O GRANDE NOME DO BRASIL NA COPA: ABORDAGEM DO SITE GLOBOESPORTE.COM SOBRE O ÍDOLO NEYMAR JR.

DIEGO RODRIGUES DE OLIVEIRA
ANA MARIA DA SILVA RODRIGUES
DAVID MARCOS EMERITO DE ARAUJO
Universidade Federal do Piauí, Teresina, Piauí, Brasil
ams_rodrigues@hotmail.com

INTRODUÇÃO

Grandes estrelas do futebol são, atualmente, conhecidas em todo o mundo. Salários astronômicos, patrocínios pomposos e influência na mídia os fazem grandes personalidades mundiais. Seus hábitos, gostos e preferências são difundidos e imitados por fãs em qualquer lugar. Para dar relevância e ressonância às ações dessas personalidades, a mídia produz, por meio do agendamento, as notícias com o objetivo de manter visibilidade do atleta, por meio de crônicas, reportagens ou artigos.

O campo esportivo, sobretudo o futebol, vem ocupando grandes espaços na sociedade mundial. De acordo com Mezzaroba e Pires (2010, p.125), "o esporte exerce fascínio nas pessoas (...)pois há que se considerar o encantamento estético produzido pela performance esportiva, com seus discursos, imagens e sons, opiniões de especialistas, e também da publicidade envolvida neste novo produto mercadológico que é o esporte espetacularizado."

Cabe ressaltar que a mídia influencia diretamente na construção dos ídolos. Por meio da disseminação de informações, gostos, comportamento dessas personalidades, as pessoas são induzidas usar e até a fazer as mesmas coisas, como cortes de cabelo diferentes dentre outros.

Nesse contexto do jornalismo esportivo foca-se, então, no jogador brasileiro Neymar Júnior, que atua no Barcelona, time da Espanha. O jogador é foco dos noticiários nacionais e internacionais, sejam impressos, portais e outras mídias, daí ele ser o objeto de pesquisa desse estudo. A relevância dessa pesquisa em relação à mídia para a construção desses grandes astros "reside exatamente em tal interface, entre o culto ao herói e o jornalismo esportivo, a importância de um olhar mais atento à visibilidade que alguns jogadores adquirem ao longo de sua carreira" (MARTINS; OMENA, 2010, p.5).

Neymar da Silva Santos Junior nasceu em Mogi das Cruzes, São Paulo. É a maior revelação do futebol brasileiro nos últimos anos. Desde que tinha 12 anos, já era considerado como espécie de joia rara nas categorias de base do Santos, que começou a pagar salários de jogador profissional para não perder o garoto prodígio. O atacante de 22 anos é, atualmente, um dos maiores nomes do futebol mundial. Na galeria de troféus do craque já estão um título da Taça Libertadores da América (2011) e uma Copa das Confederações (2013). Além de ouros prêmios e títulos, Neymar disputou, também, por duas vezes, o prêmio de gol mais bonito do ano (Prêmio Puskás) da FIFA, vencendo uma das edições, em 2011 (NEYMAROFICIAL, 2014).

Com a proximidade da Copa do Mundo de Futebol, a maior competição do esporte no planeta, realizada no Brasil, as notícias envolvendo os grandes craques ganham ainda mais repercussão. Neymar é a principal estrela da seleção do país-sede. A Copa do Mundo do Brasil será transmitida para mais de 200 países, abrangendo mais de 700 milhões de telespectadores, de acordo com o site da *FédérationInternationale de Football Association* (FIFA).

O presente estudo analisou as matérias publicadas no site GloboEsporte.com, no período de 12 de maio a 11 de junho de 2014, exatamente um mês antes do início da Copa no Brasil. O objetivo geral foi descrever como a mídia influencia na construção da imagem do superastroNeymar Jr. Os objetivos específicos foram: analisar as estratégias utilizadas pela

mídia para o agendamento de notícias sobre Neymar; perceber quais estratégias o site GloboEsporte.com utiliza para criar os superastros do futebol e discutir como se forma e se mantem um herói em evidência.

METODOLOGIA

Utilizamos como material de estudo as matérias do site GloboEsporte.com, portal direcionado aos esportes, com enfoque no futebol. Éum portal esportivo que fica dentro do portal Globo.com, das Organizações Globo, com audiência de 16,5 milhões de visitantes únicos; 527,8 milhões de páginas vistas por mês. (ANUNCIE GLOBO, 2014).

O corpus foi composto de 104 matérias referentesaNeymar Jr. publicadas no portal entre 12/05 a 11/06 de 2014, mês anterior ao início da Copa do Mundo no Brasil.A análise compreendeu os títulos e subtítulos (quando existentes) com a pretensão de identificar como a mídia influenciou na construção e manutenção da evidência do ídolo esportivopara a Copa de Futebol.

(1) O jogador Neymar: atuação e conquistas

Dias antes da final do Campeonato Espanhol, em 17/05, Neymar estava se recuperando de lesão sofrida no dedo do pé direito. As matérias sobre a provável ausência do craque brasileiro na final da disputa eram frequentes: **“Neymar muda programação e fará sacrifíciopara jogar 'final' do Espanhol”** (13/05),destacando a importância da participação do atleta no jogo, assim como proposto por Giglio (2007) ao comparar o herói como o “salvador da pátria” e o único capaz de dar a vitória à sua torcida. No dia 14/05 veicula-se matéria ressaltando o “sacrifício” que o jogador fará para jogar: **“Tata confirma Neymar como opção no banco para a decisão do Espanhol”**, “**Neymar treina, é relacionado e vai para o "sacrifício" contra o Atlético”.** Evidentemente, a presença de Neymar nos gramados no Estádio CampNou era aguardada com expectativa, principalmente pelo Atlético de Madrid, pela fama que o atleta tem de ser decisivo nas grandes partidas: **"Solução Neymar" para diluir fórmula "antiBarça" do Atlético no CampNou**” (17/05), “**Xavi quer ver Neymar "artilheiro" na decisão contra o Atlético de Madrid”** (14/05). A mídia usa a voz do capitão do Barcelona, Xavi Hernández, para reafirmar a importância do atleta brasileiro. No dia da final (17/05), Neymar publica em rede social mensagem de confiança à torcida barcelonista: **Neymar mostra o clima da decisão: "Vamo que Vamo, Barçaaaaaa".**

O Atlético de Madrid se consagra campeão Espanhol e a mídia em estudo foge do resultado negativo e busca outro foco:**“Após perder título, Neymar posta foto com pai em avião a caminho do Brasil”** (18/05), evidenciandoa chegada confiante do jogador ao Brasil para disputa da Copa do Mundo.Isso fica ainda mais evidente pela ausência de declaração de Neymar sobre o jogo, como geralmente acontece após a partida.

A chegada ao Brasil é recheada de reportagens sobre o dia-a-dia dos treinos, sempre com destaque a Neymar. Como o jogador acabara de sair de lesão, a primeira matéria analisada utiliza como estratégia fonte oficial – o médico da seleção, José Luiz Runco – para tranquilizar os torcedores brasileiros quanto ao estado de saúde do craque: **“Neymar ganha força, e Runco diz que camisa 10 está "recuperado"”**(28/05). É possível observar a afirmação de Giglio (2007, p.112) quando ressalta que a presença do herói nos principais desafios de uma equipe é indispensável.

Durante a preparação para a Copa, a seleção fez dois amistosos oficiais contra as equipes do Panamá, no dia 03 de junho, e da Sérvia, no dia 06 de junho. Na primeira partida, o time brasileiro venceu de 4x0, com boa atuação de Neymar, como destaca o portal GloboEsporte.com: **“Atuações: Neymar brilha, Hulk ofusca Fred, e Julio César dá susto na torcida”** (03/06), **“Põe na conta: Neymar faz golaço, dá drible na matemática e no árbitro”** (03/06) e **“Show de Neymar transforma vaia em olé, e Brasil goleia o Panamá: 4 a 0”** (03/06). Observou-se a exaltação do craque como herói, evidenciando o que afirma Rubio

(2011, p.02), de que os feitos excepcionais do atleta são importantes para a identificação dos torcedores.

A partida contra a Sérvia teve pouca repercussão, mesmo o Brasil tendo vencido pelo placar de 1x0.Apenas uma matéria da declaração de Neymar foi publicada: "**Vaiado, Neymar avisa: "Não é Santos, Corinthians ou São Paulo. É Seleção""** (06/06).A mídia, novamente, desvia os olhares do público, destacando a declaração confiante de Neymar no subtítulo da matéria acima: "**Camisa 10 do Brasil reclama das manifestações negativas da torcida durante vitória por 1 a 0 sobre a Sérvia: "Antes da Copa das Confederações foi igual e deu certo""**, assim como observado por Borelli (2002, p.03), quando explica que o jornalismo cultua o herói e faz análises de fatos inusitados de relações que são estabelecidas no dia-a-dia esportivo.

Após a partida, o assunto volta a ser a boa atuação de Neymar nos treinos: "**Drible no frio: Neymar se destaca em treino e aprimora cobranças de falta"** (10/06), **"Quase perfeito: Neymar faz série de faltas e tem aproveitamento de 83%"** (11/06). Nessas matérias o GloboEsporte.com ressalta, sobretudo, o esforço do atacante brasileiro nos treinamentos: "**Mesmo pouco tempo antes da estreia, atacante não se poupa, faz boa movimentação e é um dos últimos a deixar o gramado sob chuva e temperatura de 15ºC".** O portal ressalta, então, o comprometimento de Neymar e sua entrega para aperfeiçoar seus fundamentos, como as cobranças de falta.

Próximo à abertura da Copa do Mundo, o GloboEsporte.com apresenta estatísticas para provar que Neymar está preparado para a competição: "**Fenomenal:Neymar tem números melhores do que Ronaldo em 1998"** (09/06). O site comparao atleta com Ronaldo – último grande herói da seleção brasileira, principal jogador da conquista do título mundial na Copa de 2002 -, mostrando que Neymar pode ser o novo herói do país. Essa ideia é descrita por Giglio (2007, p.112) como uma renovação cíclica, ou seja, novo herói surge para tomar o lugar de outro, pois uma nação não pode ficar órfã de ídolos.

A expectativa agora é o jogo de abertura do Mundial entre Brasil e Croácia. As estratégias mais observadas são aquelas que remetem o jogador como herói e exalta suas qualidades dentro das quatro linhas do gramado; a narrativa que gira em torno de Neymar o coloca no patamar do universo limitado dos heróis, como afirma Helal (1999).

(2) A intensa repercussão da vida pessoal de Neymar

No dia 19/05o jogador inicia curto período de férias entre a final do Campeonato Espanhol e o início da preparação para a Copa do Mundo. Embora não estivesse jogando não deixou de estar em evidência: o interesse passa a ser sua vida pessoal. "**De férias, Neymar encontra amigos famosos no Rio de Janeiro"** (19/05), **"Neymar se reúne com uma dúzia de amigos: "Saudade dessa resenha""** (20/05). Assim como observado por Ferraz e Marques (2010) o fato de Neymar ser carismático e espontâneo fora de campo faz com que notícias sejam divulgadas sobre seus momentos de privacidade.

Astros da Música, do Teatro, da Moda e até de outros esportes se rendem ao carisma do craque. **"Antes de amistoso, Neymar e Hulk são tietados por cantor Wesley Safadão"** (03/06), **"Ator de "Em Família" posta foto e brinca com Neymar em rede social"** (21/05). Nesse caso, o portal GloboEsporte.com usa um ator "da casa" – que faz parte da novela Em Família, da Rede Globo – com intuito de promover a ambos. O agendamento midiático entra em cena para manter o jogador em evidência. São técnicas utilizadas pelo site, uma vez que, quanto mais se mostra a influência de uma personalidade mais ela é divulgada.

Como produto midiático, Neymar é figura fácil de vender. O astro brasileiro figura em anúncios publicitários dos mais variados tipos. Até no mundo da Moda o craque se aventura: **"Gisele Bündchen divulga primeira foto de ensaio: "Com o querido Neymar""** (24/05). Novamente, o destaque é dado a publicação em rede social, onde a *top model* brasileira, Gisele Bündchen, divulga foto do ensaio com Neymar para a edição de junho de 2014 da Revista *Vogue* Brasil. Na matéria de título: **"Plim-plim, intervalo comercial: hora de Neymar,**

Felipão e da Seleção na TV” (30/05), o jogador é destacado como o recordista de aparições na TV brasileira, constatando, assim, a facilidade do atleta brasileiro em estar presente nos vários nichos mercadológicos (FERRAZ; MARQUES, 2012).

Amigos e parentes do jogador acabam, também, tendo os seus “15 segundos de fama” por estarem ao lado de Neymar: **“Após participação ao vivo, amigos registram reunião com Neymar”**(26/06), **“Pai de Neymar visita o craque e é assediado por fãs em Goiânia”**(02/06). A primeira matéria destaca a participação de amigos do jogador no programa “Domingão do Faustão”, da Rede Globo. Logo após o programa, os amigos registram o momento e o GloboEsporte.com usa, novamente, uma postagem em rede social para produzir conteúdo.

Em dias de concentração na Granja Comaryas notícias publicadas pelo GloboEsporte.com não são apenas sobre seu desempenho nos treinamentos, como destaca a matéria do dia 01/06: **“Neymar vira fotógrafo e ajuda fã na Granja Comary: "Você está tremendo"”. A** mídia retrata o lado humano do herói, mostrandosua iniciativa de fazer as vezes de fotógrafo, visto que o fã “estaria tremendo”. Essa matéria busca refletir o lado carismático e simples do jogador brasileiro.

A matéria publicada no dia 02 de junho: “**Compositor e fã de Neymar grava CD com faixas sobre camisa 10 da Seleção**”, evidencia a paixão do torcedor brasileiro por Neymar ao ponto de lançar CD com músicas exaltando o atleta. O subtítulo é ainda mais explícito: “**Tchico Lima, de 62 anos, desembolsou quase R$10 mil para confeccionar o trabalho que exalta o camisa 10 da seleção brasileira. "Neymar é nosso atual Mané Garrincha"**. Esse fato mostra o fanatismo, a paixão exacerbada do torcedor pelo ídolo.

Outra matéria foi publicada em 03 de junho: “**Neymar recebe carta de torcedor: "Indo de Brasília até Goiânia de patins"**, onde mostra mais uma “loucura” de um torcedor, que viajou cerca de 200 km de patins – de Brasília a Goiânia – como forma de motivar os jogadores brasileiros para a disputa da Copa do Mundo.

A vida amorosa do atleta também é amplamente repercutida. Neymar é namorado da atriz Bruna Marquezine, que atua nas produções da Rede Globo. No dia 1º de junho, a atriz acompanhou o treino da seleção na Granja Comary. O GloboEsporte.com publicou duas matérias sobre sua presença: **“"É o amor": Neymar encontra Bruna Marquezine e brinca após o treino”,"Disfarçada", Bruna Marquezine vê treino da Seleção na Granja Comary**. É interessante destacar que nenhuma outra namorada ou esposa dos outros 22 jogadores da seleção teve texto publicado no portal de notícias durante o período de análises. Essa convergência midiática em torno do casal é prova do interesse (econômico) por trás da relação entre o superastro brasileiro e uma atriz da Rede Globo, portanto, “da casa”.

As postagens de Neymar em redes sociais voltam a ser destacadas nos jogos amistosos preparatórios para a Copa: **“Antes de amistoso, Neymar posta com Dani Alves e faz selfiecom gandulas”** (03/06), **“Selfies da Seleção: comandados por Neymar, atletas registram volta ao Rio”** (03/06),comprovando, novamente, a facilidade que o jogador tem de obter inserção e, portanto, de ser referência na sociedade, assim como postulado por Ferraz e Marques (2012, p.06).

O craque brasileiro expõe a pressão social que sofrepor ser ídolo mundial na matéria do dia 03 de junho: “**Neymar diz que sente falta de "ser normal": "Já pensei em usar peruca""**. O seu desejo de se disfarçar, deixar de ser quem é e viver como alguém comum aproxima-o ainda mais da ficção - de Neymar como ídolo aNeymar como ser humano -, por afirmar que precisaria de um disfarce para agir como qualquer outra pessoa.

(3) Declarações de personalidades sobre Neymar

Neymaré comumente exaltado como grande jogador na perspectiva deoutros jogadores, ex-jogadores, técnicos e personalidades consagradas do futebol nacional e mundial. Essa estratégia visa dar credibilidade à mídia ao elegerNeymar como o ídolo e o herói da nação brasileira.

Um mês antes do início da copa, a expectativa da torcida brasileira sobre o bom desempenho da seleção brasileira na competição é grande, principalmente por acreditar em Neymar como o "Salvador da pátria" no torneio. A mídia usa diversas vozes para reforçar essa ideia: **"Ricardo Rocha reclama de abertura da Copa e pede: "Calma com o Neymar""** (03/06). Aqui, o zagueiro tetracampeão mundial pelo Brasil em 1994, Ricardo Rocha enfatiza que a torcida brasileira tem, sim, um herói, que deve ser apoiado para ter boa atuação.

O pentacampeão com o Brasil em 2002, Rivaldo, eleito pela FIFA o melhor jogador do mundo em 1999, transmitiu mensagem de esperança a Neymar: **"Rivaldo espera que Neymar possa corresponder com "sua" camisa 10"** (22/05), **"Último 10 a marcar em Copas, Rivaldo torce para Neymar acabar com jejum"** (04/06).Presente em duas copas do Mundo – 1998, quando perdeu na final para a França e 2002 quando foi campeão – Rivaldo usa a mística camisa 10 da seleção brasileira, usada por Pelé, Zico, Rivelino e Ronaldinho, como um peso a mais para Neymar na disputa do mundial, além de torcer para que o jogador quebre o jejum deixado por ele em 2002, de ser o último camisa 10 brasileiro a marcar em copas.

O rei do futebol também faz declarações de confiança. **"Preocupado com ataque da Seleção, Pelé quer tirar pressão de Neymar"(22/05).** A declaração do eterno camisa 10 brasileiro serve para reafirmar Neymar na posição de herói do Brasil e revela preocupação com a pressão que o superastro brasileiro poderia sofrer na Copa.

Neymaré um jogador de muitas qualidades técnicas em campo: dribles inusitados, agilidade e habilidade. Mas para o jogador, "Ousadia" e "Alegria" são suas principais qualidades ao atuar nos gramados. O site busca um jogador consagrado não nos campos, mas nas quadras – Falcão, eleito quatro vezes o melhor jogador do mundo de futsal pela AGLA Futsal Awards – e conhecido, também, pela irreverência e ousadia nos jogos para falar: **"Falcão pede irreverência de Neymar na Copa: "Beijo na bola seria normal""(26/06)**. Nota-se que Neymar é reverenciado não apenas no futebol de campo. Outras vozes respeitadas de outros esportes passam a mesma ideia: Neymar será o grande nome da conquista do Brasil na Copa do Mundo 2014.

A um mês do evento, uma série de manifestações contra gastos na sua preparação virou noticia. Essas manifestações aconteceram sem a mesma proporção do ano anterior, na Copa das Confederações, mas mesmo assim foram divulgadas matérias de protestos próximos de onde a seleção realizava seus treinamentos e jogos. Sobre uma delas especificamente, o ex-jogador Bebeto, tetracampeão mundial pelo Brasil em 1994, afirmou: **"'Neymar deve ter ficado triste', diz Bebeto sobre gritos de manifestantes"** (27/05).

Outra matéria chamou atenção no que diz respeito ao respaldo de ex-jogadores ao futebol de Neymar. O capitão da conquista do pentacampeonato mundial, Cafú, participou de brincadeira em que escalou sua seleção brasileira de todos os tempos: **"Com Pelé, Zico, Ronaldo e Neymar, Cafu monta seleção dos sonhos"**(31/05). É interessante destacar que Neymar, com apenas 22 anos e ainda não tendo conquistado título mundial pela Seleção Brasileira, já estar presente entre os 11 maiores jogadores da rica história do futebol brasileiro na visão de um grande ídolo e campeão pelo país.

Durante o período de análise, outros dois ex-jogadores manifestaram opinião sobre Neymar: **"Oscar compara épocas e vê Neymar atual com peso igual a Zico em 1982"**(06/06), **Pepe vê Neymar com o "freio de mão" puxado para chegar à Copa com tudo** (07/06). Mesmo sem ter conquistado título mundial, o ex-jogador Oscar, zagueiro da seleção brasileira nas copas de 1978, 1982 e 1986, e o bicampeão mundial pelo Brasil em 1958 e 1962, Pepe, são usados pela mídia principalmente pela experiência adquirida ao longo dos anos. As mensagens de confiança emNeymar, vindas de ex-jogadores experientes fortalecem e consolidam sua imagem perante todos os públicos, não apenas dos atletas do momento, mas de ídolos de várias gerações.

Os jogadores em atividade também fortalecem a imagem positiva de Neymar: **"Espanhol Pedro aposta em Neymar e Messi como destaques da Copa"**(03/06), **"Modric vê brilho diferente de Neymar, mas avisa: "Muitos times já o pararam"** (10/06). Na primeira

matéria, o jogador Pedro, companheiro de clube de Neymar no Barcelona compara o camisa 10 brasileiro a Messi, eleito quatro vezes pela FIFA o melhor jogador de futebol do mundo. A mídia também usa a declaração do rival Módric, que atua no Real Madrid – maior adversário do Barcelona -, e na seleção croata – adversária do Brasil no jogo de abertura da Copa do Mundo – mostrando que é possível "parar Neymar". Nessa matéria, especificamente, nota-se que a única preocupação dos croatas quanto ao jogo é Neymar.

Os técnicos de futebol têm, em sua grande maioria, visão especializada sobre a tática e esquemas de jogo. São eles que escalam os times: quem ataca, defende e assim por diante. No caso dos treinadores que enfrentariam o time de Neymar tanto na preparação, como no jogo de abertura da Copa também foram ouvidos, no sentido de fortalecer a imagem do atacante brasileiro: "**Técnico da Croácia diz que Neymar não tira seu sono e provoca Felipão"**(11/06). A Croácia foi adversária do Brasil no jogo de início da Copa do Mundo. Mais uma vez, Neymar é assunto principal na entrevista do técnico croata NikoKovac. Isso fica evidente quando o globoesporte.com insere Neymar logo no título da matéria, no intuito de tornar o texto mais relevante e, principalmente, que tenha mais acessos dos leitores.

Essa estratégia foi usada até com técnicos que não enfrentaram o Brasil durante o mundial, como mostra o título a seguir: "**Técnico da Suíça aposta em Brasil na abertura e faz elogios a Neymar"**(11/06). A mídia usa como fonte o técnico da seleção suíça, OttmarHitzfeld para consolidar Neymar como jogador conhecido mundialmente. O camisa 10 brasileiro, apesar da pouca idade, já é reverenciado como grande jogador em todo o mundo. Essa evidência é clara nem tanto pela atuação na seleção brasileira, mas pelo fato de o jogador defender um dos maiores clubes do mundo, o Barcelona, que, de qualquer maneira, mantem sua imagem presente junto aos torcedores brasileiros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As estratégias da mídia para manter o jogador Neymar em evidência foram analisadasa partir de três categorias: sua atuação profissional, vida pessoal e declarações de personalidades do esporte mundial durante o mês que antecede a Copa do Mundo no Brasil. Para confirmar a tese de Neymar como herói brasileiro, o site Globoesporte.com utilizou mecanismos de agendamento midiático para manter o foco no jogador.

Em nenhum momento de análise foi veiculada notícia negativa sobre o jogador, falando de uma má atuação, de uma atitude inadequada. Todas as matérias analisadas enalteceram a posição de Neymar como grande ídolo do Brasil e o possível herói na conquista do hexacampeonato mundial.

Conseguimos compreender, também, que a vida pessoal do ídolo é de interesse público, por constatarmos vários textos publicados resultantes de postagens do jogador em redes sociais. O lado humano do craque também foi abordado, ressaltando qualidades como a solidariedade, a relação com amigos e família e até sua vida amorosa.

O grande número de declarações de jogadores, ex-jogadores, técnicos e até de atletas de outros esportes evidencia a busca pelo fortalecimento da imagem de Neymar como ídolo mundial. O respaldo das declarações dessas personalidades conferiu ao jogador Neymar ainda mais credibilidade e confiança para a disputa da Copa do Mundo.

Conclui-se que são utilizadas estratégias midiáticas específicas para manter a imagem do ídoloNeymar, em aspectos que chegam a ser até irrelevantes masprendem a atenção dos fãs e, obviamente, geram retorno para a empresa midiática, ficando evidente a relação estabelecia entre a mídia e o interesse mercadológico, visto que as empresas jornalísticas são mantidas, principalmente, pelos altos contratos publicitários.

REFERÊNCIAS

ANUNCIE GLOBO.COM. **GloboEsporte.com**. Disponível: <http://anuncie.globo.com/redeglobo/sites/esportes/globoesporte/home.html> Acessado:01.07.2014.
BORELLI, Viviane. **O esporte como uma construção específica no campo jornalístico**. Rio Grande do Sul. 2002. Disponível em <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/19083/1/2002_NP18BORELLI.pdf>.
Acessado: 25.05.2014.
FERRAZ, Luiz. MARQUES, José. **Neymar e sua Trajetória Espetacular como Ídolo Nacional**. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE – 3 a 7/9/2012.
GIGLIO, Sérgio. **Futebol:** Mitos, ídolos e heróis. Campinas: Unicamp/Faculdade de Educação Física,2007.
HELAL, Ronaldo.Mídia, ídolos e Heróis do Futebol. **Revista de Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física**, vol.2, 1999. Disponível:http://www.portcom.intercom.org.br.
Acessado: 21.05.2014.
MARTINS, Paula. OMENA, Adriana. **Jornalismo Esportivo e Visibilidade Midiática:** o caso Messi.XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul, RS, 2 a 6 de set. 2010.
MEZZAROBA, C. PIRES, G. L. O agendamento midiático-esportivo: considerações a partir dos Jogos Pan-americanos Rio/2007. **Logos** (UERJ - Online), Rio de Janeiro, v. 33, p.124-136, 2010. Disponível: <http://www.logos.uerj.br/PDFS/33/10_logos33_mezzaroba_pires_agendamento.pdf>. Acessado: 10.05.2014.
NEYMAROFICIAL. **Carreira.** Disponível:<http://www.neymaroficial.com/nav/carreira.php>.
Acessado:01.06.2014.
RUBIO, K. **O atleta e o mito do herói**: o imaginário esportivo contemporâneo. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2001.

ENDEREÇO:
Ana Maria da Silva Rodrigues
Rua Dr. Nathan Portella Nunes, 4577, Apt. 201, Rosa& Silva Residencial, Ininga, Teresina (PI)
CEP 64.048-495

THE GREATEST NAME IN BRAZIL WORLD CUP: THE APPROACH OF THE WEBSITE GLOBOESPORTE.COM ABOUT THE IDOL NEYMAR JR.

ABSTRACT
This work aimed the comprehension of the the strategies used by media to build and maintain the image in highlights of the idol of Brazilian football, Neymar Júnior. For both, the raw Globoesporte.com news site and its mechanisms of media scheduling from three categories were analyzed: the professional practice, personal life and the declaration of personalities on the Brazilian playmaker. For such categorization and inference method and the qualitative technique of content analysis was used. Great deeds and creating linkages are fundamental to the construction of the sports idol; achievements extolled by the media and the ties of belonging perpetuate the positive image of the athlete before his audience, which has hitherto player Neymar as the main name Brazil for winning the 2014 World Cup.
Keywords: Neymar. Sport Idol. Media Agenda.Sports Journalism.

GRAND NOM DE LA COUPE DU BRÉSIL: APPROCHE SUR LE SITE LOBOESPORTE.COM IDOL NEYMAR JR.

RÉSUMÉ:
Cetteétudevisait à comprendrelesstratégiesutilisées par les médias pourconstruireetentretenirl'imagemetenévidencel'idoledufootballbrésilien, Neymar Júnior

véhicules. Pourlesdeux, le site brute de nouvelles Globoesporte.com et sesmécanismes de planificationdes médias à partir de troiscatégoriesontétéanalysés: la pratique professionnelle, laviepersonnelle et ladéclaration de personnalitéssurlemeneur de jeubrésilien. Pourcetteclassificationetméthode d'inférence et latechnique d'analysequalitative de contenu a étéutilisée. Grandes actionsetlacréation de lienssontessentiels à laconstruction de l'idole de sport; réalisationsprônées par les médias et lesliens d'appartenanceperpétuentl'image positive de l'athlètedevantsonpublic, qui a jusqu'icijoueurNeymarcommele principal nomduBrésilpourgagnerlaCoupedu Monde 2014.
Mots-clés: Neymar. Sporting idole.Planificationdes médias. Journalismesportif.

GRAN NOMBRE EN BRASIL CUP: ENFOQUE EN EL SITIO GLOBOESPORTE.COM EL IDOL NEYMAR JR.

RESUMEN

Este estudiotuvo como objetivo comprenderlasestrategias utilizadas por losmedios de comunicación para crear y mantenerlaimagen destaca el ídolo delfútbolbrasileño, vehículosNeymar Júnior. Por tanto, el sitio de noticias Globoesporte.com crudo y sus mecanismos de programación de losmedios de comunicación a partir de trescategorías se analizaron: laprácticaprofesional, la vida personal y ladeclaración de personalidades enelmediapuntabrasileño. Para estableceresascategorías y el método de inferencia y la técnica cualitativa de análisis de contenidofue utilizado. Grandes obras y lacreación de vínculos sonfundamentales para laconstrucciónde l ídolo deportivo; logros ensalzado por losmedios de comunicación y loslazos de pertenenciaperpetúanlaimagen positiva de la atleta ante su público, lo que ha hasta entoncesjugadorNeymar como elnombre principal de Brasil para ganarla Copa del Mundo de 2014.
Palabras-clave: Neymar. Sporting ídolo. Programación de losmedios de comunicación. Periodismo Deportivo.

O GRANDE NOME DO BRASIL NA COPA: ABORDAGEM DO SITE GLOBOESPORTE.COM SOBRE O ÍDOLO NEYMAR JR.

RESUMO

Este trabalho objetivou compreender as estratégias utilizadas pelos veículos midiáticos para construir e manter a imagem em evidência o ídolo do futebol Brasileiro, Neymar Júnior. Para tanto, foram analisadas matérias do site de notícias Globoesporte.com e seus mecanismos de agendamento midiático a partir de três categorias: a atuação profissional, a vida pessoal e a declaração de personalidades sobre o craque brasileiro. Para tal categorização e inferência foi utilizado o método qualitativo e a técnica da Análise de Conteúdo. Os grandes feitos e a criação de vínculos são fundamentais para a construção do ídolo esportivo; as conquistas exaltadas pela mídia e os vínculos de pertencimento perpetuam a imagem positiva do atleta perante seu público, que tem, até então, o jogador Neymar como principal nome do Brasil para a conquista da Copa do Mundo de 2014.
Palavras-chave: Neymar. Ídolo Esportivo. Agendamento Midiático. Jornalismo Esportivo.