



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

**A CRISE DE IMAGEM DE NEYMAR JR. NA COPA DO
MUNDO DE 2018**

LUIS EDUARDO PAES DE LIMA SILVA

Rio de Janeiro

2019



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

A CRISE DE IMAGEM DE NEYMAR JR. NA COPA DO MUNDO DE 2018

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social – Jornalismo.

LUIS EDUARDO PAES DE LIMA SILVA

Orientadora: Prof^a. Dr^a Gabriela Nóra Pacheco Latini

Rio de Janeiro

2019

FICHA CATALOGRÁFICA

SILVA, Luis Eduardo Paes de Lima.

A crise de imagem de Neymar Jr. na Copa do Mundo de 2018.

Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo),
Escola de Comunicação – ECO –, Universidade Federal do Rio de
Janeiro – UFRJ.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª Gabriela Nóra Pacheco Latini

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **A crise de imagem de Neymar Jr. na Copa do Mundo de 2018**, elaborada por Luis Eduardo Paes de Lima Silva.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia 12/07/2019

Comissão Examinadora:

Orientadora: Prof^a. Dr^a Gabriela Nóra Pacheco Latini
Doutora em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação – UFRJ
Departamento de Comunicação – UFRJ

Prof. Dr. Marcio Tavares D’Amaral
Doutor em Letras pela Faculdade de Letras – UFRJ
Departamento de Comunicação – UFRJ

Prof^a. Dr^a. Patrícia Cardoso D’Abreu
Doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense - UFF
Departamento de Comunicação - UFES

Rio de Janeiro

2019

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, que guiou os meus passos e abençoou o meu caminho.

À minha mãe, ao meu pai e aos meus irmãos que sempre apoiaram as minhas escolhas e me ajudaram nessa empreitada.

A todos os meus familiares que se posicionaram e se posicionam do lado certo da História. Aos outros, que façam uma autocrítica.

Aos meus grandes amigos, André Mariz, Felipe Teixeira, Gustavo Natario, Helivelton Andrade, Rafael Rodrigues, Thiago Minete, Victor Mey, Vitor Hugo e também às minhas grandes amigas, Bruna Rossi, Camila Wunderlich, Fernanda Freitas, Isabela Jaloto, Luisa Pinto, Mariana Polonini, Marina Menezes, Rakel Cogliatti e Thalita Valente.

Aos meus professores, em especial à minha orientadora Gabriela Nóra, que resistem bravamente em um país que o ensino público se tornou um inimigo. Eles foram exemplos, mudaram a minha vida e me fizeram uma pessoa melhor.

A todos os citados e às outras pessoas que marcaram a minha trajetória na Escola de Comunicação da UFRJ, o meu eterno obrigado!

EPÍGRAFES

“Se for por esses crimes de colocar pobre na universidade, negro na universidade, pobre comer carne, pobre comprar carro, pobre viajar de avião, pobre fazer sua pequena agricultura, ser microempreendedor, ter sua casa própria; se esse é o crime que eu cometi, eu quero dizer: eu vou continuar sendo criminoso nesse país porque vou fazer muito mais”

(Luiz Inácio Lula da Silva).

“Seria uma atitude ingênua esperar que as classes dominantes desenvolvessem uma forma de educação que proporcionasse às classes dominadas perceberem as injustiças sociais de maneira crítica”

(Paulo Freire).

SILVA, Luis Eduardo Paes de Lima Silva. **A crise de imagem de Neymar Jr. na Copa do Mundo de 2018**. Orientadora: Prof^a. Dr^a Gabriela Nóra Pacheco Latini. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo). Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2019.

RESUMO

Este trabalho pretende analisar a crise de imagem do jogador de futebol Neymar Jr. na Copa do Mundo da Rússia de 2018. O maior destaque do time brasileiro foi muito criticado pelas quedas e exageros em campo. A crise se tornou global e se alastrou pelas redes sociais. O desempenho abaixo do esperado da Seleção e também algumas medidas adotadas pelo jogador acabaram piorando a situação negativa. Este estudo torna-se pertinente por analisar uma crise de imagem de grande repercussão, tanto pela relevância da figura de Neymar Jr. no cenário do futebol mundial quanto pela importância que se é dada no Brasil para a disputa da Copa do Mundo.

Palavras-chave: crise de imagem; Neymar Jr.; Copa do Mundo.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO

2. QUEM É A CELEBRIDADE NEYMAR JR.?

- 2.1. O menino da Vila
- 2.2. O príncipe de Barcelona
- 2.3. O rei do Parque dos Príncipes
- 2.4. O novo 10 da Seleção Brasileira

3. DE JOVEM PROMESSA À FAMA DE GAROTO PROBLEMA

- 3.1. A construção da imagem da celebridade Neymar Jr.
- 3.2. A representação de Neymar Jr. em algumas capas de revistas nacionais
 - 3.2.1. Especial 40 anos da Revista Placar
 - 3.2.2. Neymar: Gênio ou Monstro?
 - 3.2.3. Os 100 brasileiros mais influentes em 2010
 - 3.2.4. Rei?
 - 3.2.5. Alegria e arte no futebol — o fenômeno Neymar
 - 3.2.6. A crucificação de Neymar Jr.
 - 3.2.7. A lista das 100 celebridades brasileiras

4. A CRISE DE IMAGEM DE NEYMAR JR. NA COPA DO MUNDO DE 2018

- 4.1. O que é crise de imagem?
- 4.2. Neymar Jr. na Copa de 2018
- 4.3. A crise de imagem de Neymar Jr.
 - 4.3.1. Como Neymar Jr. e seu estafe lidaram com a crise
 - 4.3.2. Propaganda da *Gillette*
 - 4.3.3. Propaganda da *Clear Men* com Cristiano Ronaldo
 - 4.3.4. Qual era o caminho para deixar a crise?

5. CONCLUSÃO

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. INTRODUÇÃO

Na Copa do Mundo da Rússia, em 2018, o atacante brasileiro Neymar Jr. passou por uma de suas maiores crises de imagem da carreira. Além de um desempenho considerado abaixo do esperado, a estrela dos gramados deixou a competição com a imagem arranhada devido às quedas em campo e às reações exageradas, que se tornaram *memes*¹ mundiais e um dos assuntos mais comentados das redes sociais na época.

Neste cenário, este trabalho se propõe a analisar e entender em qual contexto a crise de imagem do jogador surgiu, como ela se alastrou pelas redes sociais e também quais foram as medidas adotadas (ou não adotadas) pelo jogador e pelo seu estafe para lidar com a situação negativa.

Para isso, antes de entendermos de fato a crise, é de grande importância fazer um pequeno histórico da carreira do jogador, principalmente, para mostrar os feitos conquistados em campo e a reputação construída fora dele, muitas vezes, de um jogador “problemático” e que também já era taxado como “cai-cai”.

Assim, o primeiro capítulo desta monografia se apresentará como uma exposição dos principais fatos da carreira de Neymar Jr., um jogador que começou a se destacar pelo Santos Futebol Clube², alcançou um reconhecimento mundial pelo Futbol Club Barcelona³ e, posteriormente, tornou-se a principal estrela do Paris Saint-Germain Football Club⁴. Além da passagem por esses clubes, também mostraremos como foram os primeiros passos do atacante com a camisa da Seleção Brasileira, até se tornar o grande nome do esquadrão verde e amarelo.

Ainda no primeiro capítulo, trataremos também das principais polêmicas da carreira de Neymar Jr., como o início da fama de “cai-cai”, as brigas com os técnicos René Simões

¹ *Meme* é um termo grego que significa imitação. A expressão é bastante conhecida na Internet, sendo usada para descrever um conceito de imagem, vídeos, GIFs e/ou relacionados ao humor, que se espalham rapidamente, alcançando muita popularidade.

² O Santos Futebol Clube é um clube brasileiro sediado na cidade de Santos no estado de São Paulo. Fundado em 14 de abril de 1912, o Santos é um dos times brasileiros mais vitoriosos e reconhecidos internacionalmente e também muito conhecido por ter revelado o jogador Edson Arantes do Nascimento, o Pelé. Entre os títulos mais relevantes do clube estão oito títulos brasileiros (1961, 1962, 1964, 1964, 1965, 1968, 2002 e 2004), três títulos da Libertadores (1962, 1963 e 2011) e dois títulos Mundiais (1962 e 1963).

³ O Futbol Club Barcelona é um clube espanhol sediado na cidade de Barcelona, na Catalunha. Fundado em 1889, o Barcelona se tornou um dos clubes mais vitoriosos do futebol mundial. Entre as principais conquistas estão 26 títulos do Campeonato Espanhol, cinco títulos da Liga dos Campeões e três títulos do Mundial de Clubes.

⁴ O Paris Saint-Germain Football Club é um dos principais clubes da França e é popularmente conhecido como PSG. O clube foi fundado em 12 de agosto de 1970 na cidade de Paris a partir da fusão dos times Paris Football Club e Stade Saint-Germain. No Campeonato Francês, o PSG se sagrou campeão em oito oportunidades.

e Dorival Júnior, as irregularidades investigadas na transferência para o FC Barcelona, e ainda os primeiros atritos no Paris Saint-Germain. Essas polêmicas se tornam fundamentais para compreender como a imagem de Neymar Jr. foi veiculada pela mídia ao redor do mundo, principalmente, como de um “garoto problema”.

Neste breve histórico, consideramos apenas os acontecimentos da carreira do atleta Neymar Jr. até o início da Copa do Mundo da Rússia. Por isso, situações que aconteceram após a Copa de 2018 não estarão citadas nesta monografia, como a recente briga com um torcedor na França⁵ e também uma grave acusação de estupro⁶.

Além disso, muitas das polêmicas envolvendo questões pessoais do jogador, como relacionamentos, não serão abordadas por uma escolha metodológica. A influência do pai de Neymar Jr. em sua carreira e a constante presença de seus amigos, conhecidos como “os parças”, também não serão temas tratados neste trabalho porque poderia acabar tirando o foco principal desta monografia, que é a crise que aconteceu com o atacante na Copa do Mundo de 2018. Por outro lado, é importante ressaltar que reconhecemos que esses aspectos extracampo acabam compondo, influenciando e sendo determinantes para a construção simbólica da figura de Neymar Jr.

Desta forma, após uma breve exposição dos principais fatos e polêmicas da carreira de Neymar Jr., faremos, no segundo capítulo, uma análise mais aprofundada da construção de imagem do jogador em seus primeiros anos no futebol. Neste caso, entendemos que é necessário fazer uma análise da construção prévia de imagem de Neymar Jr. como atleta de futebol para entendermos o contexto da crise do jogador na Copa do Mundo.

Para isso, utilizaremos, como ponto de partida, a dissertação de mestrado de Luís Henrique Mendonça Ferraz sobre a representação de Neymar Jr. em capas de revistas nacionais, no trabalho acadêmico “O craque, sex symbol e o homem de sucesso: a construção da imagem de Neymar no mercado brasileiro de revistas (2010/2011/2012)”, defendido em 2014, na Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”.

Em sua pesquisa, Ferraz analisou como as revistas nacionais construíram o status de Neymar Jr. como celebridade nacional, tendo como base três categorias: a de ídolo esportivo, a de símbolo sexual, e a do homem de sucesso.

⁵ Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/futebol-frances/noticia/neymar-critica-jovens-do-psg-falta-mais-ouvido-do-que-boca-tem-que-escutar-mais-do-que-falar.ghtml>>. Acesso em 07 de junho de 2019.

⁶ Disponível em: <<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2019/06/01/mulher-registra-boletim-de-ocorrencia-acusando-neymar-de-estupro-pai-do-jogador-nega.ghtml>>. Acesso em 07 de junho de 2019.

Tendo essa dissertação como base, analisaremos algumas das revistas que estamparam Neymar Jr. como capa — aquelas que se mostraram mais adequadas ao tema deste trabalho, sendo a principal delas a capa da revista Placar⁷ de outubro de 2012, que representou o atacante sendo crucificado, com o seguinte subtítulo: “chamado de ‘cai-cai’, o craque brasileiro vira bode expiatório em um esporte onde todos jogam sujo”⁸.

Antes dessa análise mais prática das capas de revistas, faremos uma conceituação do que seria a construção de imagem de uma celebridade e também de como ela é feita, principalmente, pela atuação da mídia. Neste caso, utilizaremos alguns autores como referências teóricas, como Daniel Boorstin, Douglas Kellner e Edgar Morin.

Já no terceiro capítulo, que aborda a principal discussão deste trabalho, faremos uma exposição e análise da crise de imagem de Neymar Jr. na Copa do Mundo de 2018. Para isso, inicialmente, faremos uma breve conceituação do que seria crise de imagem, com base principalmente nas considerações de João José Forni e Mário Rosa.

Neste caso, é preciso reconhecer que os principais estudos do tema acabam se voltando muito para o gerenciamento de crises de empresas, entidades e corporações, e não de personalidades/indivíduos. Assim, como metodologia, faremos uma revisão bibliográfica a partir de uma adequação da teoria com o caso prático de Neymar Jr., uma pessoa pública, uma celebridade.

A partir desse embasamento, mostraremos dados e informações que comprovam a relevância da crise sofrida pelo jogador e também as consequências dela. Neste cenário, entendemos que este trabalho se torna pertinente pela grande repercussão mundial da crise em questão, principalmente por causa da relevância da figura de Neymar Jr. no contexto atual da sociedade brasileira e mundial e também pela importância que se é dada no Brasil para a disputa da Copa do Mundo.

Por último, analisaremos as medidas adotadas por Neymar Jr. e seu estafe para lidar com a situação. Como veremos ao longo desta monografia, as ações escolhidas talvez não tenham sido as mais adequadas para minimizar o impacto da crise de imagem do jogador.

⁷ Placar é uma revista brasileira especializada em esporte e que foi lançada em 1970 pela Editora Abril.

⁸ Disponível em: <<https://esporte.ig.com.br/futebol/2012-09-26/revista-coloca-neymar-na-cruz-para-discutir-fama-de-cai-cai.html>>. Acesso em 07 de junho de 2019.

2. QUEM É A CELEBRIDADE NEYMAR JR.?

Neste primeiro capítulo, é feita uma breve exposição dos principais fatos do início da carreira de Neymar Jr. até a disputa da Copa do Mundo de 2018. O jogador/celebridade do futebol brasileiro começou a carreira defendendo o Santos Futebol Clube, passou pelo renomado Futbol Club Barcelona até chegar ao badalado Paris Saint-Germain Football Club. Em 2010, quando ainda defendia o Santos FC, Neymar Jr. foi convocado pela primeira vez para defender a Seleção Brasileira.

A partir desse histórico, trataremos também das principais polêmicas da carreira do atacante, como o início da fama de “cai-cai”, as brigas com os técnicos René Simões e Dorival Júnior, as irregularidades investigadas na transferência para o FC Barcelona, e ainda os primeiros atritos no Paris Saint-Germain. Desta forma, a partir dessas polêmicas, é interessante notar e analisar a transformação do atleta durante os anos. As principais informações deste capítulo foram retiradas do site oficial do atleta⁹.

2.1 O menino da Vila

Nascido no dia 05 de fevereiro de 1992, Neymar da Silva Santos Júnior, mais conhecido como Neymar ou Neymar Júnior, é um futebolista brasileiro que, atualmente, defende o Paris Saint-Germain (PSG). Apesar do sucesso nos gramados, os primeiros passos da carreira de Neymar Jr. aconteceram nas quadras de futsal, nos clubes da Tumiaru, Gremetal e Portuários, localizados na Baixada Santista.

Ao despontar como uma jovem promessa, Neymar Jr. despertou a curiosidade de Lima e Zito, dois ex-jogadores de futebol e olheiros do Santos FC, que, em 2003, conseguiram levar o menino de 12 anos para o clube paulista. A pouca idade, no entanto, tornou-se um empecilho para o Santos FC que, até então, só tinha categoria de base com atletas a partir de 13 anos. Esse problema foi resolvido com a criação da categoria sub-13 e também de um Centro de Treinamento chamado Meninos da Vila — que foi feito especialmente para receber outras possíveis promessas do futebol brasileiro, como Neymar Jr.

Na biografia Planeta Neymar, o jornalista Paulo Vinícius Coelho relatou como foi a descoberta do jovem jogador pelo então presidente do Santos FC, Marcelo Teixeira.

⁹ Disponível em: <<http://www.neymaroficial.com/pt/posts/carreira>>. Acesso em: 21 de fevereiro de 2019.

Ele já sabia que eu estava observando. Quando cheguei, ele não se intimidou. Acabou com o jogo! Acabou! Deu drible, chapéu, fez de tudo. Só não fez chover porque o ginásio era coberto [...] Eu não tinha orçamento para investir nas categorias de jogadores mais novos, e disse isso ao Zito. Mas quando vi aquele menino jogar, percebi que precisávamos criar uma estrutura. Não só para ele, mas para uma legião de jogadores que poderiam aparecer no Santos. (COELHO, 2014, p.16).

Após chegar ao Santos FC, Neymar Jr. passou por uma experiência bastante significativa para a sua carreira no ano de 2005. Com apenas 13 anos, o atacante participou de uma espécie de estágio no Real Madrid Club de Fútbol¹⁰, um dos clubes mais vitoriosos do mundo. Em uma entrevista à ESPN, o pai de Neymar Jr. comentou sobre essa viagem do filho à Espanha: “Nós fomos convidados para ver as instalações. Nós tínhamos um carro para ir ao treinamento. Neymar conheceu todos os jogadores, participou de treinos, tínhamos todas as portas abertas”¹¹.

Segundo o jornal espanhol As, Neymar Jr. chegou a acertar um contrato com o Real Madrid em 2006, mas a negociação não foi concluída porque o clube espanhol teria se recusado a pagar 60 mil euros pelo atacante brasileiro¹². Oficialmente, a informação é que Neymar Jr. sentiu a falta da família, dos amigos e, principalmente, do Brasil, a ponto de recusar um dos maiores clubes do mundo. Logo em seguida, o jogador firmou o seu primeiro contrato com o Santos FC. A partir desse momento, a expectativa pela ascensão de um novo craque já começava a despontar no clube paulista.

Depois de ter se destacado jogando pela base do Santos FC, Neymar Jr. estreou oficialmente pelo time profissional no dia 07 de março de 2009, com apenas 17 anos, em uma partida contra o Oeste de Itápolis¹³, pelo Campeonato Paulista. Na ocasião, o Santos FC venceu pelo placar de 2 a 1.

Além do momento especial da estreia, o torneio em questão também marcou a primeira final da carreira do jovem jogador. No entanto, Neymar Jr. acabou ficando sem o título da competição, após uma derrota e um empate do Santos FC diante do rival Sport

¹⁰ O Real Madrid Club de Fútbol é um clube espanhol fundado no dia 06 de março de 1902 na cidade de Madrid. O Real Madrid é uma das entidades esportivas mais reconhecidas no futebol. Entre as principais conquistas estão 33 títulos do Campeonato Espanhol, 13 títulos da Liga dos Campeões e quatro títulos do Campeonato Mundial.

¹¹ Disponível em: <<https://www.goal.com/br/news/3357/espanha/2015/12/16/18408032/como-neymar-esteve-a-um-passo-do-real-madrid-em-2005>>. Acesso em 08 de junho de 2019.

¹² Disponível em: <<https://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2013/09/05/neymar-chegou-a-acertar-com-real-madrid-em-2006-diz-jornal.htm?cmpid=copiaecola>>. Acesso em 21 de fevereiro de 2019.

¹³ Mais conhecido como Oeste de Itápolis, o Oeste Futebol Clube é um clube de futebol brasileiro, fundado em 25 de janeiro de 1921, na cidade de Itápolis, estado de São Paulo.

Club Corinthians¹⁴ no confronto decisivo. Em contrapartida, o atacante recebeu o prêmio de Revelação do torneio. Apesar de não ter sido titular absoluto em sua primeira temporada, Neymar Jr. terminou o ano de 2009 com 14 gols marcados.

Vice-campeão em 2009, o Santos FC garantiu o troféu do Campeonato Paulista no ano seguinte. A conquista foi o primeiro título profissional de Neymar Jr., que ainda foi eleito o melhor jogador da competição depois de ter marcado 14 gols em 19 jogos. Nesse mesmo ano, em 2010, o atacante também foi fundamental para o título inédito do Santos FC na Copa do Brasil — Neymar Jr. terminou a competição como o artilheiro, com 11 gols marcados.

As conquistas do Campeonato Paulista e da Copa do Brasil alçaram o jovem ao patamar de uma grande promessa do futebol brasileiro. No entanto, ao lado do meio-campo Paulo Henrique “Ganso”, Neymar Jr. era visto como um coadjuvante de luxo, em um time comandado pelo renomado atacante Robinho. Os “Meninos da Vila”, como eram conhecidos, encantavam o Brasil com um futebol bonito, jogadas incríveis e comemorações marcantes a cada gol marcado.

Depois do primeiro semestre de 2010, Neymar Jr. recebeu algumas propostas de clubes europeus para deixar o Brasil. A negociação que chegou mais perto de ser concluída aconteceu com o Chelsea Football Club¹⁵, mas o atacante preferiu renovar o seu contrato com o Santos FC até o final de 2015.

Para isso, Neymar Jr. recebeu um aumento salarial e também foi feito um acordo contratual que envolvia benefícios por conquistas no Santos FC e na Seleção Brasileira, alguns acordos publicitários e também estratégias de exploração financeira de sua imagem. A partir dessas novas cláusulas, o rendimento anual do jogador poderia chegar próximo ao que havia sido oferecido pelo clube europeu¹⁶.

Ganhando mais destaque no Santos FC, Neymar Jr. começou a ser cada vez mais visado em campo pelos adversários. As faltas e quedas se tornaram frequentes em lances protagonizados pelo atacante. Em 2010, a fama de “cai-cai” do atacante repercutia no futebol brasileiro e, naquela época, o jovem de 18 anos já precisava se defender das

¹⁴ O Sport Club Corinthians Paulista, mais conhecido como Corinthians, é um clube brasileiro sediado na cidade de São Paulo. O time foi fundado no dia 1º de setembro de 1910 por um grupo de operários do bairro Bom Retiro.

¹⁵ O Chelsea Football Club é um time inglês fundado na cidade de Londres, no dia 10 de março de 1905. Entre os principais títulos estão uma Liga dos Campeões (2012) e seis taças do Campeonato Inglês (1955, 2005, 2006, 2010, 2015 e 2017).

¹⁶ Disponível em: <<https://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,neymar-rejeita-o-chelsea-e-decide-ficar-no-santos,597495>>. Acesso em 17 de março de 2019.

críticas: “Não tem essa de ‘cai-cai’. Sou tocado, e quando isso acontece vou cair. Não tem como manter equilíbrio. Tenho apanhado bastante”¹⁷.

No entanto, é importante ressaltar que essa fama de “cai-cai” adquirida pelo jogador não surgiu por acaso. Os comentários, na época, já davam conta de que Neymar Jr. buscava “cavar” muitas faltas, como se diz em um jargão do futebol, para conseguir certa vantagem em campo.

Além dessa reputação negativa, o atacante santista também começou a ser visto como um jogador malcriado, colecionando polêmicas durante a temporada de 2010 — um ano que pode ser visto como fundamental para o início da construção de imagem do jogador. Com apenas 18 anos, Neymar Jr. já era um astro midiático, mas aparentava não ter muita maturidade para lidar com a fama meteórica.

A primeira grande polêmica dele atuando pelo Santos FC aconteceu no dia 15 de agosto de 2010, depois de um *post* na rede social Twitter¹⁸. Durante a partida do clube paulista contra o Esporte Clube Vitória¹⁹, pelo Campeonato Brasileiro, Neymar Jr. publicou a seguinte frase: “juiz ladrão, vai sair de camburão”²⁰ (ver Figura 1) — no jogo em questão, o atacante não estava em campo por causa de uma lesão.

Após a grande repercussão negativa, Neymar Jr. apagou o *post* e se defendeu dizendo que não havia sido ele o responsável pela publicação. Mesmo com essa declaração, o árbitro daquela partida, Sandro Meira Ricci, entrou na Justiça contra o atacante e ganhou o processo no dia 29 de novembro de 2011. Como pena, Neymar Jr. foi condenado a pagar R\$ 15 mil de indenização ao árbitro pelas ofensas publicadas na rede social²¹.

¹⁷ Disponível em: <<https://esporte.uol.com.br/futebol/campeonatos/brasileiro/serie-a/ultimas-noticias/2010/05/28/cai-cai-dentinho-e-neymar-tentam-mudar-rotulo-para-o-classico-no-pacaembu.jhtm>>. Acesso em 21 de fevereiro de 2019.

¹⁸ Twitter é uma rede social e servidor para *microblogging*, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos. Os textos são conhecidos como *tweets* e podem ser enviados por meio do website do serviço, por SMS e por aplicativo.

¹⁹ O Esporte Clube Vitória é um time brasileiro fundado no dia 13 de maio de 1899 na cidade de Salvador, capital da Bahia. Com quatro títulos, o clube rubro-negro é o maior vencedor da Copa do Nordeste, torneio regional disputado por times da Região Nordeste do Brasil.

²⁰ Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/sp/santos-e-regiao/futebol/times/santos/noticia/2010/08/neymar-comenta-jogo-com-o-vitoria-no-twitter-e-chama-juiz-de-ladrao.html>>. Acesso em 12 de abril de 2019.

²¹ Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/sp/santos-e-regiao/futebol/times/santos/noticia/2011/11/neymar-e-condenado-pagar-r-15-mil-para-o-arbitro-sandro-meira-ricci.html>>. Acesso em 21 de fevereiro de 2019.

Figura 1: Montagem do site Globoesporte.com



Fonte: globoesporte.com²².

Outra polêmica envolvendo o atacante Neymar Jr. no ano de 2010 aconteceu no dia 02 de março, depois de uma partida contra o Avaí Futebol Clube²³, pelo Campeonato Brasileiro. O técnico do time adversário, Antônio Lopes, criticou algumas atitudes do atacante em campo e afirmou que Neymar Jr. teria provocado os jogadores do Avaí FC dizendo que “era milionário e que podia tudo”²⁴. Essa declaração acabou repercutindo bastante e virou uma piada nas redes sociais a partir da expressão “#NeymarRiquinho”, que chegou a ser um dos assuntos mais comentados do Twitter na época (ver Figura 2).

Em uma entrevista coletiva, Neymar Jr. respondeu à acusação e negou que teria dito que era um milionário. Além disso, ele afirmou que se “quisesse ficar milionário, teria ido para o Chelsea”²⁵ — como citado anteriormente, o atacante rejeitou uma proposta do clube inglês em julho de 2010.

²² Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/sp/santos-e-regiao/futebol/times/santos/noticia/2010/08/neymar-comenta-jogo-com-o-vitoria-no-twitter-e-chama-juiz-de-ladrao.html>>. Acesso em 12 de abril de 2019.

²³ O Avaí Futebol Clube é um time de futebol fundado na cidade de Florianópolis, em Santa Catarina, no dia 01 de setembro de 1923. O clube foi campeão 17 vezes do Campeonato Catarinense e garantiu um título da Série C (1998).

²⁴ Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/brasileirao-serie-a/noticia/2010/09/antonio-lopes-o-neymar-empurrou-deu-soco-e-cotovelada.html>>. Acesso em 21 de fevereiro de 2019.

²⁵ Disponível em: <<https://www.terra.com.br/esportes/futebol/brasileiro-serie-a/neymar-se-quisesse-ficar-milionario-iria-para-o-chelsea,34cb0cc41b3aa310VgnCLD200000bbcecb0aRCRD.html>>. Acesso em 12 de abril de 2019.

Figura 2: Print da rede social Twitter



Fonte: globoesporte.com²⁶.

No dia 15 de setembro de 2010, Neymar Jr. passou pela terceira grande polêmica da carreira no Santos FC, e essa pode ter sido uma das mais marcantes para a imagem do jogador. O então técnico do Atlético Clube Goianiense²⁷, René Simões, deu declarações bastante fortes sobre o atacante e chegou a afirmar que estava sendo criado um monstro no futebol brasileiro. As críticas se deviam, principalmente, ao comportamento do jogador em campo e pelas simulações de faltas.

Eu, poucas vezes, vi alguém tão mal-educado desportivamente como esse rapaz Neymar. Eu trabalhei muito com jovens, a minha vida toda vim acompanhando... Acho que está na hora de alguém educar esse rapaz ou nós vamos criar um monstro. Nós estamos criando um monstro no futebol brasileiro [...] Ele é um senhor todo poderoso dentro de campo e ninguém está fazendo absolutamente nada. Primeiro, vamos fazer um dossiê pelo número de vezes que ele se joga. [...] Por enquanto, ele não é um homem, ele não é um grande jogador. Por enquanto, ele é um projeto disso tudo. Então, tem que alguém educar esse rapaz pelo bem do futebol brasileiro. Se não, ninguém vai segurar mais. Vai se criar um monstro, vai se perder por aí, porque o que ele fez hoje é de não ter nem gosto pelo futebol. Eu, hoje, fiquei decepcionado e ainda vi jogadores do Santos no banco

²⁶

Disponível

em:

<<http://globoesporte.globo.com/sp/santos-e-regiao/futebol/times/santos/noticia/2010/09/1encol-milionario-neymar-bola-parada-twitter-internet.html>>.

Acesso em 12 de abril de 2019.

²⁷ O Atlético Clube Goianiense é uma agremiação esportiva fundada no dia 02 de abril de 1937, na cidade de Goiânia, no estado de Goiás. O time conquistou um título da Série B, em 2016, dois títulos da Série C, em 1990 e 2008, e 13 títulos do Campeonato Goiano.

dizendo que não compactuam com isso. Muito feio, absolutamente feio o que eu presenciei hoje na Vila Belmiro²⁸.

Na ocasião, Neymar Jr. havia discutido severamente com um companheiro de time, o zagueiro Edu Dracena, e também com o técnico da equipe na época, Dorival Júnior, durante o jogo contra o Atlético Goianiense. O problema teria começado depois que o treinador impediu o atacante de cobrar um pênalti na partida. Nem a vitória do Santos FC, por 4 a 2, encobriu o descontentamento dos integrantes da comissão técnica e dos companheiros de time com o comportamento de Neymar Jr.

No dia seguinte, o jovem jogador deu uma coletiva, mostrando-se arrependido e pedindo desculpas aos pais por desapontá-los. Neymar Jr. também pediu perdão ao técnico Dorival Júnior, aos companheiros de equipe, aos torcedores e, em especial, ao público infantil, do qual disse ter conhecimento de que era um modelo de conduta. Além disso, o atacante pediu que o fato em questão fosse visto apenas como um deslize e disse que ele não aconteceria novamente²⁹.

Mesmo com o pedido de desculpas em público, o jogador foi punido pelo Santos FC com uma multa, mas a polêmica não terminou por aí. O técnico Dorival Júnior queria também que o atacante fosse afastado do elenco por um certo período. A diretoria do clube, no entanto, tinha uma opinião contrária e decidiu demitir o treinador por insubordinação no dia 21 de setembro de 2010³⁰ — apenas seis dias depois da partida que iniciou todo o problema. A história acabou tendo uma repercussão muito negativa porque, além do mau comportamento de Neymar Jr., o técnico do time foi demitido do clube justamente pelo problema criado pelo atacante.

Como consequência desse fato, o jogador acabou não sendo chamado para a Seleção Brasileira na convocação do dia 23 de setembro de 2010³¹ — oito dias depois do início da polêmica. Na época, o então treinador do Brasil, Mano Menezes, confirmou que o corte foi feito por causa do problema disciplinar de Neymar Jr., que era considerado um dos pilares da renovação da Seleção depois da Copa do Mundo de 2010.

²⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=su6LrnW3cAc>>. Acesso em 21 de fevereiro de 2019.

²⁹ Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=OTQi0iygdRA>>. Acesso em: 08 de abril de 2019.

³⁰ Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/sp/santos-e-regiao/futebol/times/santos/noticia/2010/09/ponto-para-neymar-santos-demite-dorival-junior-por-insubordinacao.html>>. Acesso em 08 de junho de 2019.

³¹ Disponível em: <<https://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2010/09/23/mano-deixa-neymar-fora-da-selecao-apos-confusao-e-chama-elias.jhtm>>. Acesso em 08 de junho de 2019.

Apesar de tantas polêmicas, a temporada de 2010, apenas a segunda como profissional, foi fundamental para o desenvolvimento da carreira de Neymar Jr. O atacante conquistou o seu primeiro título, realizou o sonho de vestir a camisa da Seleção Brasileira e já estava sendo considerado um dos melhores jogadores atuando no país.

Garantido pelo Santos FC para a temporada 2011, Neymar Jr. conquistou o Bicampeonato Paulista, marcando o gol do título na final contra o SC Corinthians. No entanto, o principal momento do clube naquele ano foi a conquista da Copa Libertadores da América³², encerrando um jejum de 48 anos sem o troféu da maior competição continental. O jovem atacante foi o líder do time, vice-artilheiro do torneio, com seis gols, e ainda foi eleito o melhor jogador da competição.

O título da Libertadores classificou o Santos FC para a disputa do Mundial de Clubes³³. No entanto, o time brasileiro foi um adversário fácil para o estrelado FC Barcelona, que venceu por 4 a 0, na decisão do torneio, no dia 18 de dezembro de 2011. Mesmo com a goleada, Neymar Jr. foi eleito o terceiro melhor jogador da competição ao receber o prêmio de Bola de Bronze.

Outros dois fatos foram marcantes para a carreira do jovem jogador naquele ano de 2011. O primeiro foi um gol anotado no jogo contra o Clube de Regatas do Flamengo³⁴ pelo Campeonato Brasileiro, no dia 27 de julho daquele ano. O lance recebeu o Prêmio Puskas como o gol mais bonito de 2011, em eleição da Federação Internacional de Futebol (FIFA)³⁵, realizada em janeiro de 2012. Nessa mesma premiação, o atacante brasileiro foi um dos 23 indicados na lista preliminar para a Bola de Ouro, prêmio dado para o melhor jogador do ano.

Na temporada de 2012, Neymar Jr. foi fundamental novamente para a conquista do título do Campeonato Paulista, o terceiro seguido do Santos FC, terminando a competição como o artilheiro isolado, com 20 gols marcados. Na disputa da Libertadores daquele ano,

³² Organizada pela Confederação Sul-Americana de Futebol (CONMEBOL), a Copa Libertadores da América é a principal competição entre clubes da América do Sul. Atualmente, a competição é disputada anualmente pelos melhores clubes de cada país.

³³ A Copa do Mundo de Clubes da FIFA é uma competição disputada pelos clubes campeões das confederações continentais, além do vencedor do campeonato nacional do país-sede. A competição é mais conhecida simplesmente como Mundial de Clubes.

³⁴ O Clube de Regatas do Flamengo é um dos clubes brasileiros de futebol mais populares e bem-sucedidos. A data de fundação oficial do time é 15 de novembro de 1985 na cidade do Rio de Janeiro. A participação no futebol, no entanto, só começou no ano de 1911. Dentre suas maiores glórias, destacam-se as conquistas do Mundial Interclubes e da Copa Libertadores em 1981. A nível nacional o Flamengo é considerado hexacampeão do Campeonato Brasileiro e tricampeão da Copa do Brasil.

³⁵ Fundada em 21 de maio de 1904, a Federação Internacional de Futebol é a entidade que dirige as associações de futsal, futebol de areia e futebol a nível mundial.

Neymar Jr. também foi, mais uma vez, o artilheiro. O Santos FC, no entanto, acabou sendo eliminado pelo rival SC Corinthians na semifinal.

Ainda em 2012, Neymar Jr. foi campeão da Recopa Sul-Americana diante do Club Universidad de Chile³⁶ — a competição é disputada em dois jogos entre o campeão da Libertadores e da Copa Sul-Americana³⁷ do ano anterior. O atacante foi o destaque do clube paulista e acabou sendo eleito o melhor jogador do torneio.

Pelo desempenho acima da média no ano, Neymar Jr. foi eleito, em dezembro de 2012, “*Hors Concours*” no prêmio Bola de Prata, organizado pela revista Placar e pela emissora ESPN Brasil³⁸. O craque santista igualou o feito que só havia sido obtido por Pelé na história da premiação³⁹.

Na temporada seguinte, em 2013, depois de o Santos FC não garantir uma vaga para a Libertadores, os boatos de uma negociação com a Europa começaram a se concretizar. A contratação de Neymar Jr. pelo FC Barcelona acabou acontecendo no final de maio de 2013, em uma transferência que foi considerada uma das mais polêmicas do futebol mundial. A última partida do atacante pelo clube brasileiro aconteceu no dia 26 de maio daquele ano, em um empate sem gols contra o CR Flamengo.

2.2 O príncipe de Barcelona

A mudança de Neymar Jr. para o futebol espanhol aconteceu de uma maneira bastante polêmica, com muitas controvérsias no aspecto financeiro do negócio. Inicialmente, o então presidente do FC Barcelona, Sandro Rosell, divulgou que a negociação teria custado 57,1 milhões de euros para o clube catalão — o que seria, naquela época, a 10ª contratação mais cara da história do futebol. No entanto, esse valor foi considerado baixo e chamou a atenção da Justiça Espanhola, que começou a investigar a negociação depois que um sócio do FC Barcelona, Jordi Cases, exigiu esclarecimentos sobre supostas irregularidades na transferência do brasileiro, em um caso que ficou conhecido como “*Neymargate*”.

³⁶ Fundado em 24 de maio de 1927, o Club Universidad de Chile é um time de futebol chileno da cidade de Santiago. Entre as principais conquistas do clube estão o título da Copa Sul-Americana, em 2011, e 18 títulos do Campeonato Chileno.

³⁷ A Copa Sul-Americana é uma competição continental de clubes da América do Sul, organizada pela Confederação Sul-Americana de Futebol (CONMEBOL) desde 2002. É a segunda competição mais prestigiada entre clubes no continente sul-americano, inferior apenas à Copa Libertadores da América.

³⁸ ESPN Brasil é a franquia local da ESPN, uma rede de TV dos Estados Unidos. O canal transmite eventos esportivos de várias modalidades, tanto nacionais quanto internacionais.

³⁹ Disponível em: <http://www.espn.com.br/noticia/296744_neymar-leva-bola-de-prata-hors-concours-e-igual-a-feito-so-obtido-antes-por-pele>. Acesso em 17 de março de 2019.

No início de 2014, o FC Barcelona admitiu que a negociação teria custado, na verdade, cerca de 86,2 milhões de euros⁴⁰, o que tornaria a transferência a terceira mais cara da história naquele momento. Porém, em janeiro de 2018, o jornal espanhol El Mundo revelou que o atacante teria sido contratado por 134 milhões de euros⁴¹, sendo, então, a transferência mais cara do futebol até aquele momento.

Envolvido na polêmica e acusado de ter feito pagamentos secretos à família de Neymar Jr. para garantir a contratação, o antigo presidente do FC Barcelona, Sandro Rosell, acabou renunciando ao cargo no dia 23 de janeiro de 2014.

Na Justiça Espanhola, Neymar Jr. será julgado pelas supostas irregularidades em sua transferência para o clube espanhol⁴². No Brasil, o atacante também enfrenta problemas com a Justiça. A Receita Federal cobra R\$ 69 milhões em impostos e multas por sonegação de tributos. Na época, o atacante negou as infrações e recorreu ao Carf, órgão vinculado ao Ministério da Fazenda para analisar recursos de contribuintes contra a Receita Federal⁴³.

Se fora de campo não faltaram polêmicas, dentro das quatro linhas não demorou muito para Neymar Jr. começar a fazer história com a camisa catalã. No dia 18 agosto de 2013, o atacante disputou o seu primeiro jogo oficial pelo FC Barcelona — uma goleada por 7 a 0 contra o Levante Unión Deportiva⁴⁴, pelo Campeonato Espanhol⁴⁵.

O primeiro gol aconteceu três dias depois, no dia 21 de agosto de 2013, no empate contra o Club Atlético de Madrid⁴⁶, por 1 a 1, na partida de ida da Supercopa da Espanha⁴⁷. No jogo de volta do torneio, Neymar Jr. conquistou o seu primeiro título com a camisa do FC Barcelona, depois de um empate por 0 a 0. A conquista da Supercopa foi o único título

⁴⁰ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2014/01/1402389-barcelona-abre-contas-de-negocio-e-diz-que-neymar-custou-862-mi-de-euros.shtml>>. Acesso em 10 de março de 2019.

⁴¹ Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/jornal-ida-de-neymar-para-o-barcelona-superou-200-milhoes-de-euros.ghtml>>. Acesso em 10 de março de 2019.

⁴² Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2019/02/justica-nega-recurso-e-neymar-sera-julgado-na-espanha.shtml>>. Acesso em 12 de abril de 2019.

⁴³ Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/blogs/bastidores-fc/noticia/receita-federal-cobra-multa-de-r-69-milhoes-de-neymar-defesa-quer-reverter-na-justica.ghtml>>. Acesso em 12 de abril de 2019.

⁴⁴ Fundado em 1909, o Levante Unión Deportiva é um clube de futebol espanhol da cidade de Valência.

⁴⁵ Conhecido como La Liga, o Campeonato Espanhol é um torneio disputado por vinte clubes sob o sistema de disputa de pontos corridos. O maior campeão é o Real Madrid, com 33 títulos, seguido pelo FC Barcelona, com 25 títulos.

⁴⁶ O Club Atlético de Madrid é um clube de futebol espanhol, sediado na cidade de Madrid, fundado em 26 de abril de 1903.

⁴⁷ A Supercopa da Espanha é uma competição de futebol realizada desde 1982, em que o campeão da Liga Espanhola enfrenta o campeão da Copa do Rei. A competição é disputada no sistema de ida e volta.

oficial na primeira temporada do atacante no futebol espanhol — em 2013, o Barça foi vice-campeão do Campeonato Espanhol e também da Copa do Rei⁴⁸.

Na temporada 2014/2015, sob a liderança do trio “MSN” (Lionel Messi, Luis Suárez e Neymar Jr.), o FC Barcelona conquistou todos os títulos que disputou: a Liga dos Campeões da Europa⁴⁹, o Campeonato Espanhol, a Copa do Rei, o Mundial de Clubes e a Supercopa da Europa.

Apesar de dividir os holofotes com outros jogadores de renome internacional, Neymar Jr. foi de grande importância para as conquistas do clube naquela temporada — o brasileiro marcou 39 gols e deu sete assistências em 51 jogos. Ele ainda foi um dos artilheiros da Liga dos Campeões, ao lado de Messi e Cristiano Ronaldo, e foi o terceiro colocado no prêmio Bola de Ouro da FIFA, pelo desempenho na temporada de 2015.

Pouco a pouco, Neymar Jr. foi ganhando cada vez mais protagonismo no esquadrão do FC Barcelona. Por outro lado, as insatisfações e a personalidade forte do atacante também começaram a marcar presença com o passar do tempo.

Uma das primeiras polêmicas de Neymar Jr. no clube catalão aconteceu no dia 24 de fevereiro de 2015, em uma partida da Liga dos Campeões contra o Manchester City Football Club⁵⁰. Depois do fim do jogo, o brasileiro foi flagrado discutindo com um torcedor do time inglês, que teria insinuado que Neymar Jr. se joga muito em campo. Os dois precisaram ser separados por um segurança do estádio⁵¹.

A relação com o técnico espanhol Luis Enrique, comandante do time de 2014 a 2017, também foi muito conflituosa durante o período que os dois conviveram. Em mais de uma ocasião, o brasileiro foi flagrado descontente por ser substituído, ironizando o treinador e protestando no banco de reservas.

A reclamação que mais ganhou destaque na mídia aconteceu após o jogo contra o Sevilla Fútbol Club⁵², no dia 11 de abril de 2015. Depois de ser substituído, Neymar Jr. fez gestos ostensivos, proferiu palavrões e chegou a atirar as chuteiras no chão. Os principais jornais espanhóis criticaram bastante esse comportamento do atacante brasileiro. O jornal Marca, por exemplo, disse

⁴⁸ A Copa do Rei é uma competição nacional de futebol da Espanha. O campeão obtém classificação para disputar a Liga Europa. Além disso, disputa a Supercopa da Espanha com o campeão da La Liga.

⁴⁹ A Liga dos Campeões da UEFA (Associações Europeias de Futebol) é uma competição anual disputada por clubes europeus.

⁵⁰ O Manchester City Football Club é um clube de futebol inglês, que foi fundado no dia 23 de novembro de 1880 como West Gorton. Em 16 de abril de 1894, o nome foi mudado para Manchester City.

⁵¹ Disponível em: <<https://esporte.uol.com.br/futebol/campeonatos/liga-dos-campeoes/ultimas-noticias/2015/02/24/jornalistas-flagram-discussao-entre-neymar-e-torcedor-do-city-na-liga.htm>>. Acesso em 10 de março de 2019.

⁵² O Sevilla Fútbol Club é um clube de futebol espanhol fundado em 25 de janeiro de 1890, na cidade de Sevilha.

que o episódio foi uma “ceninha infantil” e que um “profissional de seu nível não pode agir assim”⁵³.

Apesar das polêmicas em relação à sua postura, Neymar Jr. continuou sendo um dos protagonistas de um time que era considerado um dos melhores do mundo. Na temporada 2015/2016, o atacante conquistou o segundo título do Campeonato Espanhol e o segundo da Copa do Rei. Na temporada seguinte, a última do atacante no clube catalão, o brasileiro só conquistou o título da Copa do Rei — o terceiro dele.

Em relação às polêmicas, as últimas temporadas de Neymar Jr. no FC Barcelona também não fugiram de certos problemas e confusões. No dia 17 de abril de 2016, o atacante se envolveu em um atrito com o adversário Antonio Barragán, jogador espanhol do Valencia Club de Fútbol⁵⁴. As câmeras da Liga Espanhola flagraram o momento em que Neymar Jr. deu um tapa na cabeça do adversário, após um desentendimento durante a partida. O jornal espanhol Marca ainda noticiou que a confusão se estendeu até a entrada do túnel, quando o craque brasileiro teria atirado uma garrafa contra o Barragán⁵⁵.

Com os companheiros de FC Barcelona, Neymar Jr. protagonizou dois lances para serem esquecidos. Em uma partida no dia 17 de setembro de 2016, o atacante chegou a dar um tapa no compatriota Rafinha, quando ele o puxava para completar uma barreira em cobrança de falta.

O outro problema aconteceu nos últimos dias de Neymar Jr. como jogador do clube catalão. No dia 28 de julho de 2017, o brasileiro se desentendeu com o português Nelson Semedo, companheiro de time, depois de uma disputa por bola no treino. Na ocasião, Neymar Jr. precisou ser contido pelos jogadores Javier Mascherano e Sergio Busquets, jogou o colete no chão, chutou duas bolas e abandonou o treino bastante irritado⁵⁶. Dias depois, a saída do atacante do FC Barcelona foi oficializada.

O comportamento de Neymar Jr. durante a negociação com o Paris Saint-Germain também foi muito criticado, até mesmo pelos companheiros do ex-clube. O silêncio do brasileiro incomodou os outros atletas que precisaram responder perguntas sobre o tema

⁵³ Disponível em: <<https://www.terra.com.br/esportes/futebol/internacional/espanha/campeonato-espanhol/3-mais-substituido-neymar-tumultua-barca-com-chilique,679839bce52bc410VgnVCM3000009af154d0RCRD.html>>. Acesso em 10 de março de 2019.

⁵⁴ O Valencia Club de Fútbol é um clube de futebol da Espanha, da cidade de Valência, fundado no dia 18 de março de 1919.

⁵⁵ Disponível em: <<https://extra.globo.com/esporte/neymar-do-barcelona-pode-ser-punido-apos-confusao-com-barragan-do-valencia-19116930.html>>. Acesso em 10 de março de 2019.

⁵⁶ Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/futebol-espanhol/noticia/neymar-se-estranha-com-semedo-durante-treino-do-barcelona.ghtml>>. Acesso em 15 de junho de 2019.

enquanto Neymar Jr. fazia brincadeiras e despistava os jornalistas pelas redes sociais. Na época, um dos líderes do elenco do clube espanhol, Andrés Iniesta, disse, por exemplo, que “gostaria que a situação fosse distinta, que não se falasse tanto e exclusivamente dele... mas há uma mão única, que no caso é Ney e é uma decisão pessoal dele se pronunciar ou não”⁵⁷.

Mesmo com um contrato com o FC Barcelona válido até 30 de junho de 2021, Neymar Jr. decidiu trocar o futebol espanhol pelo futebol francês. No total, foram 105 gols marcados em 186 jogos oficiais com a camisa do FC Barcelona. Os títulos foram oito: uma Supercopa da Espanha (2014), um Mundial de Clubes (2015), uma Liga dos Campeões (2015), dois do Campeonato Espanhol (2015, 2016) e três da Copa do Rei (2015, 2016, 2017).

2.3 O rei do Parque dos Príncipes

Se o início de Neymar Jr. no Santos FC foi inusitado; no FC Barcelona, polêmico; no Paris Saint-Germain foi grandioso. O atacante brasileiro foi o escolhido para liderar o projeto de transformar o clube francês no melhor time do mundo e chegou à cidade de Paris com status de um superastro. A contratação de Neymar Jr. pelo PSG foi, na época, a mais cara da história: 222 milhões de euros (valor da multa rescisória do atacante no FC Barcelona).

O espanto da negociação não foi somente pelo valor, mas também pelo simbolismo da mudança. No auge, o craque brasileiro deixou o peso da camisa do FC Barcelona pelo desafio de brilhar em um clube sem tantas conquistas internacionais como o Paris Saint-Germain. Os objetivos de Neymar Jr. já estavam definidos nesse novo desafio: alcançar o posto de melhor jogador do mundo e levar o time francês a um novo patamar no futebol europeu.

No dia 04 de agosto de 2017, Neymar Jr. foi apresentado no estádio Parque dos Príncipes para dar início a uma nova era na carreira. A estreia oficial aconteceu em grande estilo, no dia 13 de agosto daquele ano. Neymar Jr. marcou um gol e deu uma assistência na vitória do PSG, por 3 a 0, contra o En Avant de Guingamp⁵⁸, pelo Campeonato Francês.

⁵⁷ Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/placar/o-mundo-discute-psg-ou-barca-e-neymar-brinca-nas-redes/>>. Acesso em 10 de março de 2019.

⁵⁸ O En Avant de Guingamp, também conhecido como EA Guingamp, é um clube de futebol francês fundado na cidade de Guingamp, em 1912.

Pelo bom começo no novo clube e pela atuação na primeira metade de 2017 pelo FC Barcelona, Neymar Jr. foi indicado, pela segunda vez, como um dos três finalistas para concorrer ao prêmio de Melhor Jogador do Mundo da FIFA. O brasileiro acabou ficando novamente em terceiro lugar, atrás do meio-campo argentino Lionel Messi e do grande vencedor, o atacante português Cristiano Ronaldo.

Dentro de campo e fora dele, Neymar Jr. não demorou muito também para acumular polêmicas no clube francês. Na primeira temporada em Paris, o brasileiro precisou lidar com crises de ego, atritos com rivais, com os próprios companheiros de time e até com o técnico. Os primeiros problemas surgiram nos jogos iniciais e esquentaram o clima do vestiário do Paris Saint-Germain.

Contratado com status de novo astro do clube, o brasileiro se desentendeu logo no início da primeira temporada com o atacante uruguaio Edinson Cavani, então considerado um dos principais jogadores da equipe antes da chegada de Neymar Jr., para decidir quem seria o cobrador de faltas e pênaltis do time.

A disputa entre Neymar Jr. e Cavani incomodou até a torcida do clube francês. No dia 17 de janeiro de 2018, o atacante brasileiro saiu de campo vaiado pelos torcedores por não ter deixado o uruguaio cobrar um pênalti que renderia a ele o posto de maior artilheiro da história do Paris Saint-Germain, ultrapassando o sueco Zlatan Ibrahimovic. Vaiado mesmo após ter tido uma atuação de gala, marcando quatro gols, o atacante brasileiro ficou muito irritado, negou-se a cumprimentar a torcida e se recusou a falar com a imprensa⁵⁹.

Os problemas de Neymar Jr. no PSG também ficaram evidentes na relação dele com o antigo técnico Unai Emery, que comandou o clube francês de junho de 2016 a abril de 2018. Em outubro de 2017, por exemplo, o brasileiro se desentendeu com ele por ser poupado de um treino. Contrariado, o atacante deixou o gramado irritado e chutou uma bola na parede⁶⁰.

Entre outras polêmicas de Neymar Jr. com a camisa do clube francês estão uma comemoração de gol e uma “brincadeira” com um adversário. Na primeira situação, o brasileiro foi criticado por colocar a recém-lançada chuteira da *Nike*, empresa que patrocina Neymar Jr., na cabeça durante a comemoração de um gol em partida do dia 10 de

⁵⁹ Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/futebol-frances/noticia/mesmo-com-atuacao-de-gala-neymar-e-vaiado-e-deixa-gramado-sem-saudar-torcida.ghtml>>. Acesso em 09 de junho de 2019.

⁶⁰ Disponível em: <<https://www.terra.com.br/esportes/futebol/neymar-teria-discutido-com-unai-emery-por-nao-querer-ser-poupado,8fa75df59735c53c6769381650875b0b5sz144e4.html>>. Acesso em 11 de março de 2019.

janeiro de 2018 — o gesto foi interpretado como uma propaganda exagerada, mas, segundo Neymar Jr., foi uma homenagem a um amigo⁶¹.

A segunda situação aconteceu no dia 30 de janeiro de 2018, em uma partida contra o Stade Rennais Football Club⁶². O brasileiro estendeu o braço para ajudar o defensor da equipe rival, Hamari Traoré, que estava no gramado, e fingiu que iria levantá-lo. Quando o malinês lhe deu a mão, Neymar Jr. recuou e saiu rindo. A atitude do atacante foi muito criticada pela imprensa, torcedores e outros atletas. Na época, Neymar Jr. se defendeu dizendo que o “futebol está chato” e que era “uma brincadeira”⁶³.

Além das polêmicas, a primeira temporada do atacante brasileiro no Paris Saint-Germain foi considerada um tanto quanto frustrante. Em campo, Neymar Jr. ajudou o PSG a conquistar o Campeonato Francês, a Copa da França e a Copa da Liga Francesa — títulos considerados “obrigatórios” devido a tanto investimento do clube.

Na disputa da Liga dos Campeões, competição mais desejada pelo time, o PSG acabou sendo eliminado nas oitavas de final para o Real Madrid. O atacante Neymar Jr. disputou o primeiro jogo — uma derrota por 3 a 1 —, mas ficou fora do segundo por causa de uma fissura no quinto metatarso do pé direito. A lesão do brasileiro aconteceu no dia 25 de fevereiro, no clássico contra o Olympique de Marseille⁶⁴, pelo Campeonato Francês.

No dia 3 de março de 2018, Neymar Jr. precisou passar por uma cirurgia no pé e acabou perdendo o restante da temporada. O receio era grande de que a lesão do atacante pudesse prejudicá-lo e até impedir a participação dele na Copa do Mundo da Rússia, disputada em junho de 2018. Neymar Jr., no entanto, se recuperou a tempo de atuar na competição, mas o desempenho do jogador, como veremos, acabou repercutindo de uma maneira bastante negativa.

⁶¹ Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/placar/criticado-neymar-nega-merchan-e-explica-comemoracao/>>. Acesso em 09 de junho de 2019.

⁶² O Stade Rennais Football Club, ou simplesmente Rennes, é um clube de futebol francês, sediado na cidade de Rennes e fundado em 1901.

⁶³ Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/futebol-frances/noticia/criticado-por-deixar-rival-no-vacu-neymar-se-defende-fiz-uma-brincadeira.ghtml>>. Acesso em 11 de março de 2019.

⁶⁴ O Olympique de Marseille é um clube de futebol francês fundado na cidade de Marselha no dia 31 de agosto de 1899. O time é considerado o clube mais bem-sucedido da França, sendo o único detentor de um título da Liga dos Campeões da UEFA, além de nove Campeonatos Franceses e dez Copas da França.

2.4 O novo 10 da Seleção Brasileira

A trajetória de Neymar Jr. com a camisa do Brasil começou muito antes da estreia propriamente dita na Seleção principal. Antes disso, o atacante já havia despontado nas categorias de base vestindo a camisa verde e amarela. Em 2009, por exemplo, Neymar Jr. disputou o Mundial Sub-17, mas a equipe teve uma das piores campanhas já feitas pelo Brasil em competições da FIFA na história, com uma eliminação ainda na fase de grupos.

Já em 2011, Neymar Jr. foi campeão do Sul-Americano Sub-20, com direito a uma goleada por 6 a 0 na final contra o Uruguai. Artilheiro da competição, com nove gols, o jovem atacante encantou a imprensa e torcedores ao conduzir a Seleção ao título da competição e ainda garantir uma classificação ao torneio de futebol dos Jogos Olímpicos⁶⁵ de 2012, disputado na cidade de Londres.

Antes da conquista do Sul-Americano Sub-20, Neymar Jr. já havia sido cogitado para integrar a lista de atletas da Seleção principal que disputariam a Copa do Mundo de 2010, na África do Sul. No entanto, os problemas de comportamento no Santos FC e a pouca experiência em campo acabaram sendo motivos para o jogador não ter sido convocado pelo então técnico Dunga.

Após o fracasso da Seleção naquela Copa, eliminada pela Holanda nas quartas de final, Neymar Jr. começou a ser tratado como um dos pilares da prometida renovação do elenco. Presente na lista da convocação do dia 26 de julho de 2010, a primeira depois do torneio, o atacante estreou com a camisa verde e amarela no dia 10 de agosto daquele ano, em um amistoso contra os Estados Unidos. Na ocasião, Neymar Jr. marcou o primeiro gol do Brasil na vitória por 2 a 0.

Com as convocações da Seleção Brasileira, o atacante ganhou mais notoriedade no cenário internacional e começou a ser visto por torcedores de muitos outros países. Desta forma, Neymar Jr. se tornou o atleta mais observado e visado nos jogos do Brasil, pelas atuações em campo e também pelo seu comportamento. A fama de “cai-cai” atribuída ao jogador, por exemplo, começou a ganhar repercussão mundial muito em função de partidas da Seleção em outros países.

O primeiro caso marcante foi em um amistoso contra a Escócia, disputado em Londres, em 2011. Com apenas 19 anos, Neymar Jr. foi vaiado mesmo após marcar dois

⁶⁵ Os Jogos Olímpicos são um evento multiesportivo global com modalidades de verão e de inverno. Atualmente, os Jogos são realizados a cada dois anos, alternando os Jogos Olímpicos de Verão e de Inverno.

gols, por ter se jogado na área pedindo um pênalti e por ter simulado sentir dor em outros lances da partida⁶⁶. Desde então, a fama de “cai-cai” é um tema recorrente na Inglaterra em todas as aparições do atacante atuando no país europeu.

Nesse mesmo ano, em 2011, além do já citado título do Sul-Americano Sub-20, Neymar Jr. ainda foi campeão do Superclássico das Américas com a Seleção Brasileira principal. Mas, o primeiro grande teste do jogador, que já era considerado como um dos principais craques da equipe, aconteceu na disputa da Copa América⁶⁷ daquele ano. No entanto, a campanha brasileira foi considerada decepcionante, com uma eliminação para o Paraguai, na disputa por pênaltis, nas quartas de final.

Depois da participação nessa edição da Copa América, o atacante foi a estrela da Seleção Brasileira que disputou os Jogos Olímpicos de Londres, em 2012. O Brasil chegou à final do torneio, mas acabou perdendo o ouro, que seria inédito, para a Seleção do México.

No ano seguinte, em 2013, foi a vez de disputar a Copa das Confederações⁶⁸ e a expectativa era grande, já que esse era o principal torneio preparatório para a Copa do Mundo de 2014, que seria sediada no Brasil. Desta vez, o atacante Neymar Jr. não decepcionou. Com quatro gols, o jogador foi o vice-artilheiro da competição e comandou a Seleção até o título do torneio, em uma final disputada no Estádio Maracanã⁶⁹.

Naquele momento, Neymar Jr. já era considerado o principal jogador do Brasil e um dos melhores do mundo. Por isso, a confiança era grande por uma boa atuação do craque na Copa do Mundo de 2014. O atacante conseguiu ser decisivo até as quartas de final, quando precisou se ausentar da disputa depois de ter recebido uma joelhada do colombiano Zuñiga e ter sofrido uma fratura na coluna.

Sem o seu destaque em campo, o Brasil foi massacrado na semifinal pela Seleção da Alemanha, com uma derrota por 7 a 1 — considerada uma das mais trágicas do futebol brasileiro. Na disputa pelo terceiro lugar, a Seleção foi derrotada por 3 a 0 pela Holanda.

⁶⁶ Disponível em: <<https://esporte.ig.com.br/futebol/neymar-cala-vaia-escocesa-e-selecao-brasileira-vence-em-londres/n1300006889012.html>>. Acesso em 16 de março de 2019.

⁶⁷ A Copa América é a principal competição entre seleções de futebol dos países representados pela CONMEBOL.

⁶⁸ A Copa das Confederações é um torneio de futebol organizado pela FIFA entre seleções nacionais a cada quatro anos. Os participantes são os seis campeões continentais mais o país-sede e o campeão mundial, perfazendo um total de oito países.

⁶⁹ O Estádio Jornalista Mário Filho, mais conhecido como Maracanã, é um estádio de futebol localizado na cidade do Rio de Janeiro. O estádio foi palco de grandes momentos do futebol brasileiro e mundial, chegando a ser conhecido como um "templo do futebol".

Mesmo fora das últimas duas partidas, Neymar Jr. marcou quatro gols na competição e recebeu o prêmio de chuteira de bronze pelo terceiro lugar da artilharia do Mundial.

Após a frustrante participação na Copa, a volta por cima do jogador defendendo o Brasil poderia ter acontecido em 2015, com a disputa da Copa América daquele ano. No entanto, Neymar Jr. foi bastante criticado pela imprensa e pelos torcedores por ter sido expulso após agredir um adversário depois do jogo contra a Colômbia, ainda na fase de grupos do torneio⁷⁰. A repercussão negativa foi ainda maior porque a Seleção não estava em um bom momento. Na partida seguinte, sem o craque em campo, o Brasil foi eliminado pelo Paraguai na disputa por pênaltis.

Na Copa América do ano seguinte, em 2016, Neymar Jr. não foi convocado para ser poupado para a disputa dos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro. Mas, mesmo assim, o atacante não conseguiu evitar mais uma polêmica. Depois da eliminação do Brasil diante do Peru, ainda na primeira fase, Neymar Jr. fez um post nas redes sociais em uma tentativa de apoio aos companheiros: “Agora vai aparecer um monte de babaca pra (sic) falar m..., f...-se. Faz parte, futebol é isso. Sou brasileiro e estou fechado com vocês”⁷¹ (ver Figura 3). A publicação, no entanto, foi muito criticada pela opinião pública. Dias depois, Neymar Jr. fez um novo *post* pedindo desculpas e admitindo que havia se excedido⁷².

Figura 3: Post no Instagram⁷³



Fonte: Instagram⁷⁴.

⁷⁰ Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2015/06/apos-apito-final-neymar-e-expulso-e-pode-pegar-dois-jogos-de-suspensao.html>>. Acesso em 09 de junho de 2019.

⁷¹ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BGIODIpxtox/?taken-by=neymarjr>>. Acesso em 12 de abril de 2019.

⁷² Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BGpROy1RtrI/>>. Acesso em 09 de junho de 2019.

⁷³ Instagram é uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários.

Poupado para a disputa dos Jogos Olímpicos, o atacante brasileiro também não passou em branco nas manchetes dos jornais durante o megaevento esportivo. No início da campanha da Seleção, Neymar Jr. declarou uma “guerra à imprensa” e se negou a dar entrevistas, por causa das críticas contundentes que estavam sendo feitas sobre as atuações brasileiras.

A decisão do atacante foi acompanhada por outros jogadores e rendeu ainda mais rejeição pública, inclusive do narrador Galvão Bueno, da TV Globo, que expôs a sua opinião depois do empate por 0 a 0 contra o Iraque na segunda partida da Seleção no torneio: “As milhões de pessoas que estão em casa têm direito, sim, de ouvir. O seu ídolo, o seu jogador, aquele que joga com a camisa da Seleção Brasileira. É feio, muito feio, não é profissional, não é ético e não é correto, sair de campo e se negar a falar”⁷⁴.

Apesar dos problemas no início da competição, Neymar Jr. acabou sendo fundamental para o título da Seleção, o primeiro ouro olímpico da história do futebol brasileiro. No entanto, mais polêmicas aconteceram depois da vitória. Em entrevista à TV Globo, Neymar Jr. usou uma expressão muito conhecida no futebol brasileiro: “vão ter que me engolir”⁷⁵ — expressão usada pelo técnico Zagallo após o título da Copa América em 1997.

Além disso, o atacante discutiu com torcedores brasileiros que estavam na arquibancada depois de já ter recebido a medalha de ouro. Um vídeo da confusão foi divulgado e acabou sendo muito compartilhado nas redes sociais⁷⁶. Assim, mesmo com o inédito título da competição, a participação de Neymar Jr. na Olimpíada ficou arranhada por esses problemas com a imprensa e torcedores.

Por outro lado, o atacante manteve seu status de principal estrela do Brasil e ganhou ainda mais notoriedade com a chegada de Tite para o comando da Seleção, em junho de 2016. A partir desse momento, Neymar Jr. se tornou o líder do time nas Eliminatórias para a Copa do Mundo de 2018 e ficou ainda mais pressionado para a disputa da competição na Rússia. Em campo, no entanto, o atacante não conseguiu confirmar as expectativas. O que não faltaram foram críticas pelo seu desempenho e postura durante o Mundial.

⁷⁴ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BGIODIpxtox/?taken-by=neymarjr>>. Acesso em 12 de abril de 2019.

⁷⁵ Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/blog/pop/galvao-se-revolta-com-silencio-de-selecao-apos-empate-faz-discurso-e-vira-meme/>>. Acesso em 16 de março de 2019.

⁷⁶ Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/futebol/noticia/2016/08/vao-ter-que-me-engolir-diz-neymar-apos-conquista-do-ouro.html>>. Acesso em 16 de março de 2019.

⁷⁷ Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/blogs/especial-blog/brasil-mundial-fc/post/neymar-discute-com-torcedor-no-maracana-apos-brasil-ganhar-o-ouro.html>>. Acesso em 16 de março de 2019.

3. DE JOVEM PROMESSA À FAMA DE GAROTO PROBLEMA

Como o propósito deste trabalho é entender e analisar a crise de imagem de Neymar Jr. que aconteceu durante a Copa do Mundo de 2018, acreditamos que é de suma importância abordar a construção de imagem do jogador no início de sua carreira. Desta forma, é importante ressaltar que o status de craque em campo e de celebridade fora dele foi determinante para o agravamento da crise que o jogador sofreu durante a disputa do evento mais importante do futebol mundial. Como veremos no terceiro capítulo, uma boa reputação construída antes de uma crise é um fator fundamental para evitar e minimizar as consequências.

Como ponto de partida para abordar essa construção de imagem feita pela mídia brasileira, utilizamos a dissertação de mestrado de Luís Henrique Mendonça Ferraz sobre a representação de Neymar Jr. em capas de revistas nacionais, no trabalho acadêmico “O craque, sex symbol e o homem de sucesso: a construção da imagem de Neymar no mercado brasileiro de revistas (2010/2011/2012)”, defendido em 2014, na Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”.

Em sua pesquisa, Ferraz analisou como as revistas nacionais construíram o status de Neymar Jr. como celebridade nacional, tendo como base três categorias: a de ídolo esportivo, a de símbolo sexual, e a do homem de sucesso. Inicialmente, faremos uma abordagem mais teórica do tema e, posteriormente, faremos uma análise mais específica de algumas destas revistas — as que se mostraram mais representativas para a construção de imagem de Neymar Jr. como jogador de futebol, fazendo um recorte mais adequado ao tema desta monografia.

3.1 A construção da imagem da celebridade Neymar Jr.

Segundo levantamento feito por Luís Henrique Mendonça Ferraz, Neymar Jr. foi capa de 22 revistas nacionais entre os anos de 2010 e 2012 — cinco em 2010, nove em 2011, e oito em 2012. Um número considerado surpreendente levando em conta os diferentes tipos de segmentos jornalísticos envolvidos: revistas esportivas, masculinas, femininas e de variedades. Desta forma, Ferraz acredita que é possível avaliar a ascensão de Neymar Jr. como meteórica, ao dizer que

[...] em pouco mais de três anos, a exacerbada exposição midiática de um jovem e promissor jogador de futebol brasileiro consegue fazer com que ele seja reverenciado como um potente ícone e celebridade nacional (FERRAZ, 2014, p.22).

Em 2010, segundo ano de Neymar Jr. como profissional, o jogador estreou cinco capas de revistas. O conteúdo abordava, em grande parte, o status já adquirido de estrela promissora do futebol, restringindo-se a questões relacionadas à carreira dele e ao futebol. Nos anos seguintes, no entanto, a figura de Neymar Jr. e a vida dele fora de campo começaram a ser incorporadas por outros segmentos da mídia. Assim, o sucesso instantâneo nos gramados fez com que a imagem dele extrapolasse o âmbito esportivo, transformando-o em uma estrela do entretenimento nacional.

Neste aspecto, podemos perceber que o sucesso dele foi tão grande que muitos nichos/conteúdos/produtos midiáticos sentiram-se na necessidade de pautá-lo como uma nova celebridade. Segundo Rüdiger (2008), as celebridades são objetos de popularidade construídos basicamente em termos mercadológicos pela indústria cultural e oferecidos em espetáculo. O sociólogo Edgar Morin (1989) também trata dessa transformação das estrelas em mercadoria quando diz que

A vida privada-pública das estrelas tem sempre eficácia comercial, ou seja, publicitária. Além disso, a estrela não é apenas sujeito, mas também objeto de publicidade [...] A estrela é uma mercadoria total: não há um centímetro de seu corpo, uma fibra de sua alma ou uma recordação de sua vida que não possa ser lançada no mercado. Esta mercadoria total tem outras qualidades: é a mercadoria-símbolo de um grande capitalismo. Os enormes investimentos, as técnicas industriais de racionalização e uniformização do sistema transformam efetivamente a estrela numa mercadoria de consumo das massas (MORIN, 1989, p.75).

Desta forma, diante de tamanha exposição e reconhecimento do público, Neymar Jr. se tornou o garoto-propaganda de diversas campanhas publicitárias e passou a ser patrocinado por inúmeras marcas que buscavam, através de seu status, agregar ainda mais valor aos seus produtos. Com tanto destaque, a figura de Neymar Jr. se tornou cada vez mais frequente no nosso cotidiano.

De fato, acompanhamos a vida do jogador mesmo sem querer, podemos encontrá-lo nas ruas a cada corte de cabelo, nas músicas que viram sucesso na comemoração de cada gol, nas capas de revistas, nos programas esportivos, nos comerciais de televisão, nas revistas semanais

e na internet. É praticamente impossível não nos depararmos com a imagem de Neymar no nosso dia-a-dia. (FERRAZ & MARQUES, 2012, p.14).

De acordo com Douglas Kellner, no livro *A Cultura da Mídia* (2004), essa construção das celebridades é feita essencialmente pela mídia, atendendo aos interesses dela e também aos anseios dos consumidores.

A celebridade também é produzida e manipulada pelo mundo do espetáculo [...] Para alguém se tornar uma celebridade é preciso ser reconhecida como uma estrela no campo do espetáculo, seja no esporte, no entretenimento, ou na política (KELLNER, 2004, p.6).

Neste cenário, é importante ressaltar que essa “eleição” de um novo craque/celebridade do esporte foi, de certa forma, imposta ao público para consumo. Assim, é possível dizer que, por mais que exista uma forte cultura nacional de valorização do futebol, Neymar Jr. não teria se tornado uma celebridade sem uma produção espetacularizada de sua carreira por parte da mídia.

Segundo Ferraz, “a ‘construção’ sistêmica de Neymar como celebridade é ‘consolidada’ por meio de uma produção midiática, que alia tanto os interesses das empresas de comunicação quanto os desejos do público consumidor” (2014, p.28).

Partindo desse pressuposto, a construção e divulgação da imagem de Neymar Jr. atenderia também a uma necessidade da mídia de eleger um novo craque do futebol brasileiro — na época da ascensão do atacante, a Seleção passava por um processo de renovação, com uma geração de estrelas que já estavam caminhando para o fim da carreira, como Ronaldinho Gaúcho, Robinho, Kaká e Ronaldo Fenômeno.

[...] entendemos que Neymar só foi capa das publicações nacionais porque é o principal jogador brasileiro na atualidade (da modalidade esportiva e toda sua historicidade como paixão nacional) e também por responder o papel de celebridade (do contexto contemporâneo, do culto da plateia a grandes personalidades midiáticas; dos personagens que se tornam – ou podem se tornar – normas de conduta e de moralidade para outrem) (FERRAZ, 2014, p.122).

Assim, torna-se notável também perceber que a figura de Neymar Jr. transcendeu públicos, gêneros jornalísticos, faixas etárias e classes sociais. A celebração midiática do jogador ficou voltada, então, para uma satisfação integral dos consumidores: das crianças que copiavam o seu estilo e penteado; das mulheres e meninas que admiravam sua beleza; até os adultos e adolescentes que o enxergavam como um modelo de sucesso.

O fenômeno midiático Neymar, intitulado pelos veículos de comunicação brasileiros como “Neymarmania”, revela em essência, a associação e a veneração de um personagem pertencente à esfera futebolística que foi “transformado” em celebridade por outros tantos e múltiplos conteúdos e programas da mídia do país. Dentre os vários elementos que possibilitam a projeção midiática de Neymar, um detalhe nos chama a atenção: a instantaneidade/intensidade com que o jogador/celebridade foi projetado pela mídia — dada a crescente reverberação do protagonista nos meios de comunicações brasileiros (FERRAZ, 2014, p.22).

É importante também perceber que, nesse processo de construção de imagem, a mídia procura priorizar particularidades e aspectos da vida do jogador que ela julga ser mais cativante e interessante. Por outro lado, determinadas características negativas são deixadas de lado. No caso de Neymar Jr., isso se torna bastante perceptível.

Em relação às capas de revistas, por exemplo, das 22 publicações de 2010 a 2012, apenas a edição da ESPN de outubro de 2010 apresenta uma abordagem mais crítica em relação ao comportamento do jogador (conforme análise em 3.2.2). Desta forma, podemos dizer que o protagonismo adquirido por Neymar Jr. faz parte de um agendamento midiático que busca, constantemente, ressaltar uma imagem positiva do craque.

No que se refere à operação da mídia na busca por celebridades, entendemos que o personagem Neymar acaba por cumprir determinada demanda por ter uma desenvoltura confluyente aos ímpetus e critérios pré-estabelecidos pelo espetáculo midiático. Logo, acreditamos que a distinção conferida à atuação de Neymar como celebridade é o diálogo entre dois setores que integram o cotidiano brasileiro: o futebol e a mídia (FERRAZ, 2014, p.30).

Ainda tratando dessa questão das escolhas feitas pela mídia, uma das estratégias utilizadas é o favorecimento de narrativas que fazem o protagonista ser retratado como uma pessoa comum, humanizando a celebridade e permitindo que o público se reconheça nela. Neste aspecto, sua vida íntima e todos os seus feitos se tornam uma notícia. No caso de Neymar Jr., a infância pobre de um menino afrodescendente que conquistou o sonho de ser um jogador de futebol acaba sendo ressaltada.

Além disso, a imagem pública dele se assemelha a características próprias do imaginário do povo brasileiro, como a alegria, jovialidade, e a ginga. Neymar Jr. se torna, então, um autêntico brasileiro, um ídolo com uma personalidade inovadora e com um estilo diferenciado, que cria tendências e que propõe uma reflexão de uma nova maneira de se comportar socialmente.

Os jogadores mais positivamente valorizados, os “super-craques”, geralmente são pessoas oriundas de grupos sociais de baixo nível de renda e localizados nos setores inferiores da hierarquia social, caracteristicamente distantes da glória, do poder e do dinheiro [...] Tudo isso faz com que a identificação da grande maioria da plateia e, especificamente, dos setores sociais desta plateia que fornecem a maioria dos jogadores – com a história individual dos atletas – seja extremamente fácil de ser atingida, corroborando-se dos mitos que a cercam (NEVES apud FERRAZ, 2014, p.33).

Outro aspecto interessante para ser ressaltado é que o crescimento do marketing e da publicidade no âmbito esportivo colaboraram intensamente para que alguns atletas ocupassem esse status de celebridade. Neste aspecto, o astro Neymar Jr. atende aos principais critérios exigidos, como o reconhecimento do mercado e dos consumidores, uma rápida ascensão na carreira, uma personalidade cativante, e também uma grande repercussão midiática.

Além disso, Neymar Jr. se diferencia de outros atletas por conseguir se promover muito bem utilizando suas redes sociais, que estão entre as mais acompanhadas do mundo, sobretudo por publicar algumas cenas de sua vida particular. De acordo com reportagem do Estadão, publicada em 15 de outubro de 2017, Neymar Jr. havia se tornado a celebridade brasileira mais seguida nas três principais redes sociais da Internet: Instagram, Facebook⁷⁸ e Twitter — com mais de 175 milhões de fãs somados⁷⁹.

Especificamente em relação ao Instagram, o jogador acumulava, na época, mais de 82 milhões de seguidores, número sete vezes e meio maior do que a soma de todos os clubes que disputaram a primeira divisão do Campeonato Brasileiro em 2017. O atacante Neymar Jr. também foi o esportista com os *stories* (fotos e vídeos curtos que desaparecem depois de 24 horas) mais vistos da rede social, à frente de nomes como o boxeador Floyd Mayweather, o ex-jogador de futebol David Beckham, e até mesmo da conta oficial da Liga dos Campeões⁸⁰.

Atualmente, os números de Neymar Jr. nas redes sociais são ainda mais expressivos. No Instagram, o craque acumula mais de 120 milhões de seguidores⁸¹, no

⁷⁸ O Facebook é uma rede social lançada em 2004 e fundada por Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz e Chris Hughes, estudantes da Universidade de Harvard.

⁷⁹ Disponível em: <<https://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,neymar-craque-em-campo-e-nas-redes-sociais,70002045026>>. Acesso em 29 de abril de 2019.

⁸⁰ Disponível em: <<https://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,neymar-craque-em-campo-e-nas-redes-sociais,70002045026>>. Acesso em 29 de abril de 2019.

⁸¹ Disponível em: <<https://www.instagram.com/neymarjr/?hl=pt-br>>. Acesso em 09 de junho de 2019.

Facebook são mais de 60 milhões⁸², e no Twitter são cerca de 43,5 milhões⁸³ — somando, os números chegam a cerca de 223,5 milhões de seguidores.

Desta forma, podemos dizer que Neymar Jr. se tornou um ótimo exemplo de um produto da sociedade da autopromoção (THOMPSON, 2008), onde as celebridades usam os meios de comunicação para se promoverem e tudo pode se tornar notícia. Neste cenário, a mídia acaba atuando como uma grande plataforma publicitária, que apenas dá ainda mais visibilidade para os astros.

Neste momento, acreditamos que seja importante fazer uma pequena explicação e conceituação da diferença entre imagem e reputação, temas que também serão tratados no próximo capítulo. Segundo Elizabeth Brandão,

[...] imagem significa a construção de um conceito, por parte dos públicos, a respeito de uma corporação; um processo que será influenciado pelas percepções, valores, sensações e o julgamento desse público a respeito das atitudes, posicionamentos, modo de fazer negócios, produtos e serviços de uma empresa (BRANDÃO, 2018, p.17).

Desta forma, a imagem seria um resultado de percepções, um valor intangível, um grande patrimônio. Já o significado do termo “reputação” se distingue porque “ele é formado por juízos de caráter lógico e alicerçado em argumentos e opiniões e até mesmo em convicções e crenças consolidadas” (BRANDÃO, 2018, p.175). Neste caso, o fator tempo é fundamental.

De toda forma, Elizabeth Brandão ressalta “a importância de se considerar a comunicação como uma função estratégica [...], responsável pela construção da imagem em seus públicos, na opinião pública e nos formadores de opinião” (BRANDÃO, 2018, p.172). Neste aspecto, como vimos ao longo deste capítulo, a mídia foi uma peça determinante para a veiculação e construção de imagem do jogador de futebol Neymar Jr.

Assim, para finalizar essa discussão, acreditamos que seja interessante fazer uma distinção entre três conceitos intrínsecos a este tema: celebridade, fama e herói. De acordo com Daniel Boorstin, as celebridades são conhecidas simplesmente por serem conhecidas (BOORSTIN, 1992, p.57), sendo, então, um fruto da cultura do entretenimento. Neste aspecto, ser uma celebridade seria uma questão de ascensão social e também de diferenciação na sociedade. Já o famoso seria alguém dotado de alguma qualidade ou função especial em relação à sociedade.

⁸² Disponível em: <<https://www.facebook.com/neymarjr/>> Acesso em 09 de junho de 2019.

⁸³ Disponível em: <<https://twitter.com/neymarjr>>. Acesso em 09 de junho de 2019.

Partindo deste pressuposto, o objeto de desejo das celebridades seria justamente a fama, que “independe de qualquer mérito pessoal, pelo menos no sentido clássico desta palavra, referente a ações ou realizações que deixam alguma marca social” (PAIVA & SODRÉ, 2004, p.137). Por último, os heróis se distinguem por serem criados por eles mesmos e por serem inesquecíveis por natureza.

Nós podemos fabricar a fama, podemos à vontade (embora geralmente a um custo considerável) tornar uma mulher bem conhecida; mas nunca podemos fazer um herói. Em um sentido quase esquecido, todos os heróis são feitos por si mesmos (BOORSTIN, 1992, p.48).

Assim, apesar de comumente serem usados como sinônimos, é importante perceber que existe uma diferença em relação aos conceitos de “celebridade” e “famoso”: uma celebridade é uma personalidade portadora de fama. No entanto, nem todo famoso é uma celebridade. Enquanto isso, um herói se destaca pela “imortalidade”, a partir de seus feitos e legados deixados à sociedade.

Em relação a Neymar Jr., podemos concluir, então, que o jogador se tornou famoso por ser conhecido pela sua carreira; um herói nacional, pelos seus feitos e conquistas; e também foi transformado em uma celebridade devido à grande exposição de sua vida pessoal na mídia.

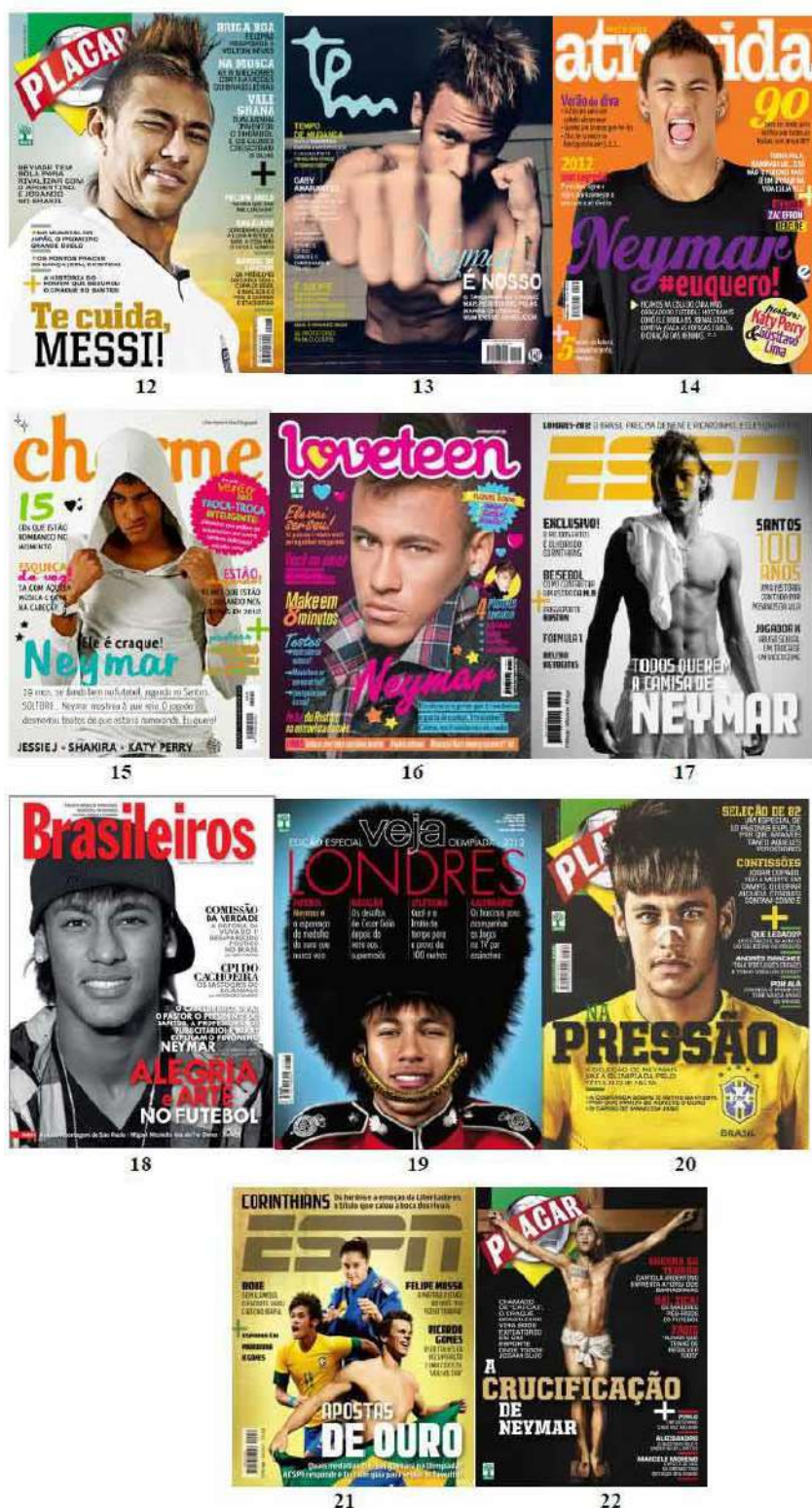
3.2 A representação de Neymar Jr. em algumas capas de revistas nacionais

Figura 4: Neymar Jr. em capas de revistas entre 2010 e 2012



Fonte: (FERRAZ, 2014, p.55)

Figura 5: Neymar Jr. em capas de revistas entre 2010 e 2012



Fonte: (FERRAZ, 2014, p.56).

3.2.1 Especial 40 anos da revista Placar

Figura 6: Capa da revista Placar de abril de 2010



Fonte: (FERRAZ, 2014, p.71).

A primeira revista que trouxe Neymar Jr. em sua capa foi a edição de abril de 2010 da Placar, principal publicação do segmento esportivo da época. A escolha dessa revista foi feita justamente por ser a primeira representação do jovem jogador em uma publicação impressa de grande circulação nacional. Desta forma, podemos analisar e perceber como a imagem do atacante começou a ser veiculada em seu início de carreira.

Como é possível perceber pela imagem da capa (ver Figura 6), Neymar Jr. foi colocado lado a lado de ninguém menos do que Pelé, ambos com a camisa do Santos FC, em um exemplar especial e comemorativo de 40 anos de circulação da revista.

Em primeiro lugar, é importante ressaltar que a figura de Pelé é extremamente importante e representativa para a Placar e também para o futebol brasileiro — a primeira edição da revista, publicada em 20 de março de 1970, também foi estrelada por Pelé, que na época já era bicampeão da Copa do Mundo (1958, 1962).

Desta forma, ao colocar os dois jogadores lado a lado, a edição da revista buscou fazer um paralelo entre as estrelas de diferentes gerações, como citado na revista, um “encontro real”: enquanto Pelé era “o rei”, Neymar Jr. era “o candidato à majestade”⁸⁴.

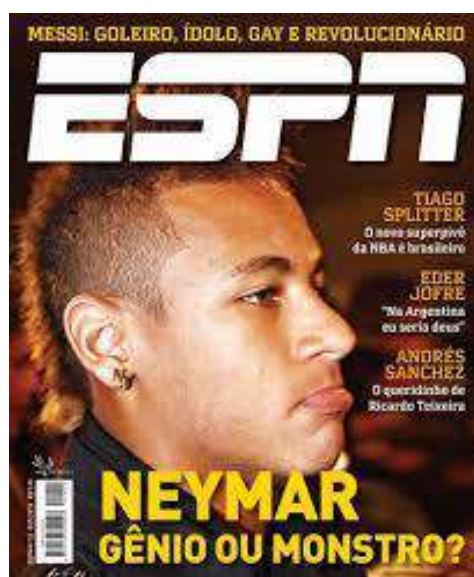
⁸⁴ Disponível em: <https://issuu.com/placar/docs/placar_abril2010>. Acesso em 07 de junho de 2019.

Assim, apesar da comparação ser bastante distante da realidade, principalmente levando em conta que era o início da carreira de Neymar Jr., a impressão deixada é que a publicação demonstrava certa confiança no potencial do jovem atacante para ser um novo craque do futebol brasileiro.

Neste aspecto, é interessante notar também que as primeiras publicações sobre Neymar Jr. ainda tratavam o atacante como uma promessa e não como um jogador já consagrado. Além disso, o conteúdo ainda se mantinha restrito aos temas ligados ao futebol. Basicamente, Neymar Jr. era retratado por ter se destacado pelos inúmeros gols, dribles desconcertantes e pela personalidade distinta.

3.2.2 Neymar: Gênio ou Monstro?

Figura 7: Capa da revista ESPN de outubro de 2010



Fonte: (FERRAZ, 2014, p.83).

Ainda tratando de publicações que estamparam Neymar Jr. como destaque no início da carreira, a edição de outubro de 2010 da revista ESPN foi a única que se propôs a fazer uma abordagem mais crítica em relação ao comportamento do jogador.

Ao invés de apenas enaltecer suas qualidades, a revista buscou analisar algumas atitudes controversas dele: seria Neymar Jr. um gênio ou um monstro? Esse questionamento surgiu logo depois de uma declaração de René Simões, então técnico do

Atlético Goianiense, dizendo que estavam “criando um monstro no futebol brasileiro”⁸⁵. Como explicitado no primeiro capítulo, a polêmica surgiu depois de um jogo do Santos FC contra o Atlético Goianiense, no dia 15 de setembro de 2010.

Desta forma, a revista ESPN decidiu abordar o processo de formação esportiva e pessoal do jogador, expondo o comportamento dele em relação aos árbitros, companheiros de clube, adversários e treinadores. Outra polêmica que foi utilizada na discussão proposta pela revista foi a que aconteceu na partida contra o Avaí FC naquele mesmo ano — também explicitada no primeiro capítulo. Na ocasião, Neymar Jr. teria esnobado os adversários dizendo que “era milionário e que podia tudo”⁸⁶.

Assim, apesar de minimizadas em algumas situações, podemos perceber que as polêmicas protagonizadas por Neymar Jr. foram uma pauta dos veículos de comunicação do país desde os primeiros passos do jogador no mundo do futebol.

3.2.3 Os 100 brasileiros mais influentes em 2010

Figura 8: Capa da revista Época de dezembro de 2010



Fonte: (FERRAZ, 2014, p.109).

⁸⁵ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=su6LrnW3cAc>>. Acesso em 21 de fevereiro de 2019.

⁸⁶ Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/brasileirao-serie-a/noticia/2010/09/antonio-lobes-o-neymar-empurrou-deu-soco-e-cotovelada.html>>. Acesso em 21 de fevereiro de 2019.

A edição de dezembro de 2010 da revista *Época* foi escolhida para entrar neste trabalho por evidenciar que Neymar Jr. foi considerado um dos brasileiros mais influentes daquele ano, fato mais notável ainda por ter sido apenas o segundo ano dele como um jogador profissional de futebol.

Por aparecer ao lado de renomadas figuras da sociedade brasileira, como a ex-presidente Dilma Rousseff, o cineasta José Padilha e o empresário Eike Batista, é possível considerar que a revista creditou ao atacante um status de celebridade nacional pelo seu talento e notabilidade.

Neste cenário, o ano de 2010 pode ser visto como fundamental para a ascensão de Neymar Jr. como uma estrela do futebol brasileiro e também como uma celebridade midiática. O jogador deixou de ser apenas uma aposta para se tornar uma realidade, extrapolando o nicho do futebol e se tornando uma figura reconhecida do entretenimento nacional.

3.2.4 Rei?

Figura 9: Capa da revista Placar de julho de 2011



Fonte: (FERRAZ, 2014, p.77).

Como é possível perceber pela capa da edição de julho de 2011 da revista *Placar* (ver Figura 9), Neymar Jr., em seu segundo ano vestindo a camisa da Seleção, já era representado como o grande nome do time brasileiro. Às vésperas da disputa da Copa

América, principal competição entre nações da América do Sul, o jovem atacante de 19 anos estava sendo cotado para ser o novo “Rei” da Seleção — mais uma vez a comparação com o “Rei” Pelé se fez presente.

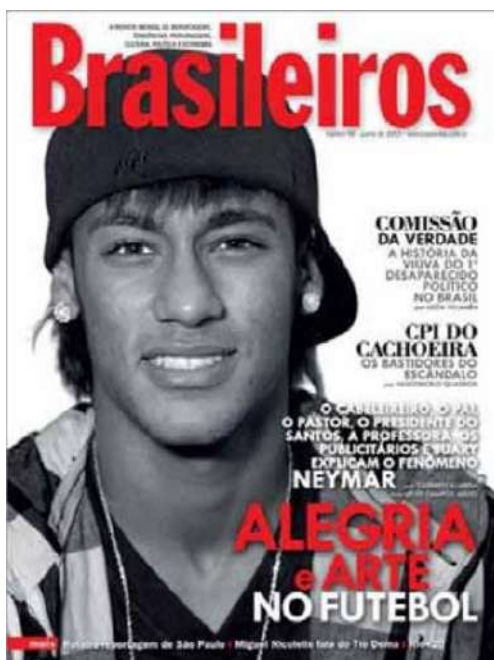
Um potencial título da Copa América na Argentina, país-sede do torneio, seria o rito de passagem para Neymar Jr. como novo rei, sucedendo ao trono de Ronaldo Fenômeno, que havia se aposentado do futebol no início daquele ano, como sugere na linha-fina.

Apesar da expectativa pelo troféu, a campanha da Seleção Brasileira foi considerada bastante decepcionante. O time comandado pelo então técnico Mano Menezes foi eliminado na disputa por pênaltis, nas quartas de final, pelo Paraguai.

Neste caso, a discussão proposta por essa edição da revista Placar corrobora o pressuposto abordado no início deste capítulo de que a construção e divulgação da imagem de Neymar Jr. também atenderia à necessidade da mídia de eleger um novo craque para a Seleção Brasileira.

3.2.5 Alegria e arte no futebol — o fenômeno Neymar

Figura 10: Capa da revista Brasileiros de junho de 2012



Fonte: (FERRAZ, 2014, p.116).

A edição da revista de variedades *Brasileiros*, publicada em junho de 2012, buscou entender como aconteceu o surgimento do “fenômeno Neymar”. Para isto, a publicação entrevistou personagens da vida do jogador que poderiam explicar quem era Neymar Jr. e o que ele representava. Entre os escolhidos para falar sobre a jovem estrela estavam o pai do jogador, o cabeleireiro, o pastor, a professora, o presidente do Santos FC na época, publicitários e o ex-jogador Juary — cada um com uma função representativa na tentativa de criar uma narrativa para a trajetória de sucesso do astro.

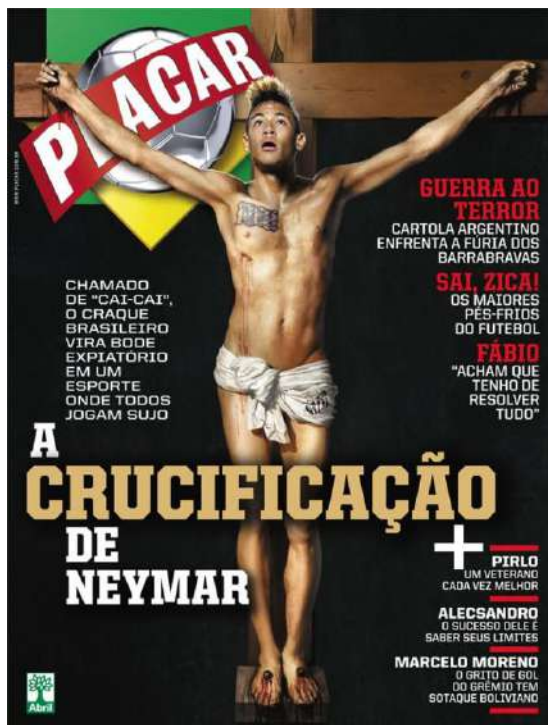
As funções profissionais do cabeleireiro, do pastor, da professora e o “cargo” de pai dão amostras sobre a vida do jogador formada por importantes instituições mediadoras. [...] Com isso, a publicação sugeriria (por meio das considerações de tais indivíduos) como e por que Neymar pode ser considerado um exemplo positivo para a sociedade, um “fenômeno” como pessoa [...] No âmbito esportivo, os personagens que explicariam o surgir de um novo craque do futebol brasileiro seriam o presidente do Santos e o ex-jogador do Santos FC Juary, pessoas ligadas ao mundo futebolístico que concederiam suas opiniões de como e por que Neymar poderia ser considerado um “fenômeno esportivo”. Os responsáveis que esclareceriam os reais motivos que tornaram Neymar uma estrela midiática seriam os publicitários. Deles se desenvolveria a ideia do “fenômeno como celebridade” — do garoto-propaganda e das participações em outros conteúdos e produções (produtos) da mídia. (FERRAZ, 2014, p.118).

Assim, essa revista foi uma das escolhidas por representar que, a partir de certo momento, como explicitado na parte inicial deste capítulo, a vida fora de campo de Neymar Jr. começou a ser incorporada e tratada por diferentes nichos midiáticos, que buscaram priorizar particularidades e aspectos mais cativantes e interessantes da vida do jogador.

Neste cenário, Neymar Jr. não teria se tornado uma celebridade sem essa produção espetacularizada de sua carreira por parte da mídia. Além disso, como revela o título “alegria e arte no futebol”, a representação da imagem pública de Neymar Jr. esteve relacionada às características de alegria, jovialidade e ginga — próprias do imaginário brasileiro, como também foi tratado no início deste capítulo.

3.2.6 A crucificação de Neymar Jr.

Figura 11: Capa da revista Placar de outubro de 2012



Fonte: (FERRAZ, 2014, p.97).

A edição de outubro de 2012 da revista Placar se mostra como uma das mais interessantes para abordarmos a discussão deste trabalho acadêmico. Sob o título de “A crucificação de Neymar”, a publicação se propôs a analisar e entender a fama de “cai-cai” do jogador, que já estava ganhando notoriedade internacional.

De acordo com a reportagem, Neymar Jr. estaria sendo injustamente crucificado pela mídia e pelos torcedores devido ao seu comportamento em campo. O gancho para essa discussão foi a atuação do atacante na partida do Santos FC contra o Grêmio Foot-Ball Porto Alegre⁸⁷, no dia 30 de setembro de 2012. Na partida em questão, ele foi expulso após agredir o lateral Pará, do Grêmio. A reação explosiva e desproporcional teria sido uma resposta de Neymar Jr. por ter sofrido diversas faltas durante o jogo.

Além de deixar a partida, Neymar Jr. levou uma punição do Supremo Tribunal de Justiça Desportiva (STJD) de dois jogos de suspensão pelo comportamento agressivo. Portanto, a reação de Neymar Jr. e a punição contra o jogador foram os motivos para a

⁸⁷ O Grêmio Foot-Ball Porto Alegre é um clube de futebol brasileiro da cidade de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, fundado em 15 de setembro de 1903.

revista Placar estampar o atacante como “injustiçado”, como fica explícito na linha-fina da capa: “Chamado de cai-cai, o craque brasileiro vira bode expiatório em um esporte onde todos jogam sujo”⁸⁸.

Assim, o jogador estaria sendo injustiçado pela mídia e pelos torcedores em uma posição de “bode expiatório”⁸⁹ das críticas sobre ética no futebol brasileiro. Desta forma, a revista Placar procurou retratar um outro lado da fama de “cai-cai” de Neymar Jr., ao pontuar que ele também sofria com a deslealdade e impunidade dos adversários.

Além disso, a publicação também buscou mostrar que a genialidade de Neymar Jr. estava sendo punida e que, assim como Jesus Cristo, o filho de Deus segundo o cristianismo, o atacante estava sendo castigado pela mediocridade de outros personagens que fazem parte do futebol brasileiro. Segundo o diretor da revista, Maurício Barros, a intenção da publicação era questionar a categorização de “vilão” colocada em Neymar Jr.:

[...] essa reportagem procura levantar uma discussão sobre um certo linchamento público desse jogador que ganhou essa fama de cai-cai. O Neymar acabou transformado num exemplo de falta de ética no futebol. Houve um recrudescimento dessas críticas para ele. O futebol profissional é um jogo em que a gente pode enxergar inúmeras trapagens dos jogadores, um jogador querendo enganar o outro, os próprios técnicos instruindo os jogadores a enganar o juiz. Só que uma delas carregada com tintas muito fortes e pegaram o Neymar como um grande vilão dessa história⁹⁰.

Antes mesmo de chegar às bancas, a publicação já havia rendido muita polêmica pelo teor da capa, uma fotomontagem de Neymar Jr. na cruz, em uma clara alusão à crucificação de Jesus Cristo (ver Figura 11). No dia 28 de outubro daquele ano, a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) divulgou uma nota em repúdio à revista, afirmando que a montagem era uma provocação, demonstrando indignação com a publicação⁹¹.

Segundo a nota, a imagem da capa se constituiria em uma falta de respeito e uma ofensa ao que é considerado mais sagrado pela religião cristã. Em um outro trecho, o

⁸⁸ Disponível em: <<https://esporte.ig.com.br/futebol/2012-09-26/revista-coloca-neymar-na-cruz-para-discutir-fama-de-cai-cai.html>>. Acesso em 07 de junho de 2019.

⁸⁹ Bode expiatório é uma expressão popular usada quando alguém recebe toda a culpa em determinada questão.

⁹⁰ Disponível em: <<https://uolesporte.blogosfera.uol.com.br/2012/09/26/revista-placar-usa-imagem-de-neymar-crucificado-para-defender-jogador-da-fama-de-cai-cai/>>. Acesso em 16 de abril de 2019.

⁹¹ Disponível em: <<https://www.terra.com.br/esportes/futebol/internacional/polemica-religiosa-por-neymar-crucificado-vira-destaque-no-mundo,3da889534e0aa310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>. Acesso em 16 de abril de 2019.

cardeal Dom Raymundo Damasceno Assis, presidente da entidade, afirmou que reconhecia a liberdade de expressão como princípio democrático, mas questionou a falta de limites no exercício profissional no caso.

Após a grande repercussão, a revista Placar também se pronunciou e pediu desculpas a quem se sentiu ofendido. Em nota, a revista afirmou que a intenção não era ferir a religiosidade dos leitores e reiterou o respeito pelas diferentes crenças, mas ressaltou que o conteúdo da reportagem estava restrito ao futebol e que a fotomontagem não era uma referência específica à crucificação de Jesus Cristo⁹².

Neste caso, podemos compreender que a fama de “cai-cai” atribuída a Neymar Jr. não surgiu durante a disputa da Copa do Mundo de 2018, mas desde o início da carreira do atleta. Por isso, como veremos nesta monografia, essa imagem construída anteriormente acabou sendo fundamental para potencializar as consequências da crise vivenciada por ele.

3.2.7 – A lista das 100 celebridades brasileiras

Figura 12: Capa da revista Forbes de novembro de 2014



Fonte: *site Ego*⁹³.

⁹²

Disponível em: http://www.portalimprensa.com.br/noticias/ultimas_noticias/53850/capa-da-placarcom-neymar-crucificado+gera+polemica+e+revista+responde+aos+leitores>. Acesso em 28 de abril de 2019.

⁹³ Disponível em: <http://ego.globo.com/famosos/noticia/2014/11/neymar-encabeça-lista-da-forbes-de-celebridades-mais-poderosas.html>>. Acesso em 07 de junho de 2019.

Em novembro de 2014, Neymar Jr. foi considerado a celebridade mais poderosa do Brasil pela revista Forbes (essa publicação não estava entre as analisadas no trabalho de Luís Henrique Mendonça Ferraz, mas foi uma das escolhidas por se mostrar bastante representativa para a construção da imagem do jogador como uma celebridade).

Na eleição da revista, Neymar Jr. superou nomes como o de Pelé, do escritor Paulo Coelho, da cantora Ivete Sangalo e da modelo Gisele Bündchen. A escolha foi baseada em alguns critérios como número de aparições na mídia, grau de prestígio e influência, longevidade da carreira, rendimento, popularidade, assédio publicitário, prestígio internacional e número de seguidores nas redes sociais.

A título de contextualização, na época da eleição, Neymar Jr. ainda tinha apenas 22 anos, mas já era o grande nome da Seleção Brasileira — que havia perdido a Copa do Mundo de 2014 — e também já era uma estrela do FC Barcelona. Naquele ano, Neymar Jr. foi a celebridade mais citada na mídia brasileira, com quase 120 mil menções⁹⁴.

⁹⁴ Disponível em: <<https://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,neymar-encabeca-lista-das-celebridades-mais-poderosas-do-brasil,1599411>>. Acesso em 07 de junho de 2019.

4. A CRISE DE IMAGEM DE NEYMAR JR. NA COPA DO MUNDO DE 2018

Neste capítulo, abordaremos o tema principal deste trabalho: a crise de imagem de Neymar Jr. no principal evento esportivo do mundo. Para início de conversa, faremos uma breve conceituação do que seria uma crise de imagem, utilizando considerações de teóricos do tema, como João José Forni e Mário Rosa. Neste aspecto, é interessante ressaltar que os principais estudos deste tema acabam se voltando muito para o gerenciamento de crises de empresas, entidades e corporações, e não de personalidades/indivíduos. Assim, como metodologia, faremos uma revisão bibliográfica a partir de uma adequação da teoria com o caso prático de Neymar Jr., uma figura pública, uma celebridade.

Partindo desse embasamento teórico, faremos um panorama da atuação do atacante na Copa do Mundo, que acabou ficando marcada pelas quedas em campo e pelos *memes* na Internet. Posteriormente, vamos analisar como foi o início da crise, quais foram as medidas tomadas (ou não tomadas) e como ela se alastrou pelas redes sociais, tornando-se um dos assuntos mais comentados no mundo. Além disso, vamos tentar entender quais foram as consequências para a imagem/reputação de Neymar Jr. durante todo esse processo.

4.1 O que é crise de imagem?

No livro *Gestão de Crises e Comunicação*, João José Forni define crise como uma quebra de normalidade que pode afetar drasticamente e definitivamente a reputação de uma organização ou de uma pessoa. Qualquer deslize, portanto, teria um vasto potencial para detonar uma situação negativa, principalmente na sociedade atual, marcada por uma grande visibilidade e quantidade de meios de divulgação.

Existe um consenso de que crise é uma ruptura significativa com a normalidade, um fato negativo que estimula uma cobertura extensiva da mídia e exige pronta ação dos agentes responsáveis ou vítima do fato negativo. Extrapola o controle, muitas vezes, e pode afetar o negócio, a segurança, a reputação e até a vida (FORNI, 2013, p.4).

Já Mário Rosa, no livro *A síndrome de Aquiles*, conceitua crise como “um conjunto de eventos que pode atingir o patrimônio mais importante de qualquer entidade ou personalidade que mantenha laços estreitos com o público: a credibilidade, a confiabilidade, a reputação” (ROSA, 2001, p.21).

Para Jonathan Bernstein, consultor de crises nos Estados Unidos, crise é "qualquer situação que está ameaçando ou pode ameaçar ou prejudicar pessoas ou propriedades, interromper seriamente o negócio, ameaçar a reputação ou impactar negativamente o valor de mercado" (BERNSTEIN apud FORNI, 2018, p.413).

De uma forma geral, a partir dessas definições, podemos entender crise como uma situação atípica que pode impactar, de maneira negativa e drástica, a reputação de uma pessoa ou entidade.

Segundo Ian Mitroff, autor de *Managing crises before they happen* (2001), "não é possível prever com certeza absoluta como uma crise vai ocorrer, quando ocorrerá e por quê" (MITROFF apud FORNI, 2013, p.7). Além disso, Mitroff acredita que a maioria das crises seja um resultado de falhas humanas (apud FORNI, 2013, p.15), tornando o caso potencialmente muito mais chamativo e perigoso. A isso, somam-se os problemas de comunicação e falta de transparência.

Por outro lado, alguns autores ressaltam que as crises não chegam de surpresa, elas deixam sinais. Segundo Forni, "as pesquisas demonstram que cerca de 95% das grandes crises ocorridas no mundo nos últimos dez anos deram sinais de que iriam acontecer. É mito, portanto, admitir que o fator surpresa é determinante nas crises" (FORNI, 2018, p.417).

Em relação à diferença entre imagem e reputação, Luiz Carlos Assis Iasbeck diz que:

[...] enquanto a "imagem" [...] se forma na mente do receptor com base em estímulos mais densamente povoados por sensações e qualidades, a reputação é formada por juízos de caráter lógico e alicerçada em argumentos, opiniões e até mesmo convicções, crenças consolidadas (IASBECK, 2007, p.91).

Neste aspecto, entra em questão a importância de cultivar uma boa reputação para evitar/minimizar os danos de uma crise. A bibliografia do tema frisa que uma boa reputação é um ativo construído ao longo do tempo, por uma maneira de agir de acordo com certos princípios éticos (FORNI, 2013). Assim, uma boa reputação adquirida seria um diferencial determinante no momento de lidar com situações delicadas, como a que estamos tratando nesta monografia.

Segundo Mário Rosa, a "seriedade e a ética certamente ajudam a evitar a ocorrência de crises de imagem" (2001, p.19). Fazendo um paralelo em relação à reputação de

Neymar Jr., observamos nos dois capítulos anteriores que a imagem do jogador foi tratada, em diversos momentos, como de um jogador problemático e que também já tinha um histórico de ser taxado como “cai-cai”. Portanto, essa construção de imagem feita anteriormente proporcionou uma reputação ruim para Neymar Jr., o que acabou sendo um fator significativo para a ocorrência da crise do jogador na Copa do Mundo de 2018.

Credibilidade, acima de tudo, deve ser vista como um patrimônio, um ativo a ser permanentemente bem administrado e ampliado sempre que possível, para, quando for necessário, contarmos com ele (ROSA, 2001, p.157).

Como outro agravante das crises, o jornalista francês Yves Mamou inclui também a imprensa (apud FORNI, 2013, p.22). Desta forma, a publicização do caso e uma grande exposição acabam agravando a crise — fato que também é notado nos problemas envolvendo o jogador Neymar Jr. Sobre essa questão, Forni ratifica que uma crise pode ser maximizada pela mídia, mas ressalta que não se pode creditar o surgimento de uma crise como uma obra da mídia.

Questiona-se muito, hoje, se a mídia ajuda a desencadear ou a maximizar a crise ou se a crise precede a exploração pelos meios de comunicação. A crise sempre é notícia, porque preenche os requisitos básicos do conceito de notícia: é um fato grave, inusitado, que afeta a vida das pessoas ou o interessa da sociedade. Mas é preciso ficar bem claro que a crise da organização não é a mídia [...] A crise é o fato negativo que a provocou. Não se pode atribuir à mídia responsabilidade que ela não tem (FORNI, 2018, p.419).

Outra questão interessante para ser ressaltada é que alguns estudiosos do tema afirmam que o “sucesso” se torna também um dos fatores fundamentais para se entender uma crise. Normalmente, pode-se esperar que o sucesso seja um antídoto, mas é o contrário. Mário Rosa, por exemplo, diz que “a crise é um sintoma do sucesso” (2001, p.34), ou seja, um passaporte para ela.

Crises atingem aqueles que têm muito a perder e que antes delas ostentavam uma imagem pública inatacável. Aqueles que alcançaram o sucesso ou o destaque em seu mundo particular, em seu segmento, em sua profissão ou atividade (ROSA, 2001, p.36).

Em relação ao caso de Neymar Jr., esse “sintoma do sucesso” é um fator que se mostra bastante presente. Forni ratifica esse pensamento, e acrescenta que:

Quanto mais visíveis se tornam as pessoas públicas - e as empresas - mais vulneráveis também ficam. Mais interesse da mídia, da opinião pública, da sociedade. Quanto mais você se expõe, mais olhares para julgar seu comportamento. E as crises são uma ameaça para esse ativo (FORNI, 2013, p.49).

Para lidar com uma crise, existem alguns preceitos básicos na tentativa de administrar e minimizar seus impactos negativos. Segundo Mário Rosa, “a administração de crises consiste em um método para prover organizações ou pessoas dos meios e das ações necessárias para detectar e conduzir crises de imagem” (2001, p.99).

Neste cenário, segundo Forni, “os manuais teóricos sobre crise de comunicação recomendam a prevenção como um dos melhores remédios para evitar estragos demasiados à imagem” (FORNI, 2018, p.434).

Crises de imagem podem trazer prejuízos, transtornos emocionais, complicações jurídicas sem tamanho, mas em todos esses campos há inúmeros instrumentos que podem ser usados para impedir os desfechos mais trágicos ou atenuar os seus efeitos. Ou pelo menos para que não haja uma derrota sem luta (ROSA, 2001, p.174).

Quando uma crise já está instalada, a maneira como ela é conduzida também se torna fundamental, podendo ampliar ou reduzir o seu impacto. Neste aspecto, é interessante fazer uma distinção entre a “gestão de crise” e a “comunicação de crise”. Segundo Forni (2018), a gestão de crise trata da realidade do problema em questão. Já a comunicação se refere à maneira que o fato negativo será exposto para a opinião pública, um fator fundamental para minimizar as consequências de uma crise.

O que caracteriza a comunicação de crise? Consiste nas ações que a organização irá tomar tão logo a crise seja constatada, no sentido de esclarecer, por toda as formas e meios, os principais stakeholders e a opinião pública, por intermédio da mídia e outros meios, para evitar estragos ainda maiores à imagem. Saber conduzir esse processo pode até não evitar um desgaste, mas constitui elemento-chave para o êxito ou o fracasso na condução de uma crise (FORNI, 2018, p.416).

O que é aconselhado pelos especialistas é uma ação imediata, com agilidade nas respostas. Um dos maiores erros seria a falta de posicionamento e explicações nesses momentos.

Esconder-se, evadir-se, distanciar-se, não respondendo, não buscando corrigir equívocos, não querendo apresentar sua posição, isso sim pode ser fatal. Por mais que essa tarefa seja ingrata, dolorosa, desgastante (ROSA, 2001, p.94).

Segundo Forni, algumas medidas que devem ser adotadas para minimizar os impactos negativos de uma crise são “contar tudo e depressa; adotar uma atitude realista e não tentar minimizar os fatos” (2018, p.420).

Em relação ao contato com a mídia, Forni identifica três atitudes que podem ser tomadas para lidar com as notícias negativas: “não fazer nada; reagir apenas quando algo acontece; ou ser proativo” (2018, p.421). No entanto, as duas primeiras estratégias são desaconselhadas e a terceira seria a melhor opção para esses momentos.

Como exemplo para lidar com uma crise, Mário Rosa (2001) cita o “modelo penitencial” proposto pelo consultor americano James Lukaszewski para conseguir o perdão da opinião pública. Os sete passos para isso seriam:

1. Admita voluntariamente os erros cometidos;
2. Explique por que os erros aconteceram (não importa o quão estúpidos tenham sido);
3. Diga e demonstre contrição e preocupação sinceras;
4. Concorde em dar os passos necessários para a solução do problema;
5. Peça a ajuda das vítimas e aceite conselhos da comunidade;
6. Prometa publicamente não deixar acontecer de novo;
7. Encontre um modo de pagar (fazer penitência), aliviar ou remediar alguém pelos erros cometidos (LUKASZEWSKI apud ROSA, 2001, p.137).

Assim, o preço de uma má gestão de crise pode se tornar muito elevado. Charles Fombrun (apud FORNI, 2013, p.49) conceitua isso como um “capital reputacional”, um ativo construído a partir da projeção de imagens, que é instantaneamente impactado por uma grave crise. Seguindo este raciocínio, Mário Rosa acredita que “grandes crises de imagem são capazes de incinerar uma reputação não em questão de anos, nem em questão de meses, mas em poucos dias” (2001, p.35).

Forni trata dessa questão se referindo a uma organização, mas podemos também fazer um paralelo com situações envolvendo personalidades e pessoas públicas. Uma crise, segundo ele, precisa ser vista também como uma oportunidade.

Se a organização, apesar da crise, consegue conduzir o fato negativo, seguindo os preceitos básicos da gestão de crises, ameniza sua letalidade. Pode até ser, ao contrário, uma oportunidade de crescimento, afirmação e aprendizagem (FORNI, 2013, p.11).

Segundo a bibliografia do tema, o objetivo de uma boa gestão de crise é assumir o controle da situação para minimizar o potencial de dano causado (FORNI, 2013). Nessas

situações, em alguns casos, é instituído um comitê ou gabinete de crise. Segundo Forni, seria um “grupo de pessoas [...] com poder de decisão, acionado tão logo ocorra algum acontecimento capaz de ameaçar a imagem da empresa ou provocar repercussão negativa na opinião pública” (2018, p.426). Esse comitê definiria, então, objetivos, estratégias e táticas para enfrentar a crise.

Forni ressalta também que, nesses momentos, é preciso eleger “um único porta-voz, que passe credibilidade, com treinamento para lidar com a imprensa e tenha amplo conhecimento do negócio da organização, além de dominar todos os aspectos da crise” (2018, p.427).

[...] o coordenador desse comitê ou gabinete de crise, geralmente alguém abaixo do principal executivo, precisa ter autonomia, poder de decisão e o suporte da diretoria para adotar medidas difíceis e ousadas na hora certa. Deve ter credibilidade, poder e liderança para comandar essa equipe (FORNI, 2018, p.427).

No caso de Neymar Jr., como veremos ao longo deste capítulo, nenhuma atitude mais direta foi tomada para lidar com a crise durante a Copa do Mundo — o jogador evitou falar sobre o assunto e apenas deu declarações à imprensa quando foi “obrigado” a conceder entrevistas. Naquele momento, já era tarde demais. As quedas do atacante e a participação dele na competição já tinham rapidamente se tornado um dos assuntos mais comentados das redes sociais.

4.2 Neymar Jr. na Copa de 2018

Antes do início da Copa do Mundo, havia uma grande preocupação com a condição física de Neymar Jr., que estava se recuperando de uma cirurgia no pé direito depois de ter se lesionado no dia 25 de fevereiro de 2018, em uma partida do seu clube, o Paris Saint-Germain. A volta dele aos gramados aconteceu no dia 03 de junho do mesmo ano, em um amistoso da Seleção Brasileira contra a Croácia — apenas 14 dias antes da estreia do Brasil na Copa do Mundo.

Apesar do receio, o atacante esteve em campo em todos os jogos disputados pelo Brasil na Rússia. No primeiro confronto, o empate por 1 a 1 com a Suíça, o desempenho foi considerado decepcionante tanto para a Seleção quanto para Neymar Jr., que chamou mais a atenção pela mudança no cabelo, pelo excesso de individualismo na partida e pelas

inúmeras quedas. Nesse primeiro jogo, o atacante acabou indo ao chão em 12 oportunidades, mas em apenas oito foi marcada a falta⁹⁵.

Figura 13: Quedas de Neymar Jr. no jogo contra a Suíça viram *meme*



Fonte: Revista Versar⁹⁶.

Na segunda partida da Seleção, contra a Costa Rica, as críticas em relação às quedas e ao comportamento de Neymar Jr. começaram a ganhar mais proporção. O atacante se mostrou nervoso em campo, ao discutir com adversários, simular um pênalti e ainda levar um cartão amarelo por reclamação. Nesse jogo, nas 10 quedas do craque brasileiro, apenas em três foi marcada a falta⁹⁷. Em campo, o Brasil conseguiu vencer por 2 a 0 — o último gol sendo marcado justamente pelo atacante.

Após o apito final, Neymar Jr. não segurou as lágrimas e caiu no choro no meio do campo. Pelo Twitter, a estrela brasileira comentou a situação (ver Figura 13) — o *post*, em questão, foi o mais curtido pelos brasileiros em 2018⁹⁸ e essa foi a única declaração mais expressiva do jogador por essa rede social durante toda a Copa do Mundo.

⁹⁵ Disponível em: <<https://extra.globo.com/esporte/copa-2018/cai-cai-neymar-foi-ao-chao-22-vezes-nos-dois-primeiros-jogos-em-metade-delas-arbitros-nao-marcaram-falta-22824658.html>>. Acesso em 10 de junho de 2019.

⁹⁶ Disponível em: <<https://www.revistaversar.com.br/copa-dos-memes-neymar-kane/>>. Acesso em 08 de junho de 2019.

⁹⁷ Disponível em: <<https://extra.globo.com/esporte/copa-2018/cai-cai-neymar-foi-ao-chao-22-vezes-nos-dois-primeiros-jogos-em-metade-delas-arbitros-nao-marcaram-falta-22824658.html>>. Acesso em 10 de junho de 2019.

⁹⁸ Disponível em: <<https://extra.globo.com/famosos/tweet-de-neymar-sobre-proprio-choro-o-mais-curtido-do-ano-pelos-brasileiros-23282182.html>>. Acesso em 15 de maio de 2019.

Figura 14: Post de Neymar Jr. no Twitter



Fonte: Twitter⁹⁹.

Na última partida da fase de grupos, a Seleção derrotou a Sérvia por 2 a 0, com gols de Paulinho e Thiago Silva. No que se refere a Neymar Jr., o que mais chamou a atenção foi um lance do atacante depois de ter sofrido uma falta. O “rolamento” na grama após um choque com o adversário virou um grande *meme* na Internet¹⁰⁰.

Por outro lado, é importante ressaltar que, depois das críticas nos dois primeiros jogos, Neymar Jr. evitou se jogar em campo na partida contra a Sérvia. Nesse jogo, o atacante reduziu as quedas quase pela metade. No total, foram seis vezes ao chão, sendo três com falta marcada¹⁰¹.

Nas oitavas de final, contra o México, Neymar Jr. foi decisivo para a vitória brasileira por 2 a 0. O atacante marcou um gol e deu uma assistência, sendo considerado o melhor jogador em campo ao receber um prêmio dado pela FIFA. Nesta partida, Neymar Jr. recebeu seis faltas, mas acabou indo ao chão em nove oportunidades¹⁰². Novamente, uma dessas quedas do brasileiro acabou sendo o grande destaque midiático do jogo. Quase

⁹⁹ Disponível em: <<https://twitter.com/neymarjr/status/1010188896838324224>>. Acesso em 15 de maio de 2019.

¹⁰⁰ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=19GhEw8bzhk>>. Acesso em 24 de junho de 2019.

¹⁰¹ Disponível em: <<https://extra.globo.com/esporte/copa-2018/neymar-reduziu-quase-pela-metade-numero-de-quedas-em-jogo-contra-servia-22827792.html>>. Acesso em 10 de junho de 2019.

¹⁰² Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/superfc/copa-2018/neymar-decisivo-confira-os-n%C3%BAmeros-do-camisa-10-contra-o-m%C3%A9xico-1.1864315>>. Acesso em 11 de junho de 2019.

no final do confronto, Neymar Jr. sofreu um pisão no tornozelo e ficou se contorcendo de dor no gramado.

Apesar do atacante ter sido de fato atingido, o lance apenas aumentou as críticas em relação às quedas dele, que já estavam entre os principais assuntos comentados do mundo. No Twitter, por exemplo, o ator Matthew Lewis, conhecido por ter participado dos filmes “*Harry Potter*”, fez um post dizendo que o brasileiro era “patético”¹⁰³. Uma declaração que também ganhou grande repercussão foi de Gary Liniker, ex-jogador de futebol da Inglaterra, que disse que “Neymar joga tão bem quanto se joga em campo”¹⁰⁴.

Como Neymar Jr. foi eleito o melhor jogador dessa partida contra o México, ele precisou dar entrevistas em campo, na zona mista e na coletiva após o jogo — formalidades exigidas pela FIFA. É interessante notar que essa foi a primeira e única vez que Neymar Jr. deu declarações diretamente à imprensa depois do início até o fim do Mundial.

Em uma das respostas na entrevista em campo, que durou cerca de um minuto, Neymar Jr. falou sobre o pisão sofrido. Ele disse que foi um “pisão desleal” e que o adversário não poderia ter feito aquilo¹⁰⁵. Em cerca de dois minutos de coletiva, Neymar Jr. chegou a falar sobre a polêmica das simulações de falta e também sobre a grande repercussão do caso pelo mundo:

Eu acho que é mais para tentar minar do que qualquer outra coisa. Eu não ligo muito para críticas, às vezes nem mesmo para o elogio. Porque isso pode influenciar, por alguma coisa, a cabeça do atleta. Esses últimos dois jogos eu não falei com a imprensa, não falei nada porque eu não queria polêmica, porque tem muita gente falando, uns se alteram, não sei se querem aparecer¹⁰⁶.

Nas quartas de final contra a Bélgica, que acabou sendo a partida derradeira para o Brasil, Neymar Jr. pouco fez em campo para evitar a eliminação. A derrota por 2 a 1 acabou sendo capa de muitos jornais ao redor do mundo e alguns escolheram destacar a participação do principal jogador brasileiro na competição.

¹⁰³ Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/matthew-lewis-ator-de-harry-potter-escreve-que-neymar-e-patetico-e-recebe-criticas-de-fas-brasileiros.ghtml>>. Acesso em 12 de maio de 2019.

¹⁰⁴ Disponível em: <http://www.espn.com.br/futebol/artigo/_id/4497011/neymar-na-copa-lendas-do-futebol-e-ator-de-harry-potter-criticam-craque-da-selecao-brasileira>. Acesso em 12 de maio de 2019.

¹⁰⁵ Disponível em: <<https://esporte.uol.com.br/futebol/copa-do-mundo/2018/noticias/2018/07/02/neymar-reclama-de-pisao-e-provoca-o-mexico-falaram-demais-e-foram-embora.htm>>. Acesso em 12 de maio de 2019.

¹⁰⁶ Disponível em: <<https://esporte.ig.com.br/futebol/copa-do-mundo-2018/2018-07-02/neymar-silencio-tite-elogio.html>>. Acesso em 12 de maio de 2019.

Na Espanha, o Mundo Deportivo brincou com o nome de Neymar Jr. em sua capa e estampou a manchete “Neymal” (ver Figura 15). Em Portugal, o A Bola publicou a manchete “caiu de vez”, fazendo uma alusão à polêmica das simulações do atacante ao longo do torneio (ver Figura 16). Em relação às quedas de Neymar Jr., foram 10 durante o jogo contra a Bélgica, sendo que em apenas três foram marcadas faltas.

Figura 15: Capa do jornal Mundo Deportivo



Fonte: Estadão¹⁰⁷.

Figura 16: Capa do jornal A Bola



Fonte: Estadão¹⁰⁸.

¹⁰⁷ Disponível em: <<https://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,imprensa-europeia-elege-neymar-como-vilao-por-queda-do-brasil-neymal,70002392947>>. Acesso em 08 de junho de 2019.

Após essa trágica eliminação brasileira, Neymar Jr. evitou, mais uma vez, falar diretamente com a imprensa. Apenas no dia seguinte, por meio de seu perfil na rede social Instagram, o atacante fez a primeira declaração pública sobre o fim da participação do Brasil no Mundial. No *post*, Neymar Jr. disse que aquele era “o momento mais triste” da carreira e que precisava “encontrar forças para querer voltar a jogar futebol”¹⁰⁹ (ver Figura 17).

Figura 17: Post de Neymar Jr. no Instagram



Fonte: Instagram¹¹⁰.

Como um adendo, acreditamos que seja importante também ressaltar que a relevância e grandeza da Copa do Mundo acabaram sendo fatores agravantes para a crise de imagem sofrida por Neymar Jr. Como vimos nesta monografia, o atacante brasileiro já era conhecido pela fama de “cai-cai”, mas foi apenas na principal competição de futebol do planeta que isso se tornou uma crise em nível mundial.

De acordo com dados divulgados pela FIFA, por exemplo, 3,572 bilhões de telespectadores, mais da metade da população mundial com 4 anos de idade ou mais, assistiram a alguma parte da cobertura oficial da competição — uma audiência recorde para a entidade. Segundo o diretor comercial da entidade, Philippe Le Floc'h, “estas cifras

¹⁰⁸ Disponível em: <<https://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,imprensa-europeia-elege-neymar-como-vilao-por-queda-do-brasil-neymar,70002392947>>. Acesso em 08 de junho de 2019.

¹⁰⁹ Disponível em: <<https://www.foxsports.com.br/news/366640-dificil-encontrar-forcas-para-voltar-a-jogar-futebol-diz-neymar-em-post-emocionado>>. Acesso em 12 de maio de 2019.

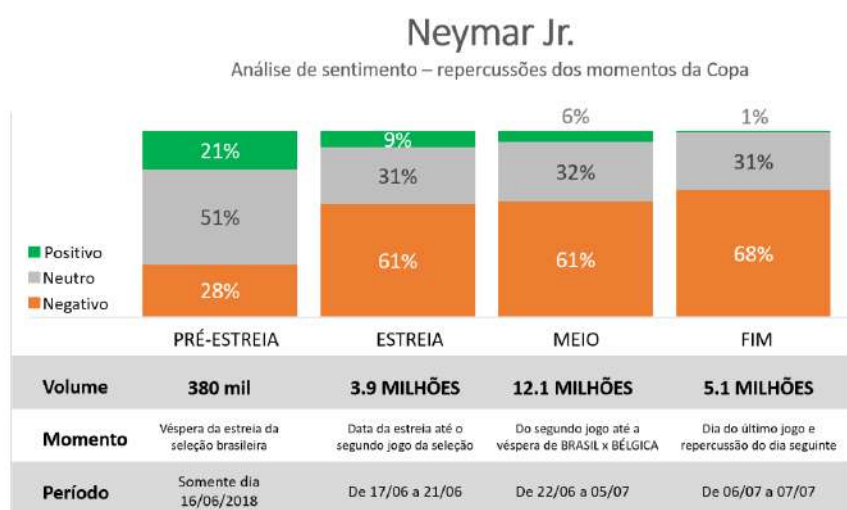
¹¹⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bk7wcJWA0VJ/?utm_source=ig_embed>. Acesso em 12 de maio de 2019.

realmente sustentam a afirmação de que Rússia 2018 foi a melhor Copa do Mundo da história”¹¹¹.

4.3 A crise de imagem de Neymar Jr.

Neste subcapítulo, faremos uma análise mais aprofundada dos fatos que marcaram a crise de imagem do jogador Neymar Jr, utilizando números e informações que mostram como ela de fato impactou em sua carreira. Para início de conversa, um levantamento global da *Kantar Sports*¹¹², representada pelo Ibope Repucom no Brasil, torna-se fundamental para entender a expressividade da crise de imagem do craque brasileiro nas principais redes sociais do mundo.

Figura 18: Análise de posts sobre Neymar Jr. na Copa do Mundo



Fonte: *Kantar Sports*¹¹³.

Segundo esse levantamento, Neymar Jr. foi assunto em mais de 25 milhões de posts nas mídias sociais, considerando Facebook, Twitter, Instagram e YouTube. Esses números, por exemplo, são maiores do que os do argentino Lionel Messi (20 milhões de comentários) e do português Cristiano Ronaldo (17 milhões). O mais interessante é notar

¹¹¹ Disponível em: <<https://extra.globo.com/esporte/melhor-copa-do-mundo-da-historia-teve-audiencia-recorde-em-2018-diz-fifa-23321043.html>>. Acesso em 15 de junho de 2019.

¹¹² Disponível em: <<http://www.iboperepucom.com/br/artigos/ressaca-digital-o-caso-neymar-pos-copa-2018/>>. Acesso em 15 de maio de 2019.

¹¹³ Disponível em: <<http://www.iboperepucom.com/br/artigos/ressaca-digital-o-caso-neymar-pos-copa-2018/>>. Acesso em 15 de maio de 2019.

que, segundo a pesquisa, a maioria dos comentários sobre Neymar Jr. foi com um teor negativo e que eles aumentaram ao longo da competição.

Na véspera da estreia do Brasil, diante da Suíça, Neymar Jr. tinha 28% de citações negativas nas mídias sociais, mas o índice mais que dobrou a partir do primeiro jogo (61%) e chegou ao ápice (68%) até o dia seguinte à eliminação para a Bélgica, nas quartas de final do torneio. De modo geral, após a derrota brasileira, de 100 comentários sobre Neymar Jr., apenas um era positivo.

Segundo dados divulgados pelo Twitter, Neymar Jr. foi o jogador mais mencionado na plataforma durante toda a Copa do Mundo¹¹⁴. Desta forma, a partir destes dados e informações, é possível perceber que as redes sociais se tornaram um reflexo da indignação que Neymar Jr. gerou nos torcedores graças às suas reações exageradas em campo.

De acordo com Forni (2013), o poder de amplificação dos fatos se multiplicou na era das redes sociais e, desta forma, a crise na Internet já surge com um potencial de ser global. Por isso, uma possível estratégia de resposta deve levar ainda mais em conta esse cenário.

Mídia social e Internet, como um todo, têm um potencial viral muito forte. Mesmo que a ameaça de crise não seja tão séria, o poder de fogo da Internet poderá causar arranhões irreparáveis na reputação. Se nas crises normais a rapidez é uma premissa básica, nas crises em redes sociais torna-se dramática; é a essência da estratégia de resposta e de reação à crise. Esse poder de irradiação da Internet pode transformar uma crise localizada numa crise global, em poucos minutos (FORNI, 2013, p.254).

Neste contexto, o risco que as redes sociais trazem para a reputação se tornou uma das maiores preocupações para os executivos de Comunicação (BRANDÃO, 2018, p.181). Complementando esse tema, Mário Rosa trata dessa questão dos riscos das crises na sociedade atual ao dizer que

As grandes crises de imagem só existem porque vivemos num mundo tão interligado que um problema que, em princípio, diria respeito apenas a uma empresa ou uma comunidade distante pode adquirir imediatamente uma dimensão muito maior - nacional ou, até mesmo, global (ROSA, 2001, p.24).

Além dos comentários negativos, a crise de Neymar Jr. se tornou global através de alguns *memes*. Um exemplo que impactou drasticamente na crise de imagem do atacante foi o “*Neymar Challenge*” (Desafio do Neymar), que viralizou a nível mundial, a partir das

¹¹⁴ Disponível em: <<https://twitter.com/TwitterData/status/1019312188513800198>>. Acesso em 15 de maio de 2019.

redes sociais, como uma brincadeira de se jogar no chão ao ouvir o nome do jogador. Os participantes do desafio eram diversos, desde crianças até adultos, e aconteceram em todos os lugares possíveis, de escolas até locais esportivos, em todo o planeta¹¹⁵.

Como resposta, Neymar Jr. decidiu participar da brincadeira 12 dias depois da eliminação brasileira na Copa do Mundo. Em um vídeo divulgado no dia 18 de julho de 2018, Neymar Jr. narrava um lance hipotético: "Um, dois, três... partiu, bateu, é falta"¹¹⁶. Logo depois, as crianças na sala simulavam quedas e também se jogavam no chão.

Em relação a essa estratégia de comunicação, a bibliografia do tema analisa que a melhor forma de dar uma resposta para determinada crise “criada” nas redes sociais é utilizar a mesma plataforma e também o mesmo tom para se posicionar — assim, podemos julgar que o vídeo de Neymar Jr. seria uma opção correta, mas a demora para se manifestar foi claramente um grave problema. Segundo Forni (2013), na era das redes sociais, a audiência espera um posicionamento equivalente ao imediatismo e velocidade da Internet.

Outras brincadeiras que viralizaram sobre as quedas de Neymar Jr. foram o “*Ney Type*” (ver Figura 19), uma tipografia criada pelo designer gráfico Luciano Jacob¹¹⁷, e um jogo de celular e computador chamado de “*Neyboy*”, em que o desafio era manter o astro de pé¹¹⁸.

Figura 19: Tipografia criada a partir das quedas de Neymar Jr.



Fonte: Uol Esporte¹¹⁹.

¹¹⁵ Disponível em: <<https://esportefera.com.br/noticias/futebol,neymar-challenge-viralizou-o-novo-desafio-das-redes-imita-quedas-do-brasileiro,70002395208>>. Acesso em 16 de maio de 2019.

¹¹⁶ Disponível em: <<https://extra.globo.com/esporte/em-video-neymar-entra-na-zoeira-apos-polemica-com-simulacoes-22900693.html>>. Acesso em 16 de maio de 2019.

¹¹⁷ Disponível em: <<https://esporte.uol.com.br/futebol/copa-do-mundo/2018/noticias/2018/07/10/ney-type-internet-cria-tipografia-com-as-quedas-do-jogador-na-copa.htm>>. Acesso em 16 de maio de 2019.

¹¹⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=9-WCT32yNNI>>. Acesso em 24 de junho de 2019.

¹¹⁹ Disponível em: <<https://esporte.uol.com.br/futebol/copa-do-mundo/2018/noticias/2018/07/10/ney-type-internet-cria-tipografia-com-as-quedas-do-jogador-na-copa.htm>>. Acesso em 16 de maio de 2019.

No caso específico de Neymar Jr., o impacto e o preço da crise são facilmente identificados. Segundo uma avaliação feita pela Pluri Consultoria¹²⁰, divulgada no dia 15 de julho de 2018, o desempenho do atacante na Copa do Mundo da Rússia influenciou diretamente em seu valor de mercado. Em relação aos números, Neymar Jr. teve uma queda de 11,1%: de € 197,3 milhões para € 175,4 milhões. Segundo a nota da consultoria,

[...] dentro de campo, se não comprometeu com a bola nos pés, não foi decisivo como se esperava dado o seu talento. E sem a bola, amplificou em escala planetária os piores aspectos que há tempos se apontavam sobre sua carreira. Ninguém, porém, poderia imaginar a proporção tomada pelos eventos que o envolveram, a ponto de seu nome ter virado sinônimo para simulação e cai-cai. [...] Neymar ainda é uma marca fortíssima, mas o tempo passou e nos últimos anos os fatos extra-campo ocuparam mais espaço do que suas conquistas dentro dele¹²¹.

Além do prejuízo financeiro, podemos dizer também que Neymar Jr. sofreu uma grande derrota esportiva nesse cenário de crise de imagem pós-Copa do Mundo, já que o atacante brasileiro não esteve na lista da FIFA dos 10 jogadores indicados ao prêmio de Melhor Jogador do Mundo de 2018 — Neymar Jr. não ficava fora da disputa desde 2013¹²².

4.3.1 Como Neymar Jr. e seu estafe lidaram com a crise de imagem

Como já vimos ao longo deste capítulo, a crise de imagem de Neymar Jr. se alastrou pelas redes sociais, tornando-se global, e o impacto em sua carreira foi expressivo, comprovado pela desvalorização de seu valor de mercado. Neste cenário, vamos analisar como o jogador se portou diante da crise e quais foram as medidas adotadas (ou não) para minimizar os impactos negativos da situação.

De acordo com uma matéria do jornal Estadão, publicada no dia 14 de julho de 2018, o estafe do jogador estudou um “plano de emergência” para recuperar a imagem

¹²⁰ Disponível em: <<http://www.pluriconsultoria.com.br/wp-content/uploads/2018/07/valuation-Neymarjr-0718.pdf>>. Acesso em 16 de maio de 2019.

¹²¹ Disponível em: <<http://www.pluriconsultoria.com.br/wp-content/uploads/2018/07/valuation-Neymarjr-0718.pdf>>. Acesso em 16 de maio de 2019.

¹²² Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/fifa-divulga-candidatos-ao-premio-de-melhor-do-mundo.ghtml>>. Acesso em 12 de junho de 2019.

dele¹²³. Na reportagem, o Estadão entrevistou o publicitário Washington Olivetto, que também analisou a situação do atacante brasileiro depois da Copa do Mundo.

Acho que ele sai com uma imagem enfraquecida, sim, por alguns fatores que são até curiosos. [...] Outra coisa que não foi favorável: exacerbar nas reações às faltas sofridas. [...] É claro que, se o Brasil tivesse vencido e ele continuasse até a final, tudo isso seria jogado para um segundo plano. [...] Como ele tem enorme talento, pode se recuperar. Mas, que nesse momento a imagem foi prejudicada, não há dúvida. [...] Pela dimensão dele, e principalmente no Brasil, o Neymar é um fenômeno da mídia aberta, da grande mídia. Então, tanto no momento favorável quanto no desfavorável, é preciso ter preocupação em estar presente na grande mídia e, obviamente, nas mídias sociais. Ele errou em priorizar a grande mídia nos momentos de sucesso e, na dificuldade, ter optado pela mídia social. [...] O Neymar tem tudo para reverter, pois é um jogador que tem o talento natural. Ele precisa focar exatamente nisso, no trabalho e nas atenções como jogador. É o que vai recuperar a imagem dele como negócio¹²⁴.

Ainda de acordo com a reportagem, a estratégia inicialmente adotada pelo jogador foi a reclusão. Ficou decidido que a primeira aparição pública dele seria apenas em um leilão beneficente e depois em um campeonato organizado pelo Instituto Projeto Neymar Jr¹²⁵. Essas informações divulgadas pela reportagem estiveram de acordo com o que de fato aconteceu. Em sua primeira manifestação pública, no dia 19 de julho de 2018, Neymar Jr. respondeu às perguntas da imprensa e falou sobre as brincadeiras e piadas que viralizaram na Internet.

Enquanto ao que falaram, eu tenho que levar na brincadeira. Sempre fui assim, um atleta que leva as coisas na boa. Nunca vou discutir com ninguém por causa disso. Mas, o meu jeito de jogar é o mesmo desde sempre. Não foi hoje que eu comecei a apanhar, não foi hoje. Então, comecei com 17 anos, onde eu sofria muitas faltas, muitas chegadas duras [...] Eu vi, levei numa boa. Até postei no meu Instagram, ontem, uma brincadeira com as crianças sobre isso. Meu futebol é de drible, meu futebol é de encarar o adversário. Eu não posso chegar para um adversário e falar assim: “Meu amor, licença que eu quero fazer um gol”. Não posso. Tenho que tentar driblar, tenho que tentar fazer alguma coisa.

¹²³ Disponível em: <<https://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,estafe-de-neymar-quer-plano-de-emergencia-para-recuperar-imagem-do-atacante,70002402364>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

¹²⁴ Disponível em: <<https://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,estafe-de-neymar-quer-plano-de-emergencia-para-recuperar-imagem-do-atacante,70002402364>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

¹²⁵ O Instituto Projeto Neymar Jr. é uma associação civil sem fins lucrativos, que tem por objetivo ampliar as oportunidades de crianças, adolescentes e suas famílias, que vivem em situação de vulnerabilidade social, por meio da educação, cultura, esporte e saúde. O instituto está localizado no Jardim Glória, na Praia Grande, comunidade que possui diversas dificuldades e limitações já vivenciadas por Neymar Jr. e sua família, que foram moradores do bairro.

Ele não vai me deixar passar. [...] Você acha que eu quero ficar sofrendo falta toda hora? Não porque dói, machuca. Depois dos jogos eu fico fazendo gelo por quatro, cinco horas. É complicado. Só que quem não entende disso, quem não viveu isso de verdade, nunca vai saber¹²⁶.

Perguntado sobre a questão da desvalorização do valor de mercado, Neymar Jr. brincou dizendo: “acho que desvalorização não tem, porque eu saí da Copa e estão até agora falando no meu nome. Então, como é que desvalorizou?! Não me esquecem nunca¹²⁷”. Dois dias depois do evento beneficente, o atacante participou das finais do *Neymar Jr's Five*, torneio de futebol promovido pelo instituto do jogador e pela empresa *Red Bull*, uma das patrocinadoras dele. Na ocasião, Neymar Jr. foi novamente perguntado sobre as polêmicas:

Estou acostumado com as críticas desde que comecei a jogar futebol, então, eu sei que, quando se perde, as coisas caem nas minhas costas e minhas costas são largas. Não tem problema nenhum. Eu sei do meu potencial e sei o que posso fazer. Tudo que eu fiz até agora, acho que não está errado. Cheguei muito longe e estou muito feliz com tudo isso¹²⁸.

Como vimos no início deste capítulo, a comunicação em uma crise se torna um fator fundamental para minimizar os danos. De acordo com Forni, “a comunicação é um dos mais importantes pilares no gerenciamento de uma crise. Sem comunicação efetiva, transparente, tempestiva, fica muito difícil controlar os efeitos da crise” (FORNI, 2018, p.416).

No entanto, no caso de Neymar Jr., podemos observar que ela não foi gerida de acordo com os princípios aconselhadas pela bibliografia do tema. Desta forma, podemos entender que a estratégia inicial de se manifestar apenas pela rede social através de um *post* (ver Figura 17) e depois de evitar o contato com a imprensa se mostrou inadequada. Além disso, Neymar Jr., ao invés de negar os problemas, deveria ter assumido os erros e pedido desculpas publicamente — essas questões serão tratadas de uma maneira mais detalhada no subcapítulo 4.3.4.

¹²⁶ Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/apos-memes-neymar-ironiza-nao-posso-dizer-meu-amor-da-licenca-ao-adversario.ghtml>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

¹²⁷ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2018/07/neymar-ironiza-fama-de-cai-cai-e-diz-que-copa-nao-o-desvalorizou.shtml>>. Acesso em 8 de junho de 2019.

¹²⁸ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/esportes/neymar-tenho-muito-mais-motivos-para-estar-feliz-do-que-triste-22908351>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

4.3.2 Propaganda da *Gillette*

Depois de um *post* no Instagram (ver Figura 17), de algumas semanas de reclusão e, posteriormente, de entrevistas protocolares em dois eventos, Neymar Jr. decidiu se posicionar sobre a participação dele na Copa do Mundo por meio de um comercial da *Gillette*¹²⁹, exibido no dia 29 de julho de 2018, no intervalo do programa Fantástico, da TV Globo. Na peça publicitária, o atacante admitiu que exagerou nas demonstrações de dor no Mundial e fez uma convocação para os torcedores brasileiros o ajudarem a levantar.

Trava de chuteira na panturrilha, joelhada na coluna e pisão no pé. Você pode achar que eu exagerei, e, às vezes, eu exagerei mesmo. Mas a real é que eu sofro dentro de campo. Agora, na boa, você não imagina o que eu passo fora dele. Quando saio sem dar entrevista, não é porque eu só quero os louros da vitória. Mas porque eu ainda não aprendi a te decepcionar. Quando eu pareço malcriado, não é porque eu sou moleque mimado, mas porque eu ainda não aprendi a me frustrar. Dentro de mim ainda existe um menino. Às vezes, ele encanta o mundo e às vezes ele irrita todo mundo. E minha luta é para manter esse menino vivo, mas dentro de mim, e não dentro de campo. Você pode achar que eu caí demais, mas a verdade é que eu não caí, eu desmoronei. Isso dói muito mais que qualquer pisão em tornozelo operado. Eu demorei para aceitar as suas críticas. Eu demorei a me olhar no espelho e me transformar em um novo homem. Mas hoje eu estou aqui, de cara limpa e peito aberto. Eu caí, mas só quem cai pode se levantar. Você pode continuar jogando pedra ou pode jogar essas pedras fora e me ajudar a ficar de pé. E quando eu fico de pé, parça... o Brasil inteiro levanta comigo!¹³⁰

Segundo reportagem do jornal Folha de São Paulo, a produção e veiculação da propaganda já estava prevista desde antes da Copa do Mundo, independentemente do resultado da Seleção Brasileira no torneio e também do desempenho de Neymar Jr. na competição. Ainda segundo a matéria, o informe publicitário fazia parte de um contrato comercial firmado em 2015 e renovado em 2017, que rende ao atleta US\$ 7,1 milhões por um período de dois anos, mais adicionais de US\$ 250 mil por hora extra em evento e US\$ 500 mil por diária extra de gravação não prevista em contrato¹³¹.

Com base na bibliografia do tema, a utilização de publicidade em momentos de crise se mostra uma escolha inadequada. Segundo Forni,

¹²⁹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=IJRjk0SGcqQ>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

¹³⁰ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=IJRjk0SGcqQ>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

¹³¹ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2018/08/neymar-ignora-crise-de-imagem-e-descarta-mudar-gestao-da-carreira.shtml>>. Acesso em 12 de junho de 2019.

A propósito da nota paga (anúncio), trata-se de uma resposta à crise para casos extremos, quando a organização não consegue ter um espaço na mídia espontânea ou precisa dar uma explicação rápida e de interesse público. Em caso de recall, por exemplo. Fazer defesa ou explicar a crise, em casos graves, com nota paga, é uma estratégia errada e dispendiosa (FORNI, 2018, p.437).

Ainda segundo Forni (2018), receber a imprensa, informando tudo com transparência, funciona melhor e dá mais credibilidade à resposta. Essa possibilidade foi avaliada pelo estafe de Neymar Jr. que, segundo reportagem do Uol¹³², negociou uma possível entrevista com a TV Globo até a semana anterior à divulgação do comercial.

A emissora, no entanto, sinalizou que não auxiliaria na tentativa de criação de um cenário de vitimismo e de desculpas por parte de Neymar Jr., e que pretendia abordar alguns pontos delicados, como a explosão dos *memes* e o desempenho abaixo do esperado na Copa do Mundo. Neste cenário, o estafe do jogador não aceitou as reivindicações e as conversas travaram, não chegando a um acordo para a entrevista.

Sem um esclarecimento em rede nacional e com a veiculação da propaganda da *Gillette*, a imagem do atacante Neymar Jr. ficou ainda mais arranhada. A campanha divulgada depois de 23 dias da eliminação brasileira não foi muito bem recebida pela opinião pública e o “desabafo” acabou agravando a situação. Nas redes sociais, o comercial logo virou um dos assuntos mais comentados e a maioria das menções era com um teor negativo¹³³. Em resposta, a *Gillette* divulgou um comunicado:

A nova campanha de Gillette convida todos os homens, começando pelo seu embaixador, a refletirem sobre as novas chances que cada dia oferece para se tornarem melhores do que ontem. Assim como muitos outros, Neymar Jr. encara desafios, lesões e derrotas, e o objetivo de Gillette é encorajar TODOS OS HOMENS, sem distinção, a refletirem sobre a oportunidade de se tornarem “um novo homem todo dia”¹³⁴.

Segundo reportagem da Folha de São Paulo, o estafe do atacante não se importou com as críticas ao comercial da marca *Gillette*. A avaliação feita era de que o jogador,

¹³² Disponível em: <<https://www.uol.esporte/especiais/a-reconstrucao-da-imagem-de-neymar.htm#neymar-negociou-conversa-com-a-globo-mas-nao-queria-polemicas>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

¹³³ Disponível em: <<https://www.revistaforum.com.br/resposta-de-neymar-aos-criticos-em-comercial-repercute-nas-redes-sociais/>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

¹³⁴ Disponível em: <<https://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2018/07/30/comercial-cai-mal-e-faz-neymar-gillette-e-agencia-estudarem-reacao.htm>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

mesmo com a crise, continuou no mesmo patamar de estrelas de Hollywood ou do mundo esportivo. Por isso, comentários negativos não afetariam sua carreira¹³⁵.

Ainda segundo a reportagem, os gestores da carreira de Neymar Jr. não mudaram de opinião sobre como o jogador deveria se manifestar publicamente, mesmo com toda polêmica. Para a equipe do atleta, o status de celebridade internacional colocaria Neymar Jr. em uma posição que ele não precisaria ser entrevistado por jornalistas. Por isso, ele deveria continuar usando apenas as redes sociais¹³⁶.

Neste cenário, podemos entender a polêmica provocada pelo comercial da *Gillette* como uma “segunda crise”, que, segundo Mário Rosa (2001), eclode na esteira de outra. Assim, o estrago é potencializado pelo desgaste anterior.

Ocorre que as crises adquirem normalmente uma dinâmica própria, criando uma química particular pela qual cada novo elemento integrado ao caso interage com o outro, provocando desdobramentos novos a partir daí (ROSA, 2001, p.171).

Outra crítica feita a Neymar Jr. pela divulgação da campanha da *Gillette* foi pelo fato de o atacante já ter utilizado a publicidade antes para se posicionar em momentos delicados. Em 2011, com apenas 19 anos, Neymar Jr. estrelou uma campanha da *Nextel*, uma empresa de telefonia — na época, o atacante já era tratado como um atleta de temperamento e comportamento difíceis e como um jogador indomável, que fazia o que queria no Santos FC. Na propaganda, Neymar Jr. aparecia andando em uma praia e dizia:

Você me xingou quando eu errei e gritou quando eu não escutei. Você me deu carinho, me deu amor, me deu a noção de felicidade. E só ela é o que importa. Não é fama, não é dinheiro, não é carreira, não é poder. Você sabe quem eu sou. Só mais um menino feliz, brincando com sua bola. E quero continuar assim para ser que nem você... pai¹³⁷.

Após dizer essas palavras, o pai de Neymar Jr. aparece no vídeo, abraça o filho e diz: “Essa é a nossa vida, esse é o nosso clube”¹³⁸. Como um adendo, é fundamental dizermos que, durante toda a carreira do atacante, a figura do pai do jogador sempre foi bastante presente e influenciou diretamente em suas decisões.

¹³⁵ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2018/08/neymar-ignora-crise-de-imagem-e-descarta-mudar-gestao-da-carreira.shtml>>. Acesso em 12 de junho de 2019.

¹³⁶ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2018/08/neymar-ignora-crise-de-imagem-e-descarta-mudar-gestao-da-carreira.shtml>>. Acesso em 12 de junho de 2019.

¹³⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ykyHiXi3m4c>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

¹³⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ykyHiXi3m4c>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

Além da propaganda da *Nextel*, Neymar Jr. foi a estrela de uma propaganda da *Claro* em 2014, outra companhia de telecomunicação. A peça adaptava uma crônica de Nelson Rodrigues, colocando o jogador como um herói nacional, depois dele ter sofrido uma lesão nas quartas de final da Copa do Mundo do Brasil, em uma partida contra a Colômbia, no dia 4 de julho de 2014. Enquanto o texto era narrado, apareciam as reações de torcedores brasileiros acompanhando os jogos.

Amigos, andei nas ruas, e vi por toda parte caras tristes. Deduzi, era o luto pela lesão do craque. Mas, o mesmo infortúnio que o tirou de campo, poderá salvar o time. Pois as adversidades fortalecem e iluminam o Brasil. Perdemos o craque, mas temos algo que ninguém tem: o formidável povo brasileiro¹³⁹.

No final da propaganda, aparecia a seguinte legenda: “Sai um. Entram 200 milhões”¹⁴⁰, fazendo uma referência à ausência de Neymar Jr e à importância do apoio do torcedor brasileiro na partida seguinte daquela Copa do Mundo, que seria contra a Alemanha.

4.3.3 Propaganda da *Clear Men* com Cristiano Ronaldo

Cinco dias depois da divulgação do comercial da *Gillette*, a concorrente *Unilever* fez uma ação com o shampoo *Clear Men*. O garoto-propaganda foi o português Cristiano Ronaldo, que também é considerado um dos melhores jogadores da atualidade. Divulgado nas redes sociais, o vídeo mostrava uma sequência de imagens dele com as frases: “Sabe por que eu nunca caio? Porque uso *Clear Queda Control*”¹⁴¹ e ainda era complementado pela seguinte legenda: “Se você tem problema com queda, não precisa pedir desculpas. É só usar *Clear Queda Control*”¹⁴².

A propaganda foi vista por muitas pessoas como uma provocação a Neymar Jr. e à *Gillette*. Depois dessa grande repercussão, a *Unilever* apagou a publicação da rede social no dia 07 de agosto de 2018 — quatro dias após a divulgação. Em nota, a *Unilever* negou qualquer ligação com Neymar Jr. e com a *Gillette* e esclareceu que “o objetivo do *post* foi

¹³⁹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vQ9tAkXr3VM>>. Acesso em 8 de junho de 2019.

¹⁴⁰ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vQ9tAkXr3VM>>. Acesso em 8 de junho de 2019.

¹⁴¹ Disponível em: <<https://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2018/08/06/empresa-usa-cr7-em-propaganda-para-provocar-neymar-e-rival.htm>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

¹⁴² Disponível em: <<https://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2018/08/06/empresa-usa-cr7-em-propaganda-para-provocar-neymar-e-rival.htm>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

anunciar a variante *Queda Control*”¹⁴³, lançada naquele ano junto com o novo portfólio da marca.

4.3.4 Qual era o caminho para deixar a crise?

Depois de toda essa exposição dos fatos que marcaram a crise de imagem de Neymar Jr., vamos buscar neste subcapítulo fazer uma análise mais detalhada das ações escolhidas, pensando também em possíveis alternativas que poderiam ter sido colocadas em prática para minimizar as consequências da situação.

Inicialmente, podemos dizer que Neymar Jr. e seu estafe falharam em um dos princípios básicos de gestão de crise: a prevenção. Como vimos ao longo desta monografia, o jogador já carregava a fama de “cai-cai” e uma crise como essa poderia ter sido deflagrada anteriormente — neste aspecto, como já citado, a visibilidade e importância da Copa do Mundo acabaram sendo fatores determinantes para que a crise eclodisse durante a disputa do megaevento esportivo.

Posteriormente, podemos perceber também alguns erros no que se trata propriamente da gestão de crise. Logo que as primeiras críticas começaram a aparecer durante a Copa, Neymar Jr. preferiu se calar ao invés de assumir os erros, pedir desculpas pelo comportamento e falar abertamente sobre a situação. Como vimos, as únicas manifestações do jogador, durante a Copa do Mundo, foram um *post* no Twitter (ver Figura 14) e as entrevistas protocolares depois do jogo contra o México.

Neste aspecto, podemos concluir que Neymar Jr. deveria ter se posicionado imediatamente ainda no início da crise — o que é fundamental para minimizar os impactos negativos. Segundo Forni, “na gestão da comunicação de crise existe uma série de ações que devem ser evitadas, como deixar de se pronunciar imediatamente, ou deixar a mídia sem resposta” (2018, p.422).

Após a eliminação brasileira, que intensificou a situação, o craque brasileiro preferiu utilizar apenas as redes sociais para mostrar a sua tristeza e insatisfação com a derrota (ver Figura 17) — um grande erro se considerarmos também que nem todo brasileiro acompanha o jogador na Internet.

¹⁴³ Disponível em: <<https://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2018/08/07/empresa-apaga-propaganda-com-cr7-que-provocava-neymar-e-rival.htm>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

Além disso, o estafe de Neymar Jr. e ele próprio chegaram à conclusão de que a reclusão seria a melhor opção para aquele momento¹⁴⁴. No entanto, os teóricos do tema frisam que um bom relacionamento com a imprensa é fundamental para a gestão de uma crise porque a mídia tem a capacidade de piorar a situação.

Em resumo, nas situações graves de crise, principalmente em temas polêmicos e de grande repercussão, quem deve assumir o comando da dinâmica das informações não é a mídia, mas a empresa ou o governo; se a mídia toma a iniciativa, será mais difícil administrar a crise (FORNI, 2018, p.420).

Assim, podemos dizer que, ao invés de se esconder, Neymar Jr. deveria ter se colocado à disposição para responder os questionamentos da imprensa e dar entrevistas. Por outro lado, em suas primeiras aparições públicas, podemos perceber também algumas questões interessantes no que se refere à gestão de crise.

Em sua primeira resposta, Neymar Jr. disse que “enquanto ao que falaram, eu tenho que levar na brincadeira”¹⁴⁵. Nessa mesma declaração, o atleta lembrou do vídeo que fez brincando com o “*Neymar Challenge*”¹⁴⁶. Como vimos, de acordo com a bibliografia, essa foi uma atitude acertada por dar uma resposta aos *memes* utilizando o mesmo formato e o mesmo tom. No entanto, como também já foi exposto, isso feito apenas 12 dias depois da eliminação brasileira, um tempo considerado excessivo para se posicionar. Desta forma, podemos dizer que Neymar Jr. está certo ao dizer que deveria levar na brincadeira, no entanto, ele deveria ter feito isso desde o princípio da situação.

Em relação à segunda manifestação pública de Neymar Jr., entendemos que há um grave problema de comunicação. Quando ele diz que “tudo que eu fiz até agora, acho que não está errado”¹⁴⁷, o craque brasileiro está deixando de assumir os seus erros e responsabilidades, como aconselha os pesquisadores do tema. Segundo Forni, “a pior iniciativa é tentar minimizar a crise, encobrendo responsabilidades” (2018, p.438).

¹⁴⁴ O Instituto Projeto Neymar Jr. é uma associação civil sem fins lucrativos, que tem por objetivo ampliar as oportunidades de crianças, adolescentes e suas famílias, que vivem em situação de vulnerabilidade social, por meio da educação, cultura, esporte e saúde. O instituto está localizado no Jardim Glória, na Praia Grande, comunidade que possui diversas dificuldades e limitações já vivenciadas por Neymar Jr. e sua família, que foram moradores do bairro.

¹⁴⁵ Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/apos-memes-neymar-ironiza-nao-posso-dizer-meu-amor-da-licenca-ao-adversario.ghtml>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

¹⁴⁶ Disponível em: <<https://esportefera.com.br/noticias/futebol/neymar-challenge-viralizou-o-novo-desafio-das-redes-imita-quedas-do-brasileiro,70002395208>>. Acesso em 16 de maio de 2019.

¹⁴⁷ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/esportes/neymar-tenho-muito-mais-motivos-para-estar-feliz-do-que-triste-22908351>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

Posteriormente, acompanhamos uma das piores estratégias possíveis de comunicação adotadas para lidar com uma crise de imagem: a publicidade. De acordo com Forni (2018), uma propaganda só deve ser utilizada em um caso extremo. Por isso, seria melhor que Neymar Jr. tivesse optado por falar abertamente com a imprensa, ao invés de se mostrar arrependido por meio de um anúncio publicitário — como vimos, uma entrevista com a TV Globo foi negociada, mas o jogador e seu estafe preferiram recusar para evitar os temas polêmicos¹⁴⁸.

Em uma entrevista à PROP MARK, publicação especializada no mercado de comunicação e marketing, publicada no dia 17 de julho de 2018, Moacyr Netto, o “Moa”, *chief creative officer* da *Rapp* em Nova York, analisou toda a situação envolvendo Neymar Jr. e disse que o jogador estava em um momento crucial para gerenciar a sua imagem, podendo ser afetado de forma irreversível.

O fato de não saber lidar com críticas foi minando a sua marca. Em algumas oportunidades ele optou por combater a opinião pública com silêncio e desdém. E isso eleva bastante a rejeição, pois todo mundo que perde um tempo formando opinião sobre alguém espera algum tipo de resposta a esse esforço. Sem diálogo de um lado, mais e mais pessoas vão cedendo à conversa vigente que se torna extremamente negativa para o jogador e, mesmo quem era fã e o defendia, acaba engrossando o coro dos *haters*¹⁴⁹.

Para especialistas consultados em uma reportagem do site Uol, publicada no dia 08 de agosto de 2018, a estratégia de comunicação utilizada pelo estafe de Neymar Jr. auxilia na construção de imagem de um “personagem artificial, excessivamente consumista e comercial, que não admite questionamentos e carece de maturidade”¹⁵⁰.

Por trás da deterioração da imagem do jogador está a forma como ele se comunica com o mundo. Diálogo de mão única, quase que exclusivamente por meio das redes sociais. A mídia tradicional fica em segundo plano, e aparições na imprensa só com veto a temas incômodos e censura prévia. Isso tudo em um ambiente de hiperexposição publicitária.

¹⁴⁸ Disponível em: <<https://www.uol/esporte/especiais/a-reconstrucao-da-imagem-de-neymar.htm#neymar-negociou-conversa-com-a-globo-mas-nao-queria-polemicas>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

¹⁴⁹ Disponível em: <<http://propmark.com.br/mercado/neymar-precisa-driblar-crise-de-imagem-apos-quedana-copa-do-mundo>>. Acesso em 12 de junho de 2019.

¹⁵⁰ Disponível em: <<https://www.uol/esporte/especiais/a-reconstrucao-da-imagem-de-neymar.htm#neymar-negociou-conversa-com-a-globo-mas-nao-queria-polemicas>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

O estafe do jogador atribui isso a um conflito de gerações: Neymar Jr. é das redes sociais e, por isso, as elege como meio de comunicação¹⁵¹.

Também consultado pela reportagem, José Colagrossi, diretor executivo do Ibope Repucom, alertou para o fato de que, em um momento de crise, qualquer decisão precipitada pode acabar piorando a situação. Neste aspecto, José Colagrossi ainda considera que a divulgação da campanha da *Gillette* acabou se mostrando equivocada.

A crise que ele está vivendo é aguda, grande. Essa campanha da Gillette só fez piorar em todos os aspectos. Nesse período, tudo o que ele tentar fazer vai se voltar contra ele. Fica quieto! Fica quieto! [...] Se quisesse mesmo se desculpar, tinha de chamar uma coletiva de imprensa ao vivo, sem censura, olhar nos olhos da câmera, da televisão e do jornalista, abrir o coração e se desculpar. Essa era a única maneira de se desculpar. Ele não fez isso. Fez um anúncio patrocinado, foi pago. Eu, pessoalmente, acho que ele deveria ter ficado quieto. O tempo da desculpa já passou, fica quieto!¹⁵²

Em relação a essa questão, Mário Rosa (2001) também defende que, em algumas situações, agir menos é agir na medida certa quando diz que, em certos casos, “a melhor forma de agir é não agir” (ROSA, 2001, p.154). Dito isto, podemos encerrar esta discussão com uma declaração de João José Forni que resume os aspectos principais de uma crise e de como ela deveria ser encarada:

Lição que fica: prevenir é melhor que remediar. Nunca subestimar a intensidade de uma crise. Com a mídia, a relação transparente, tempestiva, verdadeira poderá em certos casos até amenizar o problema. É possível superar a crise? Sim. Desde que a organização seja reconhecida pela sociedade pela atuação ética e responsável e tenha uma estratégia correta para lidar com os formadores de opinião. Para isso, não basta uma boa explicação. Fundamentar-se na verdade e na transparência ajuda a amenizar desgastes na imagem (FORNI, 2018, p.439)

¹⁵¹ Disponível em: <<https://www.uol/esporte/especiais/a-reconstrucao-da-imagem-de-neymar.htm#neymar-negociou-conversa-com-a-globo-mas-nao-queria-polemicas>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

¹⁵² Disponível em: <<https://www.uol/esporte/especiais/a-reconstrucao-da-imagem-de-neymar.htm#neymar-negociou-conversa-com-a-globo-mas-nao-queria-polemicas>>. Acesso em 17 de maio de 2019.

5. CONCLUSÃO

Como vimos ao longo deste trabalho, Neymar Jr. precisou lidar com uma crise de imagem que afetou drasticamente a sua reputação a nível mundial e que acabou também influenciando diretamente em seu valor de mercado (como mostra a avaliação feita pela Pluri Consultoria¹⁵³).

Neste aspecto, é importante ressaltar que a fama adquirida anteriormente de “caicai”, a grande expectativa pela atuação de um dos melhores jogadores da atualidade e também a visibilidade proporcionada pela Copa do Mundo, o maior evento esportivo do planeta, são fatores fundamentais para compreender o contexto da eclosão da crise de imagem do jogador.

Em relação à gestão da crise, Neymar Jr. e seu estafe acabaram tomando algumas medidas que não foram consideradas as mais adequadas, tendo como fundamento as considerações de teóricos do tema.

Inicialmente, Neymar Jr. preferiu se ausentar dos problemas e se manter recluso — uma ação que não é aconselhada pelos especialistas. Antes da eliminação brasileira, e já envolvido na crise, o atacante só havia se posicionado por meio de um *post* no Twitter respondendo às críticas que surgiram no início da Copa do Mundo e só havia dado entrevistas “obrigatórias”.

Após a eliminação, com uma imagem já bastante arranhada, Neymar Jr. preferiu se posicionar por meio de um *post* no Instagram e não falar com a imprensa. As primeiras declarações públicas do jogador só aconteceram no dia 19 de julho de 2018 — depois de 13 dias da derrota para a Bélgica. Neste caso, também observamos que a bibliografia do tema aconselha que certas medidas precisam ser adotadas logo no início da crise e que não se posicionar de imediato é um grave erro.

Como outro equívoco de gestão de crise, podemos observar, a partir das declarações pós-Copa, que Neymar Jr., ao invés de pedir desculpas e de assumir os erros, preferiu se ausentar da culpa e não aceitar a situação como um grande problema.

Além do mais, como diz um popular ditado brasileiro, “não há nada tão ruim, que não possa piorar”. Isso aconteceu com o jogador. Depois de uma negociação não concluída de uma entrevista para a TV Globo, Neymar Jr. acabou se posicionando por meio de uma

¹⁵³ Disponível em: <<http://www.pluriconsultoria.com.br/wp-content/uploads/2018/07/valuation-Neymarjr-0718.pdf>>. Acesso em 16 de maio de 2019.

propaganda da *Gillette*, uma de suas patrocinadoras. Rapidamente, o comercial se tornou um dos assuntos mais comentados das redes sociais e acabou agravando a crise de imagem do jogador. A medida, pensada por Neymar Jr., por seu estafe e por uma agência de comunicação, foi vista como “um tiro no pé”. Além do mais, muitas pessoas fizeram uma comparação desta propaganda da *Gillette* com outras feitas em situações desfavoráveis por Neymar Jr. (*Nextel* e *Claro*), o que mostra um padrão de posicionamento por meio de anúncios publicitários.

Como também observamos, o problema abordado nesta monografia também não foi o único da carreira de Neymar Jr., pelo contrário, o jogador colecionou polêmicas desde os primeiros passos nos campos de futebol. Vimos também que, em muitas situações, Neymar Jr. não conseguiu lidar bem com os problemas e acabou piorando a situação com declarações desnecessárias e atitudes consideradas ruins. Podemos perceber também que as redes sociais se tornaram um dos principais canais de comunicação do jogador com a opinião pública — uma estratégia desaconselhada pelos autores.

Como a bibliografia do tema sugere, em momentos delicados, uma boa relação com a imprensa se torna fundamental. Neymar Jr. e seu estafe, no entanto, preferiram acreditar que declarações nas redes sociais ou um posicionamento por meio de um comercial poderiam ser a melhor solução para lidar com os problemas.

Por outro lado, mesmo com a reputação arranhada, uma coleção de polêmicas e comportamentos vistos como equivocados, Neymar Jr. continua sendo o principal jogador da Seleção Brasileira e também um dos melhores do mundo. Além disso, em termos mercadológicos, a marca “Neymar Jr.” continua faturando mesmo com todas as polêmicas.

Resta saber até quando os problemas extracampo não vão se tornar um impeditivo para o jogador continuar se destacando dentro das quatro linhas e sendo considerado um dos atletas mais talentosos da atualidade.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BETING, Mauro. **Neymar – Conversa entre pai e filho**. São Paulo: Universo dos Livros, 2013.

BRANDÃO, Elizabeth. Reputação corporativa: entre o digital e a ética. In: DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. São Paulo: Atlas, 2018.

CAPELLA, R; DUARTE, J; FARIA, A. M. Gestão das mídias sociais em assessoria de imprensa. In: DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. São Paulo: Atlas, 2018.

COELHO, Paulo Vinícius. **O planeta Neymar: um perfil**. São Paulo: Paralela, 2014.

FERRAZ, Luís Henrique Mendonça. O craque, o sex symbol e o homem de sucesso: a construção da imagem de Neymar no mercado brasileiro de revistas (2010/2011/2012), 2014. 129fs. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação, UNESP, Bauru, 2014.

FERRAZ, L. H. M; MARQUES, J. C. Neymar e sua Trajetória Espetacular como Ídolo Nacional. In: SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM. Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Fortaleza, 2012.

FOMBRUN, Charles. **Reputation - Realizing Value from the Corporate Image**. Boston: HBS Press, 1996.

FORNI, João José. **Gestão de crise e comunicação – O que Gestores e Profissionais de Comunicação precisam saber para enfrentar Crises Corporativas**. São Paulo: Atlas, 2013.

FORNI, João José. Gestão da comunicação em situações de crise. In: DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. São Paulo: Atlas, 2018.

HELAL, Ronaldo. Futebol, corpo e publicidade: um estudo de caso. Revista Comunicação, Mídia e Consumo, ESPM, v. 11, n. 32, 2014.

HELAL, Ronaldo George et al. A construção de um ídolo futebolístico na imprensa: estudo de caso. **Organicom**, São Paulo, n. 15, p.234-246, 20 out. 2011.

IASBECK, Luiz Carlos Assis. Imagem e reputação na gestão da identidade organizacional. **Organicom**, 2007.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Schwarcz, 2005.

MORIN, Edgar. **As estrelas: mito e sedução no cinema**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

NEVES, L. F. B. Na zona do agrião, algumas mensagens ideológicas do futebol. In: DAMATTA, R. (org.). **O Universo do futebol**. Rio de Janeiro: Pinakothèque, 1982.

RANGEL, Patrícia. A Mídia e a Construção do Herói Esportivo: Análise da Revista Placar com Neymar Crucificado. In: SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM. Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Manaus, 2013.

ROSA, Mário. **A síndrome de Aquiles**. São Paulo: Editora Gente, 2001.

RÜDIGER, Francisco. **Roberto Carlos, Xuxa e os barões da mídia: estudos sobre a fama, sucesso e celebridade no Brasil**. Porto Alegre: Gattopardo, 2008.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

SILVA, Francisca Islandia Cardoso da; RODRIGUES, Janete de Páscoa. A construção de celebridades midiáticas: o caso Neymar. **Diálogo**, Canoas, n. 29, p.153-168, 31 ago. 2015. Centro Universitario La Salle - UNILASALLE.

SILVA, Franklin Roberto Lucena. **MARKETING ESPORTIVO**: a força da imagem de um ídolo do desporto nacional no processo de divulgação de uma marca. 2012. 33 f. Monografia (Especialização) - Curso de Comunicação Social, Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas – Fatecs, Brasília, 2012.

TEIXEIRA, Carlos Roberto Gaspar. Neymar Júnior e sua Exposição nos Meios Digitais: As Fronteiras entre os Portais de Notícias Online e o Instagram. In: SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM. Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo, 2016.

THOMPSON, John Brookshire. **A nova visibilidade**. Matrizes, v. 1, n. 2, p. 15-38, abr., 2008.