre Brasil e Bósnia. Com apenas cinco anos de diferença, os dois possuem médias de gols semelhantes – praticamente um a cada dois jogos. Enquanto o brasileiro atuou toda sua carreira por apenas um clube até o momento, sendo a grande referência do time, o bósnio sequer é titular em sua equipe, o Manchester City, e já jogou no Wolfsburg, da Alemanha, e no Teplice, da República Tcheca. A reportagem ainda compara o posicionamento de ambos em campo, enquanto um é centroavante, outro atua pelos lados do campo, além de colocar mais responsabilidade em cima de Dzeko, que precisa lutar praticamente sozinho para tentar classificar seu país para a Copa do Mundo de 2014.

2.3.2.22 Torcida joga isqueiro em Neymar

A cena curiosa que aconteceu durante o amistoso da seleção com a Bósnia em que a torcida atirou um isqueiro em Neymar dentro de campo mereceu uma matéria de destaque. Titulada “Torcida na Suíça joga isqueiro em Neymar durante amistoso da Seleção”⁵⁷, a publicação pouco informa, além de incluir o vídeo do lance e contextualizar o momento e local aonde ocorreu o imprevisto. Ela basicamente existe para satisfazer a curiosidade do leitor que

⁵⁵ Acessado em 25 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2012/02/selecao-tera-trio-brasileiro-contrabosnia-neymar-gauchos-e-damiao.html>

⁵⁶ Acessado em 25 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2012/02/neymar-x-dzeko-com-medias-iguais-goleadores-duelam-nesta-terca.html>

⁵⁷ Acessado em 25 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2012/02/torcida-na-suica-joga-isqueiro-em-neymar-durante-amistoso-da-selecao.html>

quer rever e analisar a cena, sem apresentar nada de novo, além daquilo que já foi visto pela televisão.

2.3.2.23 Neymar próximo de fechar com seu 10º patrocinador

A reportagem “Estafe de Neymar está perto de fechar com mais um patrocinador”⁵⁸ expõe o grande poder de marketing que existe no atacante santista. Em fevereiro, época de publicação da matéria, o jogador estava perto de fechar negócio com seu décimo patrocinador pessoal, aumentando ainda mais seus ganhos mensais que se aproximam dos R\$ 2 milhões, segundo revela o autor do texto. A busca constante por novos patrocinadores para o jogador faz parte do contrato de renovação até 2014 assinado entre Santos e Neymar em novembro de 2011, sendo que apenas 10% ficam com o clube e os outros 90% vão direto para a conta do atleta. Poucos são os jogadores que conseguem adquirir tanta receita publicitária em tão pouco tempo como profissionais, ainda mais sem nunca terem atuado fora do país, conquistando o *status* de “estrelas internacionais”.

2.3.2.24 Neymar e Ganso elevam rendimento do Brasil

Parceria de sucesso no Santos, a dupla Neymar e Ganso também elevaram o rendimento da seleção brasileira no amistoso contra a Bósnia, segundo analisa a reportagem “Após goleada no Santos, Neymar e Ganso elevam rendimento do Brasil”⁵⁹. Iniciando a partida com Ronaldinho Gaúcho em campo, o atacante não conseguiu se adaptar 100% ao jogo, conseqüentemente não apresentando o nível de futebol que todos esperavam. O técnico Mano Menezes creditou o aumento de qualidade de Neymar com a entrada de Ganso apenas ao entrosamento que os dois já possuíam por atuarem juntos no mesmo time. Apesar da vitória por 2 a 1, o Brasil novamente não convenceu e a grande estrela brasileira não conseguiu dar show.

4.4 O QUE OUTRAS PESSOAS FALAM

⁵⁸ Acessado em 25 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/staff-de-neymar-esta-perto-de-fechar-decimo-patrocinador-para-o-craque.html>

⁵⁹ Acessado em 25 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2012/02/apos-goleada-no-santos-neymar-e-ganso-elevam-rendimento-do-brasil.html>

Nesta categoria reúnem-se 29 matérias distintas, que retratam o jogador Neymar por meio de falas de outras pessoas do cenário futebolístico. Estarão subdivididas outras três categorias, que farão a separação entre o que os companheiros de Santos estão dizendo sobre Neymar, o que os adversários têm a dizer sobre o atacante e o que outras personalidades pensam acerca do atleta. Analisaremos cada uma delas separadamente.

4.4.1 Companheiros de trabalho

Nesta subcategoria se reúnem nove matérias que são decorrentes de falas dos jogadores, técnico ou presidente do Santos acerca de Neymar. De maneira geral, os textos se formam em torno de elogios ao atacante ou de reclamações sobre o excesso de faltas a que o jovem de 20 anos é submetido durante as partidas.

4.4.1.1 Fucile se diz pronto para ajudar Neymar e Ganso

Reforço do Santos para as laterais, o uruguaio Fucile, antes mesmo de ser apresentado oficialmente, já afirmava ao canal de TV do clube que estava pronto para ajudar Neymar e Ganso, conforme mostra a matéria "'Pronto para ajudar Ganso e Neymar', Fucile será apresentado nesta sexta"⁶⁰. Interessante observar como o atleta não diz que está ali para ajudar a "equipe", mas sim os dois principais jogadores do time. O texto, de maneira geral, é uma apresentação do lateral aos torcedores e é repleta de outras falas, como a de que dará o seu melhor durante a Libertadores. Todavia, a citação de maior impacto – e por isso o destaque no título – é a que envolve Neymar e Ganso.

4.4.1.2 Muricy exalta novo show de Neymar

Depois da partida contra Botafogo-SP, em que Neymar marcou três gols e deu assistência para o quarto, o técnico Muricy Ramalho foi só elogios ao jogador, conforme a matéria "Às vésperas da Libertadores, Muricy exalta novo

⁶⁰ Acessado em 26 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/pronto-para-ajudar-ganso-e-neymar-fucile-sera-apresentado-nesta-sexta.html>

show de Neymar”⁶¹. Frases como “Com Neymar em campo, tudo pode acontecer” norteiam e dão o tom da reportagem, que é basicamente uma ode do treinador ao atacante. O comandante ainda exalta o segundo tempo do atleta, que “desequilibrrou” o jogo, além de afirmar que deposita “todas suas esperanças” nele, demonstrando a confiança e o crédito que Neymar possui em meio aos companheiros de Santos.

4.4.1.3 Fucile elogia Neymar: “Ele é fora de série”

No dia da sua apresentação oficial como novo reforço do Santos, Fucile falou da recepção que recebeu de Neymar e que já o considerava “fora de série”. Apesar da matéria “Carismático, Fucile já vira 'parça' de Neymar: 'Ele é fora de série’”⁶² reunir diversas declarações do lateral durante sua apresentação, novamente o destaque volta a ser sua fala a respeito de Neymar, exaltando seu desempenho dentro de campo e também extra-campo, pela sua recepção calorosa ao novo companheiro de time.

4.4.1.4 Felipe Anderson quer seguir os passos de Neymar

Colega de Neymar na base do Santos, Felipe Anderson é tema da matéria “Pupilo de Neymar, Felipe Anderson segue o craque e quer 'voos altos’”⁶³, onde é feito um perfil do jogador que marcou gol e teve “a melhor partida da sua carreira” contra o Botafogo-SP. Novamente uma matéria que aborda diversos assuntos tem como chamativo principal a relação com Neymar, tanto no título quanto na ordenação das informações dentro do texto. Nesse caso, o meio-campista revela que recebe dicas do atacante para conseguir se firmar na equipe principal e conseguir crescer na carreira. Além de inspiração para Felipe, Neymar também é amigo e companheiro para desafios no vídeo-game.

⁶¹ Acessado em 26 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/vesperas-da-libertadores-muricy-exalta-novo-show-de-neymar.html>

⁶² Acessado em 26 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/carismatico-fucile-ja-vira-parca-de-neymar-ele-e-fora-de-serie.html>

⁶³ Acessado em 26 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/pupilo-de-neymar-felipe-anderson-segue-o-craque-e-quer-voos-altos.html>

4.4.1.5 Faltas em Neymar tiram Muricy do sério

Como treinador e maior responsável pelo desempenho e resultados da equipe, o técnico Muricy Ramalho, mais uma vez, demonstrou preocupação com o número de faltas sofridas por Neymar, conforme descreve a reportagem “Faltas em Neymar tiram Muricy do sério: ‘Uma hora não vai aguentar’”⁶⁴. O treinador fala da necessidade de se ter cuidados com o jogador, não somente dentro do Santos, mas também em âmbito nacional, por ser o atacante a grande promessa de título para a Copa do Mundo de 2014. O grande número de faltas cometidas em cima do atleta não seria apenas um “crime” contra o patrimônio santista e, sim, de toda a nação brasileira. São declarações que voltam a reforçar a ideia de que Neymar é uma das principais estrelas do Brasil hoje e que, dentro do futebol, merece tratamento diferenciado dos demais.

4.4.1.6 Arouca também condena excesso de faltas em Neymar

O número de faltas sofridas por Neymar não é uma preocupação apenas do treinador santista. Os colegas de equipe, que dependem das grandes atuações do jogador para conquistarem títulos e vitórias, também entraram em defesa do atleta. A matéria “Arouca repete discurso de Muricy e defende Neymar: ‘Ele apanha calado’”⁶⁵ mostra o volante, acostumado a fortes marcações, saindo em defesa do atacante. Por ter conhecimento da dificuldade que é parar um atleta de velocidade e qualidade técnica como Neymar, diz compreender porque os adversários cometem tantas faltas, entretanto condena que não haja punições mais rigorosas aos marcadores. Declaração curiosa, visto que, se atuasse em um time adversário, provavelmente não exigiria que os árbitros lhe apresentassem cartões amarelos ou vermelhos toda vez que tentasse impedir o craque de jogar.

4.4.1.7 Presidente do Santos sonha com Neymar após 2014

⁶⁴ Acessado em 26 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/faltas-em-neymar-tiram-muricy-do-serio-uma-hora-nao-vai-aguentar.html>

⁶⁵ Acessado em 26 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/arouca-repete-discurso-de-muricy-e-defende-neymar-ele-apanha-calado.html>

A matéria “Laor sonha com Neymar após 2014, e deixa futuro de Ganso com o meia”⁶⁶ mostra a diferença de tratamento que existe por parte do presidente do Santos com seus dois maiores craques. Enquanto Neymar segue atuando em alto nível, Ganso sofre com constantes lesões e não consegue apresentar o mesmo futebol que o consagrou ao lado dos “Meninos da Vila” em 2010. Luis Álvaro, que renovou o contrato do atacante até 2014, oferecendo-lhe dividendos mais interessantes, não demonstra o mesmo interesse em fazer, no mínimo, parecido com o meia. Laor, como é chamado, ainda define o sentimento de Neymar ao atuar pelo Santos, divertindo-se e tendo regras mais flexíveis para suas ações de marketing e festas ao redor do país. “Na Europa não é assim, os esquemas e técnicos são rígidos. Para que trocar o certo pelo duvidoso?”, chega a indagar, usando como argumento para tentar a permanência de sua “Joia” até depois da próxima Copa do Mundo.

4.4.1.8 Santos prepara DVD de pancadas em Neymar

Após as reclamações do técnico Muricy Ramalho e do volante Arouca, o Santos resolveu agir contra o excesso de faltas cometidas pelos adversários em cima de Neymar. A matéria “Santos prepara DVD de pancadas em Neymar, que treina faltas a exaustão”⁶⁷ revela que o clube está preparando um DVD com todos os lances que será encaminhado à Comissão de Arbitragem, além de ser divulgado para FIFA, Conmebol e Federação Paulista de Futebol.

Enquanto o Santos prepara o vídeo para tentar proteger seu jogador, Neymar, novamente, parece não se importar com as faltas sofridas. Conforme a reportagem, o atacante está treinando com exaustão o fundamento de cobranças de bolas paradas. Ao se aperfeiçoar, acredita, poderá utilizar o recurso para “intimidar” os adversários a não cometerem mais faltas em cima dele – pois isso poderia resultar em gol do Santos ou, no mínimo, resultar em lances de grande perigo. Isso, mais uma vez, demonstra a evolução de personalidade que o jogador teve após a discussão com Dorival Júnior em

⁶⁶ Acessado em 26 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/laor-sonha-com-neymar-apos-2014-e-deixa-futuro-de-ganso-com-o-meia.html>

⁶⁷ Acessado em 26 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/santos-prepara-dvd-de-pancadas-em-neymar-que-treina-faltas-exaustao.html>

2010, ao não se envolver em mais polêmicas e optar por resolver os problemas dentro de campo, apresentando um futebol cada vez melhor.

4.4.1.9 'Neymar Niemeyer' e outras frases do presidente santista

A matéria especial “Crocância da batata frita e 'Neymar Niemeyer': as frases do poeta Laor”⁶⁸ reúne algumas frases marcantes e até pitorescas do presidente Luis Avaro de Oliveira Ribeiro sobre o Santos e, claro, sobre Neymar. Algumas, como a de que fala do estilo moicano do atacante (“Neymar trabalha o cabelo como Niemeyer desenhou o Palácio da Alvorada”), são mais amenas e bem-humoradas. Já outras, utilizando também o craque como inspiração, são usadas para ironizar os adversários, como a de que faz menção à contratação do chinês Zhizhao pelo Corinthians (“Em vez de trazer um jogador da China, preferimos ir para o Japão e levamos um carismático Neymar, que encantou todo mundo”). Por ser seu principal jogador e também sua melhor forma de explorar tanto seu marketing pessoal quanto o do clube, o nome de Neymar costuma aparecer com grande frequência nas frases do presidente Luis Avaro.

4.4.2 Adversários

Nesta subcategoria em que se reúnem 11 matérias distintas percebe-se um misto de sentimentos diferentes por parte dos adversários do Santos. Enquanto alguns admiram o trabalho de Neymar e o idolatram por isso, outros o criticam por ser “cai-cai”, valorizando a falta sofrida sempre que possível.

4.4.2.1 Henrique quer estragar festa de aniversário de Neymar

Adversário do Santos pela quinta rodada do campeonato paulista, o palmeirense Henrique dá a fórmula de como parar Neymar na matéria “Henrique quer estragar festa de aniversário de Neymar neste domingo”⁶⁹. O zagueiro explica o que precisará fazer para impedir que o atacante marque seu centésimo gol e consiga garantir a vitória do Santos. E ainda alerta para o caso

⁶⁸ Acessado em 27 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/crocancia-da-batata-frita-e-neymar-niemeyer-frases-do-poeta-laor.html>

⁶⁹ Acessado em 28 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/palmeiras/noticia/2012/02/henrique-quer-estragar-festa-de-aniversario-de-neymar-neste-domingo.html>

de não conseguir pará-lo com técnica, não terá nenhum problema em pará-lo com força – mas sem cometer faltas. A reportagem ainda volta a adjetivar Neymar como o “aniversariante da noite”, por estar completando 20 anos durante aquela partida.

4.4.2.2 Juninho se rende a Neymar

Goleiro Juninho, do Botafogo-SP, lamentou, na matéria “Juninho se rende a Neymar e lamenta falta de atenção”⁷⁰, os três gols sofridos por Neymar na segunda etapa da partida. Enquanto no primeiro tempo foi possível segurar o ímpeto do craque santista e até marcar um gol, no segundo, “em 15 minutos ele desequilibrou o jogo”, conforme analisa o adversário. O goleiro reconhece que a forte marcação da sua equipe no início do jogo o impediu de jogar, mas que no final foi deixado espaços que possibilitaram ao atacante mostrar toda sua qualidade técnica.

4.4.2.3 Imprensa boliviana destaca Neymar

Não são apenas os adversários de dentro do campo que exaltam a qualidade de Neymar. A imprensa de outros países, durante as partidas da Libertadores, também se rendem ao talento do atacante. Foi o que aconteceu nos jornais “El Día” e “El Sol de Santa Cruz” antes do confronto com o The Strongest, na estreia da competição sul-americana, conforme destaca a matéria “Imprensa boliviana destaca Neymar, a 'arma mortal' do Santos”⁷¹. A primeira chama Neymar de “a arma mortal” do Santos e coloca como cartola na reportagem “Neymar chega a Santa Cruz”. Já a segunda destaca a cordialidade do santista em atender os fãs na chegada à cidade, mesmo rodeado de seguranças.

4.4.2.4 Salário de Neymar é maior do que o do The Strongest

Apesar da vitória dentro de campo, o meia-atacante Pablo Escobar se sentiu incomodado com as críticas feitas ao The Strongest pela imprensa

⁷⁰ Acessado em 28 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/sp/ribeirao-preto-e-regiao/noticia/2012/02/juninho-se-rende-neymar-e-lamenta-falta-de-atencao.html>

⁷¹ Acessado em 28 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/imprensa-boliviana-destaca-neymar-arma-mortal-do-santos.html>

boliviana. Na matéria “Pablo Escobar compara salário de Neymar ao de todo o The Strongest”⁷², o jogador utiliza como argumento para valorizar a conquista o fato de que somente o salário de Neymar em um mês é maior do que a de todos os 22 jogadores do time boliviano em oito meses, mostrando a disparidade salarial e, conseqüentemente, de condições de jogo, entre times grandes e outros tantos menores. Escobar ainda desabafa sobre as condições do clube e pede que os jornalistas passem “uma semana no Santos e uma aqui para ver a comparação”.

4.4.2.5 Guarani lamenta convocações de Neymar e Ganso

A matéria intitulada “Convocações de Neymar e Ganso atrapalham planejamento do Guarani”⁷³ é um tanto curiosa. Enquanto a grande maioria dos adversários estaria comemorando o fato de enfrentar um Santos sem Neymar e sem Ganso, o presidente do Guarani lamentou a falta dos dois em campo, devido a convocação de ambos para defender a seleção brasileira em amistoso contra a Bósnia. Isso porque o clube estava planejando uma estratégia de marketing para atrair mais público ao estádio e a falta das duas “estrelas” prejudicaria os planos. O próprio presidente Marcelo Mingone reconhece que “as atrações são Neymar e Ganso, não tem jeito. Sem eles, será um jogo bom, mas não igual”. O fato demonstra o poder midiático que os dois jogadores têm, especialmente Neymar, visto que o espetáculo apresentado por ambos, tanto dentro quanto fora de campo, acaba sendo mais importante que uma possível derrota do time adversário em questão.

4.4.2.6 Jogadores do Comercial se rendem a Neymar

Mesmo com a derrota por 2 a 0 – e sem gol de Neymar -, a matéria “Após folia de Neymar em Barueri, comercialinos se rendem ao craque”⁷⁴ destaca os diversos elogios dos adversários ao santista. O volante Ricardo Conceição destaca a velocidade do atacante, sendo quase impossível pará-lo.

⁷² Acessado em 28 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/pablo-escobar-compara-salario-de-neymar-ao-de-todo-o-strongest.html>

⁷³ Acessado em 28 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/sp/campinas-e-regiao/noticia/2012/02/convocacoes-de-neymar-e-ganso-atrapalham-planejamento-do-guarani.html>

⁷⁴ Acessado em 28 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/sp/ribeirao-preto-e-regiao/noticia/2012/02/apos-folia-de-neymar-em-barueri-comercialinos-se-rendem-ao-craque.html>

Já o técnico Márcio Fernandes, que foi o responsável por subir Neymar do time júnior para o profissional no Santos em 2008, falou da capacidade de improviso do jogador, que “derruba qualquer marcação” e ainda acrescentou que “Neymar é um jogador fantástico, que tem raciocínio rápido, se vacilar um segundo, ele decide o jogo”. O que mostra, novamente, que o atacante é referência e destaque em todas as partidas que participa, para a própria equipe e também para os adversários.

4.4.2.7 Ponte Preta reforça marcação em Neymar

Como mostra a matéria “Com três mudanças, Ponte reforça marcação em cima de Neymar”⁷⁵, um dos principais desafios dos adversários é descobrir como se parar Neymar. É o caso da Ponte Preta, que realizou três mudanças na equipe antes de enfrentar o Santos, visando ter mais recursos para impedir o craque de jogar. O técnico Gilson Kleina destaca o posicionamento, a diminuição de espaços e a ajuda mútua de seus jogadores para que o atacante não seja “ousado” em suas jogadas. A receita para se vencer o Santos começa por descobrir como parar seu principal jogador, técnica que poucos conseguem colocar em prática com sucesso.

4.4.2.8 Contra Neymar, Ponte Preta aposta em retorno de meia

Um dos principais destaques do time da Ponte Preta, o time aposta no retorno do meia Renato Cajá para tentar dar mais consistência e criatividade ao meio-campo. Aliado à marcação forte em cima de Neymar, o clube espera conseguir vencer o “poderoso” Santos, conforme nos mostra a matéria “Contra Neymar, Ganso e Cia, Ponte deposita esperança na volta de Cajá”⁷⁶. Interessante observar também como o jornalista se utiliza dos nomes de Neymar e Ganso para substituir o nome do Santos, como se fossem sinônimos – o que, de fato, pode ser aceito atualmente visto que os dois atletas são a maior referência e a maior forma de divulgação do clube.

4.4.2.9 Faltas em Neymar provocam expulsões da Ponte Preta

⁷⁵ Acessado em 28 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/sp/campinas-e-regiao/noticia/2012/02/com-tres-mudancas-ponte-reforca-marcacao-em-cima-de-neymar.html>

⁷⁶ Acessado em 28 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/sp/campinas-e-regiao/noticia/2012/02/contra-neymar-ganso-e-cia-ponte-deposita-esperanca-na-volta-de-caja.html>

A técnica utilizada por Gilson Kleina de reforçar a marcação em Neymar e confiar na qualidade de Renato Cajá não funcionou contra o Santos, conforme mostra a reportagem “Expulsões por faltas em Neymar e nervosismo rendem 3 desfalques à Ponte”⁷⁷. Os dois primeiros jogadores acabaram sendo expulsos por excesso de faltas no atacante adversário, na tentativa de impedi-lo de jogar. Já Cajá foi expulso por falta dura em Juan. O resultado no placar também foi amplamente desfavorável, 6 a 1 para o Santos, mostrando que, apesar de fácil de explicar na teoria, é muito difícil aplicar na prática um método preciso para reduzir o ímpeto de Neymar e de outros atletas de qualidade.

4.4.2.10 Técnico da Ponte diz que Neymar é “intocável”

Após perder para o Santos de goleada, o técnico da Ponte Preta Gilson Kleina criticou a arbitragem por protegerem Neymar, chamando-o de “intocável”, conforme mostra a matéria “Kleina critica arbitragem e fala em proteção a Neymar: ‘É intocável’”⁷⁸. Para o treinador, a arbitragem acabou condicionada pelas reclamações anteriores de Muricy Ramalho e demais colegas de Santos sobre o excesso de faltas cometidas no atacante. Com isso, “toda a hora que um jogador nosso chegava nele, o árbitro marcava falta”. Ao invés de analisar a baixa atuação de sua equipe, o treinador da Ponte optou por reclamar da arbitragem e culpar Neymar por sua “proteção” recebida perante outros jogadores.

4.4.2.11 Bugrinos comemoram ausência de Neymar

Enquanto o presidente do Guarani lamentava a ausência de Neymar e Ganso para o jogo contra seu time por questões estratégicas de marketing e financeiras, os jogadores do Bugre comemoraram a convocação dos dois pela seleção brasileira. A matéria “Guarani comemora ausências de Ganso e Neymar na quarta-feira”⁷⁹ repercute as declarações do lateral esquerdo Bruno Recife e do meia Fumagalli. Para o lateral, por exemplo, os dois jogadores representam 50% do time do Santos. Já para o meia observa que, mesmo sem

⁷⁷ Acessado em 28 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/sp/campinas-e-regiao/noticia/2012/02/expulsoes-por-faltas-em-neymar-e-nervosismo-rendem-3-desfalques-ponte.html>

⁷⁸ Acessado em 28 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/sp/campinas-e-regiao/noticia/2012/02/kleina-critica-arbitragem-e-fala-em-protecao-neymar-e-intocavel.html>

⁷⁹ Acessado em 28 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/sp/campinas-e-regiao/noticia/2012/02/guarani-comemora-ausencias-de-ganso-e-neymar-na-quarta-feira.html>

os grandes diferenciais em campo, quem jogar vai querer mostrar serviço e o Guarani terá uma partida difícil assim mesmo. Nesse caso, a reação oposta do adversário – presidente e jogadores – mostra os dois lados de Neymar e também de Ganso. Enquanto são figuras de extrema visibilidade, com grande poder de marketing, da mesma forma são temidos dentro de campo por sua habilidade e técnica.

4.4.3 Outras figuras

Nesta subcategoria reúnem-se nove matérias em que outras figuras do mundo esportivo falam ou são comparadas de alguma forma com o jogador do Santos. Interessante observar a variedade de reportagens sobre o assunto. Em uma delas, um jornalista é convidado para escolher os melhores lances de Neymar. Já outra reflete a opinião do ex-técnico do Chelsea, o português André Villas-Boas. Uma traz o perfil de um velejador que é fã do atacante. São textos que mostram que o alcance de Neymar parece não ter limites.

4.4.3.1 Tiago Leifert elege as grandes jogadas de Neymar

Publicada no dia do aniversário do jogador, a matéria especial “O melhor de Neymar: Tiago Leifert elege as grandes jogadas do craque”⁸⁰ traz como convidado o jornalista Tiago Leifert, apresentador do programa de televisão Globo Esporte, de São Paulo, para escolher os cinco melhores dribles e os cinco melhores gols da sua carreira até o momento. Em dois vídeos, o comunicador abusa de adjetivos e de elogios ao santista, chegando a apostar, inclusive, que ele possa chegar tão longe quanto Pelé, tornando-se um dos maiores artilheiros da história do futebol brasileiro. Com apenas 20 anos é difícil afirmar o que o futuro pode aguardar para Neymar, mas já surgem inúmeras especulações e apostas com comparações de quem o atacante pode vir a se tornar daqui alguns anos.

4.4.3.2 Pelé parabeniza Neymar pelo aniversário

⁸⁰ Acessado em 30 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/tiago-leifert-elege-10-jogadas-mais-sobrenaturais-de-neymar.html>

Figura frequente na hora de comparar Neymar com alguém, o maior ídolo do Santos gravou um vídeo postado no site oficial do atacante para dar os parabéns pelo seu aniversário. A matéria “Pelé parabeniza Neymar e brinca: 'Já passei dos 20 e não dói nada’”⁸¹ mostra o Rei brincando com o santista, dizendo que passar dos 20 não dói nada e que não adianta tentar esconder a idade, que até hoje ele tenta esconder a dele (70 anos) e não consegue. Além disso, manda as tradicionais felicitações, saúde, proteção e a mesma sorte que teve em sua carreira. Essa e outras matérias publicadas ao longo dos últimos anos mostram que Pelé é quase um “padrinho” para Neymar, apoiando-lhe e dando dicas para se manter no topo, o que, junto ao seu futebol, é um diferencial e tanto frente aos adversários.

4.4.3.3 Villas-Boas diz que Neymar reflete a evolução do futebol

Novamente em uma matéria que retrata diversos assuntos diferentes, o grande destaque e que merece espaço no título é uma fala a respeito de Neymar. É o caso desta, intitulada “Efeito Neymar: Villas-Boas diz que santista reflete evolução do futebol”⁸². O ex-técnico do Chelsea (à época, ainda estava no comando dos ingleses) elogia a permanência de Neymar e de outros jogadores de qualidade no cenário brasileiro, o que ajuda a valorizar a competição nacional. Em 2011, o clube do milionário russo Roman Abramovich tentou, sem sucesso, contratar o jovem, que optou por permanecer no Santos – assim como em outras tentativas, como as de Real Madrid e Barcelona. Matérias de âmbito internacional mostram que, apesar de ter ficado no Brasil, Neymar é conhecido por personalidades de todo o mundo.

4.4.3.4 Atacante do Sport diz que não é Neymar

A matéria “Novo atacante do Sport, Jael diz: 'Não sou um Messi ou Neymar’”⁸³ mostra a pressão que atacantes de outros clubes sofrem para marcarem tantos gols e terem um atuação tão boa quanto outros craques do

⁸¹ Acessado em 30 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/pele-parabeniza-neymar-e-brinca-ja-passei-dos-20-e-nao-doi-nada.html>

⁸² Acessado em 30 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/futebol-ingles/noticia/2012/02/efeito-neymar-villas-boas-diz-que-santista-reflete-evolucao-do-futebol.html>

⁸³ Acessado em 30 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/sport/noticia/2012/02/novo-atacante-do-sport-jael-diz-nao-sou-um-messi-ou-neymar.html>

futebol nacional e mundial. É o que acontece com Jael, uma nova contratação do Sport, que pede paciência ao torcedor ao dizer que não é nenhum Neymar, Messi ou Cristiano Ronaldo, “que fazem gol em todas as partidas”. Interessante ver que, ao menos no imaginário dos brasileiros, o atacante do Santos já figura ao lado dos dois maiores jogadores da atualidade – com grandes chances de ultrapassá-los.

4.4.3.5 Volante do Aracruz marca gol “a la Neymar”

O volante Cal Santos, do Aracruz, do Espírito Santo, teve o seu dia de Neymar ao marcar um gol contra o Serra, em que driblou dois marcadores dentro da área e mais o goleiro. A matéria “Após seu 'gol de Neymar', Cal Santos acaba cornetado pelos companheiros”⁸⁴ revela que, após a partida, os colegas de equipe já o comparavam com Neymar, em tom de brincadeira. O volante aceita os elogios, considera o gol o mais bonito de sua carreira, mas também tenta conter o entusiasmo dos companheiros nas comparações e na solicitação de mais tentos iguais àquele. “Estão querendo demais já”, comentou para a reportagem, tendo a consciência de suas limitações técnicas e táticas e de que o santista é apenas um.

4.4.3.6 Velejador fã de Neymar

A matéria “Cielo da vela e fã de Neymar, Jorge Zarif será estreante nas Olimpíadas”⁸⁵ conta um pouco da história de uma das grandes promessas brasileiras na vela. Paulista e com apenas 19 anos, Zarif fala da sua vida e da sua carreira e revela, quase no final, ser santista e fã de Neymar – declaração essa que mereceu fazer parte do título da reportagem, ainda que breve. O velejador, de cabelo curto e escuro, ainda contou que fez uma promessa antes do Mundial de Clubes de 2011, em que o Santos enfrentou o Barcelona na final, em que, caso o seu time fosse o campeão, iria fazer um penteado igual ao de Neymar, no estilo moicano, mostrando que o atacante tem o poder também se influenciar os outros esportes, não somente o futebol.

⁸⁴ Acessado em 30 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/es/noticia/2012/02/apos-seu-gol-de-neymar-cal-santos-acaba-cornetado-pelos-companheiros.html>

⁸⁵ Acessado em 30 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/outros-esportes/noticia/2012/02/cielo-da-vela-e-fa-de-neymar-jorge-zarif-sera-estreante-nas-olimpiadas.html>

4.4.3.7 Assim como Neymar, Lucas também curte o Carnaval

A grande estrela do Carnaval deste ano, Neymar também aparece em matérias de cunho de celebridades de outros jogadores. Neste caso, de Lucas, jogador do São Paulo. O título da reportagem (“Assim como o amigo Neymar, Lucas vai curtir o carnaval em Salvador”⁸⁶) já dá o tom de quem é mais “importante” – talvez até de quem seja “mais famoso”. Ao comparar Lucas com Neymar, parece que o são-paulino está “copiando” a atitude do santista, ao também comparecer nas festividades de Carnaval. A reportagem escreve que Lucas está indo a Salvador encontrar-se com o amigo Neymar, já que os dois participariam do camarote do mesmo patrocinador.

4.4.3.8 Ronaldo acompanha Neymar na Sapucaí

Novamente Neymar aparece em uma matéria sobre o Carnaval em que a “celebridade” em questão não deveria ser ele. Em “Ronaldo acompanha Neymar na Sapucaí e aposta em Adriano”⁸⁷, o jornalista descreve que, após a chegada “do presente, personificado em Neymar”, chegou “um símbolo do passado, expresso em Ronaldo Nazário”. Em nenhum momento a reportagem afirma que os dois se encontraram no camarote carioca – apesar de ser bastante provável -, entretanto em diversos momentos são feitas comparações com o santista. Como a de que “a exemplo do atual atacante da Seleção Brasileira”, o Fenômeno também causou tumulto em sua chegada. Ou a de que, após isso, Ronaldo se deslocou a um espaço reservado, “justamente onde estava Neymar”. Em termos de importância para o esporte mundial, o maior artilheiro em Copas do Mundo é muito maior que o jovem de 20 anos que recém está surgindo para o futebol. Mas, considerando-se a figura da celebridade, pode-se dizer que o santista provavelmente já ultrapassou a maioria das nossas demais lendas futebolísticas.

4.4.3.9 Ronaldinho Gaúcho feliz em atuar junto de Neymar

Um dos principais jogadores brasileiros no início do século, ídolo para diversos garotos, que dariam tudo para poder jogar ao seu lado. Alguns anos

⁸⁶ Acessado em 30 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/sao-paulo/noticia/2012/02/assim-como-o-amigo-neymar-lucas-vai-curtir-o-carnaval-em-salvador.html>

⁸⁷ Acessado em 30 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/2012/02/ronaldo-acompanha-neymar-na-sapucaie-aposta-em-adriano.html>

depois, em baixa no Flamengo e jogando atualmente no Atlético-MG, a situação se inverteu para Ronaldinho Gaúcho. Segundo mostra a matéria “Ronaldinho alimenta sonho olímpico e elogia Neymar: ‘Um dos melhores’”⁸⁸, ao chegar na Suíça para disputar amistoso pela seleção brasileira, R10 diz que lhe agrada muito atuar ao lado de Neymar, “um dos melhores e mais talentosos do mundo”. O ídolo das gerações atuais não é mais Ronaldinho, e, sim, Neymar, também o grande protagonista do Brasil dos últimos anos.

4.5 FÃS

A quarta e última categoria desta análise reúne sete reportagens que dão espaço para os fãs de Neymar, sejam eles torcedores do Santos, as famosas “Neymarzetas” ou ainda figuras que querem ficar semelhante ao jogador para tentar seus próprios 15 minutos de fama. Analisaremos cada uma delas separadamente.

4.5.1 Sósia chama atenção na entrada do CT Rei Pelé

Gabriel Lucas é um jovem que tenta explorar a fama de Neymar de maneira a conquistar o seu sustento mensal. A sua semelhança com o atacante é tanta que o sósia mereceu uma reportagem especial no GLOBOESPORTE.COM, “Gêmeos? Sósia de Neymar chama atenção na entrada do CT Rei Pelé”⁸⁹. A matéria mostra que Gabriel tenta um trabalho profissional ao exibir um cartão de visitas com uma foto ao lado do santista e detalhando quais serviços oferece – no caso, eventos, festas, comerciais e recepções. A fama de Neymar, o original, é tanta que até aqueles que são minimamente parecidos com o craque merecem espaço na mídia.

4.5.2 Fã de Valdívia surge em meio a “Neymarzetas”

Antes do clássico entre Santos e Palmeiras pelo campeonato paulista, a matéria “Em meio a neymarzetas, fã do Mago manda recado: ‘Vai sair

⁸⁸ Acessado em 30 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2012/02/ronaldinho-alimenta-sonho-olimpico-e-elogia-neymar-um-dos-melhores.html>

⁸⁹ Acessado em 30 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/gemeos-sosia-de-neymar-chama-atencao-na-entrada-do-ct.html>

chorando!”⁹⁰ dá espaço aos torcedores e contrasta a solitária fã de Valdívia, jogador do Palmeiras, com os cerca de 300 aficionados por Neymar que se acotovelavam no aeroporto Presidente Prudente em busca de uma foto do atacante, conforme descreve o texto. A imagem da dona Luzia tende a representar um torcedor mais fiel, mais antigo, apaixonado pelo time, que o acompanha mesmo se for preciso estar sozinha. Já as “Neymarzetas”, com seus cartazes com os escritos “Neymar lindo, nós te amamos!”, ou do jovem Lucas, que resolveu fazer um moicano no seu cabelo por achar Neymar “um cara demais”, representam uma geração mais nova, que acabam apaixonados pelo atleta mais pelas suas atitudes extra-campo do que propriamente pelo seu desempenho no futebol ou pela sua paixão pelo clube - no caso, o Santos.

4.5.3 Santos treina ao som dos gritos das “Neymarzetas”

O último treino do Santos antes da estreia na Libertadores foi em Santa Cruz de La Sierra e contou com a presença de cerca de 500 brasileiros que moram na cidade – nem todos santistas, mas que compareceram ao local para ver Neymar. A matéria “Com gritos de 'neymarzetas' e pedido inusitado, Peixe treina na Bolívia”⁹¹ revela que as garotas fãs do jogador “ensurdeciam a todos com seus gritos” e que houve pedidos inusitados ao craque. O mais curioso deles veio de um homem que pedia ao jovem de 20 anos que engravidasse sua esposa, registrado em vídeo.

Apesar de conter algumas informações sobre o treino na reportagem, como a de que o técnico Muricy Ramalho realizou uma atividade de dois toques em campo reduzido ou de que Ibson seria o novo titular da equipe, o texto basicamente se reduz à euforia dos torcedores enlouquecidos por Neymar. O encontro daquelas 500 pessoas não era para acompanhar o treinamento e tomar conclusões acerca de posicionamento, preparação, tática ou desempenho, mas sim para poder ver as “celebridades” em campo.

4.5.4 Bolivianos tietam Neymar após partida

⁹⁰ Acessado em 31 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/palmeiras/noticia/2012/02/em-meio-neymarzetas-fa-do-mago-manda-recado-vai-sair-chorando.html>

⁹¹ Acessado em 31 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/com-gritos-de-neymarzetas-e-pedido-inusitado-peixe-treina-na-bolivia.html>

A matéria “Mesmo com vitória, bolivianos vão tietar Neymar na saída do Santos”⁹² mostra que as fronteiras para idolatria do atacante santista não existem mais – ou se existem, são muito pequenas. Não são apenas torcedores do Santos ou torcedores brasileiros que querem ter a chance de ter um autógrafo, uma fotografia ou simplesmente enxergá-lo pela janela de um ônibus. Os bolivianos, adversários na primeira partida da Libertadores, ignoraram seus próprios jogadores após o confronto e correram para tentar ver Neymar no ônibus brasileiro que deixava o estádio. Apesar de “visivelmente chateado pela derrota”, conforme descreve a reportagem, o atacante cumpriu o seu papel de celebridade ao atender aos pedidos de seus fãs e acenar para eles, ainda que timidamente.

4.5.5 Torcedores tatuam rostos de Neymar e Pelé no peito

Não são poucos os torcedores de clubes que, de tão fanáticos, imortalizam por meio de tatuagens escudos, mascotes, fragmentos de hinos e até os rostos de ídolos. Todavia, por se tratar de Neymar, os fãs que realizam esse gesto merecem um espaço na mídia. Foi o que aconteceu na matéria “Santistas eternizam rostos de Pelé e Neymar com tatuagens no peito”⁹³. Dois amigos realizam basicamente a mesma tatuagem, juntando as imagens de Pelé e Neymar para representar “um passado e um presente só de glórias”, conforme diz uma das tatuagens, ou “um reinado de pura magia”, segundo diz a outra. A ação foi motivada após o atual atacante ter renovado contrato e garantido que permanecerá no time até 2014.

4.5.6 “Sósia” de Neymar torce pelo Brasil na Suíça

Enquanto Gabriel Lucas, o sósia analisado no item 4.4.1, utilizava sua semelhança com Neymar como uma profissão, Felipe de Andrade é apenas um torcedor que copia o estilo do jogador – especialmente no que se trata do cabelo moicano. Entretanto, os dois ganharam espaço na mídia por se parecerem com o atacante. A matéria “De Verona para St. Gallen, 'sósia' de

⁹² Acessado em 31 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/mesmo-com-vitoria-bolivianos-vaotietar-neymar-na-saida-do-santos.html>

⁹³ Acessado em 31 de maio de 2012:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/santos/noticia/2012/02/santistas-eternizam-rostos-de-pele-e-neymar-com-tatuagens-no-peito.html>

Neymar dá as caras na Suíça”⁹⁴ conta a história de vários amigos brasileiros que saíram de Verona, na Itália, para St. Gallen, na Suíça, de carro para acompanharem o amistoso da seleção brasileira contra a Bósnia. Mas, novamente, o destaque acaba ficando por aquele que se parece com Neymar, deixando o foco do texto no estilo semelhante ao santista ao invés da curiosidade dos torcedores que estavam viajando para acompanhar o jogo.

4.5.7 Meia do Inter surge com cabelo a la Neymar

A matéria “Com cabelo à la Neymar, meia de 16 anos é novidade em treino do Inter”⁹⁵ mostra o quão os jornalistas estão condicionados a enxergarem Neymar em todos os lugares. Fernando Baiano, um garoto de 16 anos da base do Inter, foi a novidade em um dos treinos no final de fevereiro. Além da comparação de estilo no título, ainda há a citação do nome de Neymar em outras duas ocasiões na reportagem. Em nenhum momento aparece uma fala do meia confirmando se o cabelo é realmente inspirado no santista, sendo, dessa forma, uma constatação apenas do repórter.

⁹⁴ Acessado em 31 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2012/02/de-verona-para-st-gallen-sosia-de-neymar-da-caras-na-suica.html>

⁹⁵ Acessado em 31 de maio de 2012: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/internacional/noticia/2012/02/com-cabelo-la-neymar-meia-de-16-anos-e-novidade-em-treino-do-inter.html>

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise de conteúdo realizada no capítulo anterior, selecionando reportagens e analisando-as individualmente nos ajudou a compreender o fator celebridade que gira em torno do jogador Neymar. Apenas pela quantidade de matérias publicadas em um mês tendo o nome do atacante no título nos mostrou que esse atleta é muito mais importante que os demais, merecendo um destaque diário cada vez mais amplo. Dentre as 93 matérias analisadas, 20 são exclusivamente de atividades extra-campo do jovem, como a sua festa de aniversário, a sua ida ao Carnaval, o seu exame de vista ou o presente que ganha do seu patrocinador.

Isso não quer dizer que todas as demais reportagens não demonstrem da mesma forma que Neymar atingiu um estágio da fama pouco alcançado por jogadores de futebol brasileiros. Percebeu-se que as matérias que falavam do Santos como um todo quase sempre falavam também de Neymar. E o “recheavam” de adjetivos positivos. A palavra “joia” foi uma das mais utilizadas para descrever o garoto, ainda aparecendo outras como “craque” e “ousadia e alegria” – termo utilizado pelo próprio e retransmitido pelos jornalistas. Em matérias que davam espaço às falas dos adversários, o grande temor era pelo atacante. Já grande parte dos textos da categoria “Futebol” era decorrente de declarações do atleta. Nesse aspecto, é possível retornar à teoria de Marshall (2006), que afirma ser a voz da celebridade maior do que a dos demais, tendo um poder discursivo que é considerado legitimamente significativo. No caso, o que Neymar diz acaba tendo um maior impacto do que qualquer outro colega santista, merecendo o destaque.

Até em matéria sobre outros esportes (no caso, a vela), o atacante apareceu no título, por ter sido simplesmente citado em um vasto texto como o principal jogador do Santos pelo personagem em questão. Além disso, no universo estudado, sete matérias falavam sobre os fãs de Neymar somente pelo fato de serem fãs desse jogador em específico, sem acrescentar nada de novo em termos de informação jornalística.

Ao longo de todo o mês de fevereiro, apenas dois dias não continham publicações com o nome de Neymar no título – embora ele aparecesse no

decorrer do texto, o que não foi o critério utilizado nesta pesquisa. Os dias 12 e 16 de fevereiro deram uma trégua para os leitores do GLOBOESPORTE.COM. Já no dia 5, data do aniversário do atacante, foram oito matérias publicadas, sendo o de maior fluxo entre o período analisado.

Recuperando a teoria do professor espanhol Antonio Alcoba (1980) de que o jornalismo esportivo é capaz de criar e, ao mesmo tempo, de destruir mitos, podemos pensar que grande parte dessa idolatria que surge ao redor de Neymar é culpa de nós, jornalistas, por darmos tanto espaço a ele na mídia, recheando o imaginário do público com declarações, fotografias, ações e adjetivos sempre positivos ao atleta. Ao pensarmos somente na audiência, no retorno de cliques que o jogador dá ao site, acabamos invertendo nossa condição de jornalistas e criando um sujeito que talvez não seja tudo isso que estamos expondo ao público. É possível imaginarmos que, a partir do momento que Neymar não der mais, no mínimo, um título por ano ao Santos e as festas comecem a diminuir seu desempenho dentro do gramado, o processo midiático se inverterá e o mito passará a ser desconstruído.

Concordamos com a teoria de Graeme Turner (2007) quando o autor diz que uma pessoa se torna uma celebridade quando sustenta o interesse de sua audiência mais pela sua vida privada do que pelas atividades profissionais que a tornaram famosa em primeiro lugar. É o que enxergamos em Neymar. Não é apenas o público de aficionados pelo futebol que conhecem e adoram o jogador. Pode-se dizer, inclusive, que são poucos os brasileiros que não sabem quem é Neymar, seja esse brasileiro apaixonado pelo esporte ou não. Isso porque o santista consegue atrair a atenção do público pelas atividades que realiza fora do terreno de jogo. É o cabelo moicano que vira moda entre os jovens, as danças que realiza toda vez que comemora um gol que instantaneamente viram sucesso, a participação em videoclipes musicais, a presença em festas e eventos, a figuração em capas de revistas e diversas outras atividades que estão longe de estarem relacionadas ao esporte, mas que tornam Neymar uma celebridade perante o público. O seu recente envolvimento com a dupla sertaneja João Lucas e Marcelo é a maior prova disso. Desconhecidos, rapidamente os dois viraram hit nacional com a música “Eu quero tchu, eu quero tcha” após o atacante realizar a coreografia após marcar seu 100º gol na partida contra o Palmeiras, e, posteriormente, participar

do videoclipe da música. A condição foi reafirmada pelos jornalistas ao acompanharem os bastidores das gravações, divulgarem o clipe finalizado em seus programas, fora utilizarem a música em praticamente todas as matérias televisivas que falavam de Neymar ou de comemorações de jogadores. Recentemente, até o atacante Alecsandro, do Vasco, foi convidado pelo programa Globo Esporte do Rio de Janeiro para realizar a coreografia no estúdio.

De uma forma geral, conclui-se que tudo que Neymar “cria” atualmente vira um sucesso, seja isso relevante ou não. E a mídia atua como uma grande plataforma publicitária, divulgando todos os passos do jovem santista de 20 anos. O esforço desta monografia foi mostrar como isso acontece. No cotidiano, acabamos acompanhando os acontecimentos sem grandes reflexões ou ainda sem ter o conhecimento da dimensão do que é produzido na imprensa diária. Essa pesquisa mostrou o lado do jogador que se mescla com o da celebridade. Uma pessoa que não interessa se jogou bem ou mal, se realizou dribles de qualidade ou se teve uma arrancada do meio de campo levando a um chute potente rumo ao gol. O Neymar celebridade – e outros tantos jogadores que também poderiam ser analisados minuciosamente – é aquele que ganha um espaço no camarote do Carnaval ao lado de Jennifer Lopez ou que canta ao lado do músico de pagode Thiaguinho para milhares de pessoas que passam pelo trio elétrico de Salvador.

Esperamos ter contribuído na forma de se pensar os jogadores de futebol na atualidade – especialmente aquele que foi objeto de estudo desta monografia. Respaldados pelo poder da mídia, os jogadores-celebridades também são fruto da “sociedade da auto-promoção”, conceito defendido por Thompson (2008), onde as próprias celebridades se utilizam dos meios de comunicação para se promoverem. A pluralidade dos meios, especialmente o da internet, permite que haja espaço de publicação para tudo, inclusive nas redes sociais, a principal ferramenta de “auto-promoção” dos famosos. Fica a reflexão de análise para os jornalistas, sobretudo os esportivos: aceitar que os jogadores também se tornaram celebridades é um fato, o que não pode ser feito é exagerar na cobertura extra-campo tendo em vista apenas o apelo pela audiência, colaborando sobremaneira para a criação e reafirmação desses sujeitos midiáticos.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Leonel A. **Entretenimento: valor-notícia fundamental**. In: Estudos em Jornalismo e Mídia. Ano V, nº 1, p. 13-23, jan./ jun. 2008. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org>. Acesso em: 30 de abril de 2012.

ALCOBA LÓPEZ, Antonio. **La prensa deportiva**. Tratamiento inédito sobre el género específico del deporte, y como hacer una publicación deportiva ideal. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 1999.

_____. **El Periodismo deportivo em la sociedad moderna**. Madrid: El autor, 1980.

_____. **Periodismo deportivo**. Madrid: Síntesis, 2005.

AMARAL, Márcia F. **Os (des)caminhos da notícia rumo ao entretenimento**. In: Estudos em Jornalismo e Mídia. Ano V, nº 1, p. 63-73, jan./ jun. 2008. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/estudos/article/view/5560/5047>. Acesso em: 28 de abril de 2012.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

DEJAVITE, Fabia Angélica. **A Notícia light e o jornalismo de infotenimento**. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos, ago./set. 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1472-1.pdf>. Acesso em: 15 de abril de 2012.

GADINI, Sérgio Luiz. **A lógica do entretenimento no jornalismo cultural brasileiro**. In: Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Vol. IX, nº 1, abril/2007. Disponível em: <http://www.eptic.com.br/arquivos/Revistas/v.%20IX,n.%201,2007/9%20SergioGadini.pdf>. Acesso em: 05 de abril de 2012

GAMSON, Joshua. **Claims to fame: celebrity in Contemporary America**. Berkeley, Los Angeles : University of California Press, 1994.

HELAL, Ronaldo. **A construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro**. In: ALCEU, v.4, n.7, p. 19 a 36, julho/dezembro 2003.

_____. **Idolatria e Malandragem: a cultura brasileira na biografia de Romário**. In: XI Compós, Rio de Janeiro, 2002.

HERSCHMANN, M.; PEREIRA, C. A. M. (Orgs). **Mídia, Memória e Celebidades: estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2003.

MARQUES, José Carlos. **O Mito Construído, Destruído e Restituído – O Caso Cíclico de Ronaldo Fenômeno**. XXVIII Intercom, Rio de Janeiro, 2005.

MARSHALL, Leandro. **O jornalismo na era da publicidade**. São Paulo: Summus, 2003.

MARSHALL, David. **Celebrity and power: fame in contemporary culture**. 5. ed. Minneapolis, London: University of Minnesota Press, 2006.

PENA, Felipe. **Celebridades e heróis no espetáculo da mídia**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. XXV, n. 1, p. 146-157, janeiro/junho de 2002.

RONDELLI, E.; HERSCHMANN, M. **A mídia e a construção do biográfico**. Revista Tempo Social, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 279-309, maio de 2000.

SIMÕES, Paula Guimarães. **A mídia e a construção das celebridades: uma abordagem praxiológica**. In: Comunicação e Filosofia. Ano 17, 2º semestre, 2009.

SOUZA JÚNIOR, G. B; VENTURA, M. S. **Jornalismo e Entretenimento: subsídios teóricos para uma reflexão sobre o caderno Prosa & Verso**. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul, set. 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1621-1.pdf>. Acesso em: 17 de abril de 2012.

THOMPSON, John. **A nova visibilidade**. MATRIZES, São Paulo, n. 2, p. 15-38, abril 2008.

TURNER, Graeme. **Diana and the Celebrity Culture we Enjoy**. In: Britannica Blog, Publicado em 22 de agosto de 2007. Disponível em: <http://www.britannica.com/blogs/2007/08/diana-the-celebrity-culture-we-enjoy/>. Acesso em: 23 de março de 2012.