



## SELEÇÃO BRASILEIRA E NEYMAR: UMA VISÃO DO DISCURSO MÍDIATICO-ESPORTIVO BRASILEIRO<sup>1</sup>

Ângelo Luiz Brüggemann  
Giovani De Lorenzi Pires

### RESUMO

*O futebol brasileiro passa por um momento de renovação e resgate de sua identidade reconhecida mundialmente pelo chamado futebol bonito, este ressurgimento se dá pela presença do jogador Neymar que vem se destacando e chamando a atenção do mundo e da mídia para a sua maneira de jogar. Com isso temos como objetivo neste trabalho analisar de que maneira o mesmo foi tratado pela mídia em três momentos distintos do ano de 2011 junto da seleção brasileira, pois percebermos que os veículos midiáticos o pautaram mesmo em sua ausência. Analisamos uma matéria de cada períodos através da Análise Crítica do Discurso e de uma metodologia da etnografia da comunicação, com isso chegamos a três apontamentos referentes as maneiras como foi tratada a figura do jogador.*

*PALAVRAS-CHAVE: Análise Crítica do Discurso; Seleção Brasileira; Neymar.*

### INTRODUÇÃO

O Brasil é reconhecido mundialmente por seu futebol bonito, cheio de ginga e considerado o melhor ou um dos melhores futebolis do mundo segundo o ranking<sup>2</sup> FIFA, pelo qual se destacou no âmbito internacional principalmente por seus jogadores que se fazem presente nos grandes clubes internacionais e pelo seu estilo de jogo.

Porém, para chegar ao nível em que se encontra atualmente, o futebol brasileiro passou por uma popularização. No final do século XIX o esporte chegou ao Brasil com uma prática exclusiva dos aristocratas que aqui viviam. Inicialmente implantado dentro dos grandes clubes da época, no entanto essa elitização não perdurou por muito tempo.

Uma das características da relação entre brasileiro e futebol foi a paixão, demonstrada desde os primeiros momentos, seja na rápida proliferação dos campos de “pelada”, clubes, campeonatos, seja na ida de grande contingente de espectadores aos jogos da época. O futebol desbanca outros esportes, como o remo e o turfe, no quesito popularidade e vai aos poucos tornando-se a paixão nacional (SILVA, 2005, p.21)

<sup>1</sup> O presente trabalho não contou com apoio financeiro de nenhuma natureza para sua realização.

<sup>2</sup> Disponível em: <http://pt.fifa.com/associations/association=bra/ranking/gender=m/index.html>>  
Acesso: 14 de março de 2013.

A popularização do futebol no Brasil fez render bons frutos, através do que Giglio (2005) embasado em DaMatta (1982), apresenta como futebol-arte, este que é abrilhantado por valorizar os dribles, os floreios, a ginga e a malandragem, estilo que para a época foi a criação muito particular de um estilo de jogar brasileiro que posteriormente se tornou conhecido internacionalmente.

Essas características fizeram com que os meios de comunicação nacionais dessem importância para o futebol, e conseqüentemente para seus atores principais (jogadores), que a partir de determinado momento deixaram de ser pessoas comuns para se tornar estrelas, celebridades ou heróis nacionais, com isso suas vidas deixaram de ser apenas vividas por si para ser acompanhadas por muitos que se interessam ou querem seguir o estilo de vida desses personagens.

Helal (2003) corrobora que no Brasil as narrativas midiáticas sobre as trajetórias de vida dos ídolos (jogadores) são apresentadas e enfatizam sobremaneira a genialidade e o imprevisto como característica marcante e fundamental para se alcançar o sucesso. O que significa, que através destas narrativas a figura de um jogador pode se tornar mais palpável e admirável no modo de vista dos consumidores de notícias.

Portanto neste trabalho temos como objetivo perceber como os meios de comunicação trataram o jogador brasileiro Neymar durante três distintos momentos do ano de 2011 junto à seleção brasileira, sendo eles: na Copa América de Futebol 2011; no Mundial Sub-20<sup>3</sup> 2011; e nos Amistosos da Seleção Brasileira de futebol também em 2011.

A coleta das matérias se deu no ano de 2011<sup>4</sup>, no momento em que os eventos estavam acontecendo. O surgimento deste tema de pesquisa se deu pela importância e relevância dada ao jogador durante todo o período, utilizaremos uma matéria de cada período já apresentado, assim selecionadas: a primeira matéria que comentasse algo sobre o Neymar durante a Copa América, Mundial Sub-20, por considerar que como estava em período de preparação ter matérias que noticiam a presença ou a não presença do jogador significaria sua importância dentro dos grupos, e a última matéria que comentasse sobre o jogador no ano junto à seleção,

---

<sup>3</sup> Cabe ressaltar que o jogador Neymar não participou do Mundial Sub-20, porém durante as matérias veiculadas nesse período sobre aquele selecionado a figura do jogador na escrita dos jornalistas foi intensa e relevante para a identidade daquela equipe.

<sup>4</sup> Estas matérias foram coletadas e fazem parte de outra pesquisa intitulada Consolidação da nova Imagem/Identidade da Seleção Brasileira de futebol na Mídia, PIBIC/UFSC (BRÜGGEMANN, Ângelo Luiz, 2012).

pois esta demonstraria o fechamento de um ciclo de formação. O local de coleta das matérias foram os portais de notícia do Grupo Globo<sup>5</sup>.

A interpretação dos dados produzidos na pesquisa deu-se com base em elementos teórico-metodológicos da Análise Crítica do Discurso (ACD) que, de acordo com Fairclough (1992, apud. COULTHARD, CABRAL, 2008, p.29), é “uma orientação aos estudos da língua que associa a análise textual com uma teoria social do funcionamento da língua em processos ideológicos e políticos”.

A abordagem metodológica da ACD é exemplificada em três dimensões: a descrição do texto, a interpretação da interação e a explicação de como as duas primeiras dimensões estão inseridas na ação social<sup>6</sup>. (FAIRCLOUGH, 2010, p.49-51), sendo que na interpretação as convenções são o ponto principal, na explicação, o objetivo de análise é explicar como as propriedades de interação situam-se na ação social, já a dimensão social depende de metafunções da linguagem sendo elas ideacional ou interpessoal.

Porém para que seja possível compreender o discurso é necessário interpretar em que contexto esta inserida, então utilizamos um modelo para análise apresenta por Hymes (1972) e Perreira (2002) que tem como base palavra acróstico “SPEAKING” no qual cada uma das letras traz um significado, a saber: S – cena ou cenário, P – retrata quem são os participantes, E – indica o propósito de uma dada comunicação, A – refere-se ao ato de comunicação, K – traduz o tom da comunicação, I indica os instrumentos, como também fornece informações quanto ao tipo de comunicação, N – capta as normas socioculturais, e G - capta o gênero do discurso. Este modelo surge do campo de estudos em etnografia da comunicação.

Para uma melhor contextualizar os dados a serem analisado é interessante realizar uma breve incursão ao ano de 2011 da seleção brasileira de futebol, trazendo alguns apontamentos necessários para pensar essas matérias.

- Neymar havia sido renegado pelo ex-técnico Dunga em 2010, enquanto todos os meios de comunicação o queriam na seleção brasileira na Copa do Mundo da África do Sul.
- O selecionado principal do Brasil, após a copa de 2010, teve como lema a “renovação”, porque lhe fora atribuída a responsabilidade de superar a

---

<sup>5</sup> Portais analisados para a pesquisa; [www.g1.globo.br](http://www.g1.globo.br), [www.globoesporte.globo.com](http://www.globoesporte.globo.com), [www.oglobo.globo.com](http://www.oglobo.globo.com), [www.sportv.globo.com](http://www.sportv.globo.com)

<sup>6</sup> Neste caso ação social é mediada pela interação e pela natureza da interação (quem fala, em que situação, em que tempo).

chamada Era-Dunga<sup>7</sup>, a qual foi reconhecida por jogar um futebol fechado e duro, identidade esta sempre dada as equipes européias.

- Durante o primeiro semestre de 2011 o único resultado relevante para a nação do futebol foi à conquista do sul-americano sub-20 de futebol.
- Copa América foi a primeira competição disputada pelo novo técnico da seleção brasileira, Mano Menezes, com derrota nas quartas-de-final, com quatro penalidades máximas desperdiçadas.
- A procura insistente dos meios de comunicação e dos patrocinadores por uma nova peça fundamental no futebol, que reencantasse a torcida brasileira.

Este tema se torna relevante ao ponto em que no papel de seres humanos temos a liberdade de auto-identificação pelo uso de objetos produzidos e comercializados em massa. Porém essa liberdade não funciona sem dispositivos e substâncias disponíveis no mercado. Tanto que para muitos a vida desejada tende a ser a vida “vista na TV” (BAUMAN, 2001), o que dá a entender que os meios de comunicação têm poder de influenciar na vida e identidade das pessoas, já que muitas não estão preparadas para interpretar de maneira crítica a mensagens veiculadas pela mídia.

## APRESENTAÇÃO DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS DADOS.

A partir daqui, passamos a apresentar e discutir as três matérias selecionadas, na ordem cronológica ressaltada na introdução do estudo.

**a) Copa América – Neymar, aos 19 anos, tenta evitar o peso de ser protagonista da Copa America<sup>8</sup>;**

**Figura 1: Matéria Copa América.**



Fonte: O GLOBO 2011

<sup>7</sup> Estudo de MIRANDA *et al* (2012) refere-se a superação da Era-Dunga e "Renovação" da Seleção Brasileira durante os anos de 2010 e 2011.

<sup>8</sup> Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/esportes/copa2014/mat/2011/06/24/neymar-aos-19-anos-tenta-evitar-peso-de-ser-protagonista-da-copa-america-924761224.asp>>. Acesso em: 15 de Fevereiro de 2013.

O texto da matéria se utiliza de adjetivos para falar do jogador com o objetivo de representar a maneira que ele joga, do mesmo modo que faz uso de interjeições que provocam no leitor uma confiança pela presença do atleta junto à equipe, os pronomes utilizados no texto não o enaltecem já que para falar de Neymar utilizam o próprio nome do jogador, atacante ou o ele.

Ao que parece os responsáveis por essa matéria se aproveitaram da chegada do jogador à concentração da seleção para expressar o que ele representa para o selecionado nacional naquele determinado momento. Sem muitos nomes expressivos a nação tem que acreditar que o garoto de 19 anos terá condições de levar à equipe brasileira a vitória, mas que para isso necessitará da ajuda de jogadores mais experientes como Robinho que é seu ídolo pessoal, que está junto da equipe, e deverá ouvir e aproveitar os aconselhamentos desses mais experientes.

A matéria foi escrita por dois jornalistas do O GLOBO, jornal de propriedade do Grupo Globo e que tem os direitos televisivos e é parceiro da CBF em todas as suas ações, de maneira que como o Neymar é o jogador brasileiro “estrela do momento” deve-se enaltecer a sua maneira de ser para que todos se espelhem nessa figura “midiática”.

Após realizar uma breve descrição, interpretação e explicação da matéria utilizamos o SPEAKING para exemplificar melhor o contexto da matéria.

S – A matéria se dá a partir de uma coletiva de imprensa na Argentina junto à seleção brasileira de futebol na ocasião da Copa América;

“Ao seu lado, Elano, outro que se apresentou na noite de quinta-feira, assim como Ganso, lembrou que chegar na seleção após a conquista do título de campeão da Libertadores pelo Santos é uma motivação a mais para todos.”

P – Dois são jogadores (Neymar e Elano) de futebol que estão ali para serem questionados pela platéia de jornalista sedenta por um furo de notícia.

“A seleção brasileira já vive novos ares com a chegada de Ganso, Neymar e Elano. Campeões da Copa Libertadores pelo Santos, os jogadores chegaram já atraindo uma maior curiosidade da imprensa internacional.”

E – Os jornalistas se baseiam na figura carismática do Neymar para montar sua reportagem, já que estava chegando de uma conquista da Copa Libertadores da América e é a estrela brasileira do momento.

A – A matéria trata de passar a imagem de confiança e vontade do jogador para disputar a competição, demonstrando a experiência já adquirida pelo jogador através de outras

competições.

“De maneira inteligente, Neymar deixou claro que sua pretensão é a de mostrar na seleção o mesmo futebol exibido no seu clube. E disse que o estilo Neymar se resume à alegria de jogar e à ousadia de driblar, sem querer ser mais ou menos que ninguém.”

K – A matéria é apresentada com um tom de confiança junto ao atleta, o que demonstra a responsabilidade de estar neste grupo.

I – Os dois precisaram expressar de forma escrita o que sentiram e ouviram durante a coletiva de imprensa realizada na Argentina.

N – Nesta ocasião da coletiva de imprensa podemos pensar em pessoas que ali estão a procura de informações que possam ser tratadas de maneira informacional para pessoas que estão em outro lugar, principalmente no Brasil a espera de notícias da equipe brasileira, que está a procura de seu título no ano de 2011, as pessoas que estão ali independentemente, são geradores de informação.

G – A matéria advém de uma coletiva de imprensa, porém ao ler percebe-se uma bricolagem utilizando trechos que foram falados pelos dois jogadores dando maior ênfase para Neymar e trecho pelo qual os jornalistas fazem suas chamadas e se colocam como formadores de notícia e opinião.

**b) Mundial Sub-20 - Comerciante lamenta a ausência de Neymar: ‘Venderia muito mais’<sup>9</sup>;**

### Figura 2: Matéria Mundial Sub-20

24/07/2011 12h00 - Atualizado em 24/07/2011 12h00

#### Comerciante lamenta a ausência de Neymar: ‘Venderia muito mais’

Proximidade do Mundial sub-20 da Colômbia, que começa na sexta, faz Alberto Llamas faturar com camisas e bandeiras em Barranquilla

Por Victor Canedo  
Direto de Barranquilla, Colômbia

Twitter 14 | Recomendar 1



Aos poucos, os turistas vão chegando, os nativos se empolgando... E os vendedores agradecendo. A proximidade do Mundial sub-20 da Colômbia, que começa na próxima sexta-feira, dia 29, faz cada vez mais Alberto Llamas faturar. Na esquina de uma praça em um bairro comercial de Barranquilla, sede do grupo do Brasil, o colombiano de 55 anos toca o negócio informal há 25 temporadas. Com camisas, bandeiras e flâmulas de todas as seleções que irão disputar a competição, além do tradicional time local Junior Barranquilla e do Barcelona, equipe da moda no planeta, ele tem levado um bom dinheiro para casa. Mas o comerciante também tem

do que se queixar: a ausência de Neymar, que disputou a Copa América e por isso ficou fora

Fonte: globoesporte.globo.com

<sup>9</sup> Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/mundial-sub-20/noticia/2011/07/comerciante-lamenta-ausencia-de-neymar-venderia-muito-mais.html>>  
Acesso em: 15 de Março de 2013.



O texto produzido por Victor Canedo, enviado do globoesporte.com a Colômbia para cobrir o Mundial Sub-20 de futebol 2011, apresenta de uma forma adjetivada a empolgação dos nativos com a chegada dos turistas ao país para acompanhar as disputas, através da figura de um vendedor de rua que está contente com a movimentação pela cidade, que trará mais renda para os moradores da comunidade. O autor em seu texto não deixa de noticiar a lamentação do vendedor ambulante Alberto Llamas pela ausência do jogador de maior renome durante o Sul-Americano Sub-20, Neymar, pois a sua presença poderia gerar maior renda com a venda de camisetas segundo o entrevistado.

Ao analisar a matéria pode-se perceber a presença dos interesses econômicos acima do real significado da competição, esta pode ser a maneira encontrada para justificar a presença de um campeonato mundial em um país sub-desenvolvido. Outro ponto de interesse no texto é a necessidade que o autor tem em noticiar a não presença de Neymar junto do selecionado brasileiro na Colômbia, o que dá a entender que noticiar qualquer coisa sobre o jogador seria uma maneira de manter a divulgação do evento.

A matéria foi escrita por Victor Canedo, que se auto-intitula “aquele que fala de esporte até nas raras folgas”. Ele é repórter e redator de futebol internacional no globoesporte.globo.com, e tem o dever de escrever de forma que os leitores procurem cada dia mais esta plataforma como meio de informação. Então ao falar de um selecionado brasileiro ele tem que criar estratégias que procurem transformar este no melhor produto.

S - A matéria pode ser considerada uma matéria de ocasião, na qual tem por objetivo cobrir um determinado assunto que está em voga no momento, o autor se utiliza da movimentação que está acontecendo na cidade de Barranquilla, por causa da competição.

P - O participante principal da matéria é um vendedor ambulante da cidade que está aproveitando o evento para ter uma maior venda dos seus produtos, como coadjuvante temos o jogador Neymar que segundo o entrevista pode ser considerado uma peça fundamental do evento com a sua não participação.

E - Ao que parece o autor tenta através desta matéria mostrar o lado bom da execução de um evento deste porte dentro de um país sub-desenvolvido.

A - A matéria tem apontamento de exclamação quanto a não presença do Neymar, pois a não presença dele além de estar desfalcando a equipe, também causa um pequeno enfraquecimento da venda das camisas, pois caso tivesse a oportunidade de colocar o nome do jogador na camisa poderia vender mais camisas.

K - A comunicação passada pelo autor tem um caráter de euforia por parte dos

nativos, que veem o evento como uma grande acontecimento que dá visibilidade para a cidade, sendo que seleções como o Brasil se hospedam por lá.

I - Como é uma matéria exclusiva do portal do [globoesporte.globo.com](http://globoesporte.globo.com), o jornalista tem a liberdade de escrever de maneira mais livre, ao se tratar de uma ferramenta nova de comunicação que necessita de uma maior interatividade com o leitor, pois o mesmo tem rápido acesso a outra matéria, então tem-se a necessidade de fazer com que os seus escritos fiquem presos na memória do leitor de maneira diferente.

N - A matéria surge de uma entrevista com um vendedor ambulante, na qual demonstra sua felicidade pelo evento em sua cidade, haja visto que com a maior movimentação na cidade ele poderá vender mais suas mercadorias. Na oportunidade surge o assunto do Neymar que seria uma presença marcante, porém como estava junto da equipe principal não pode competir na Colômbia, mas que se fez presente em várias notícias durante o período.

G - O texto tem como característica uma entrevista, porém ao observar a maneira da escrita do autor, percebe-se um tom de descontração.

c) **Amistosos da Seleção** – Mano aprova decisão de Neymar ficar no Santos: ‘Abre precedente positivo’<sup>10</sup>.

**Figura 3: Matéria Amistosos da Seleção.**



Fonte: [globoesporte.globo.com](http://globoesporte.globo.com)

<sup>10</sup> Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2011/11/mano-aprova-decisao-de-neymar-ficar-no-santos-abre-precedente-positivo.html>>. Acesso em: 15 de Março de 2013.



Trata-se de um texto informativo que utiliza trechos de coletivas de imprensa do técnico Mano Menezes e do Zagueiro David Luiz, após o jogo contra a Seleção Egípcia. Estes que falam sobre a opção de permanência do atacante Neymar no seu clube, Santos, dispensando as propostas de grandes clubes europeus e demonstrando a importância da escolha para o futebol brasileiro. O tratamento relacionado a pessoa do jogador é sempre repleto de adjetivos que contemplam o melhor dele como atleta e como pessoa.

A permanência de Neymar no futebol brasileiro é um grande marco para os anos atuais, pois com os altos salários oferecidos pelas equipes européias e asiáticas poucos jogadores fazem questão de permanecer no Brasil, pois lá jogarão contra os chamados “melhores do mundo” nas “melhores equipes”. Então esta permanência do jovem no mercado brasileiro é a esperança de manter as novas pérolas do futebol nacional por um maior tempo em terras “tupiniquins”.

O surgimento desta matéria se dá após a última coletiva de imprensa (15 de novembro 2011) dada pelos representantes da seleção brasileira em Doha (Qatar), local aonde aconteceu o jogo entre Brasil e Egito, jogo em que o Brasil conquistou a vitória por 2 a 0. Os personagens presentes na coletiva eram o então técnico Mano Menezes e o zagueiro David Luiz que aproveitaram a oportunidade para falar de Neymar quando questionados sobre o assunto.

S – A matéria surge da última coletiva de imprensa do ano para a seleção brasileira, na cidade de Doha, após o jogo do Brasil contra o Egito.

P – Diretamente temos o então treinador da Seleção Brasileira, que estaria comandando a “melhor” equipe do mundo, dona do futebol-arte única penta-campeã do mundo; também David Luiz jogador que saiu do Brasil sem ao menos jogar o campeonato brasileiro na série A, e representa hoje um dos grandes clubes da Europa, o Chelsea. Indiretamente se tem a figura de Neymar jogador jovem com 19 anos que é cotado como o futuro da nação no futebol internacional.

E – Mostrar a importância e relevância que tem desse jogador ficar no Brasil para os futuros jogadores que se espelham nele, é um marco na história já que todos os últimos grandes jogadores do futebol brasileiro não perderam tempo e na primeira oportunidade deixaram o país.

A – Pela maneira como está escrita a matéria, o jornalista teve o cuidado para mostrar a importância da ação tomada pelo jovem jogador, porém a utilização de falas de pessoas influentes no futebol brasileiro atual gera um caráter de maior importância para a atitude

tomada.

K – Através de um tom de amizade passada pelos dois na coletiva que o autor escreve a matérias, em depoimento dado por David é perceptível uma amizade extra campo, pois ele trás a presença da família apoiando o jogador que decidiu ficar no Brasil.

I – A matéria esta alojada no portal de notícia globoesporte.globo.com, que possui uma maneira diferenciada de produzir informação já que tem a seu favor a velocidade para disponibilizar a notícia, porém pode-se perceber um tom de menor responsabilidade, já que os leitores podem procurar maiores informações nas matérias relacionadas ao assunto.

N – Ao se tratar de uma matéria pela qual duas pessoas envolvidas no futebol comentam a escolha de um jogador de futebol, tem-se que eles “sabem” do que estão falando, pois além de conhecer a pessoa focada nas matérias sabem como pode ser a vida desse personagem.

G – O discurso desta matéria é montado com passagens da coletiva, sendo interpretadas pelo responsável da edição.

Pela análise das matérias selecionadas pode-se perceber que direta ou indiretamente o jogador Neymar está inserido no discurso jornalístico-esportivo como havia sido anunciado. Com isso pode-se fazer algumas reflexões sobre a aparição do mesmo nos três períodos; 1º) O jogador é tratado em todas as matérias analisadas como uma peça fundamental para a equipe brasileira voltar a sua glória; 2º) O estilo de jogo apresentado pelo jogador vai para além do cotidiano ele traz novamente a alegria e a vontade de jogar um futebol bonito; 3º) A importância das escolhas feitas pelo jogador, sobretudo a de permanecer jogando num clube brasileiro, apesar das propostas de transferência para o exterior.

A partir desses três pontos é possível fazer uma reflexão sobre identificação que a mídia encontrou na figura deste jogador, já que ele fez com que a cultura do futebol brasileiro voltasse a ser comentada de forma positiva.

Isso significa que a população brasileira começa a se reconhecer na figura do jogador, quando ele deixa de ser um jogador apenas mecânico e passa a colocar sentimento no que está fazendo. Daolio (2006, p.128) apresenta como é formada a construção da identidade de um pequeno brasileiro com o futebol, desde o nascimento até a sua consolidação como um sujeito adulto. Gastaldo (2006) complementa a identificação que o sujeito passa a ter com um determinado time, jogador, etc., exemplo, que neste caso do Neymar, muitos brasileiros podem não torcer pela equipe que ele defende, mas se identificam e gostam da maneira que

ele joga, sobretudo na seleção nacional, que está acima das preferências clubísticas. O mesmo também se mostra identificado e leal ao seu clube, a ponto de preferir permanecer nele a jogar em um lugar onde teria maior visibilidade e talvez maior recompensa financeira.

Através deste encantamento passado pelo jogador é que os meios de comunicação fazem questão de noticiar tudo o que lhe acontece, mesmo sem sua presença. A vida dele deixa de ser só dele e passa a ser vivida por todos, com informações do cotidiano do jogador. O que possibilita pensar na questão dos “heróis” que devem agir para “redimir a sociedade”. Helal (2003) apresenta a saga clássica do herói apoiado em Campbell (1995), na qual fala que o Herói é aquele que vive no mundo cotidiano e se aventura a enfrentar obstáculos considerados intransponíveis.

A história de Neymar é tratada de maneira a colocá-lo como um “herói”, já que ele deixa de seguir o fluxo para o futebol europeu, preferindo enfrentar barreiras intransponíveis dentro do futebol brasileiro. Coloca-se ainda como uma maneira de alegrar e “salvar” a honra do futebol brasileiro que passa a ser visto de outra maneira, já que uma das referências do futebol mundial joga em terras brasileiras.

Porém o que não podemos esquecer-nos de comentar que a realidade vivida pelo atleta no Santos Futebol Clube se compara a vida que o mesmo teria caso a sua transferência houvesse acontecido, já que o mesmo recebe entre salário e patrocínio cerca de 3 milhões/mês, segundo o esporte.ig.com.br<sup>11</sup>, portal de notícia da internet, o único se tratando de Brasil.

No entanto estas informações não são de interesse dos grandes meios de comunicação, pois ao noticiar essas informações poderiam “quebrar o encanto” criado em torno da sua imagem heroica e, assim, afastar os leitores e interessados por Neymar.

O que demonstra que toda essa formulação de matérias vinculadas ao esporte pode ser vista como um processo de “esporte *da* mídia (PIRES, 2002; BETTI, 2002), quando pensada como uma mera falação esportiva Eco (1984) pela qual é possível compreender o que é passado sem um conhecimento prévio, ou então na supervalorização da forma em detrimento do conteúdo. Também têm a prevalência dos interesses econômicos, exemplo disso é o que vimos nesta análise o personagem principal tem grande visibilidade com isso se torna interessante para os meios pautá-lo. Bourdieu (1997) explica isso por uma circularidade circular da informação, no qual as matérias noticiadas em um meio de comunicação serão trabalhadas de maneira diferente por outros mais e estará sempre em pauta até se esgotar.

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://esporte.ig.com.br/futebol/com-salario-e-patrocínio-neymar-pode-ganhar-ate-r-3-mil-por-mes/n1597361808328.html>>. Acesso em: 16 de Março de 2013.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise é possível perceber que os meios de comunicação neste caso, o Grupo Globo, tem interesse em pauta Neymar quando se trata de futebol e de seleção brasileira. O jogador não precisa estar presente na competição, porém tudo que acontece com ele repercute, então por que não pautá-lo?

Ao pautar o modo de jogar, as influências que o mesmo traz para a sociedade com suas escolhas, os meios de comunicação conseguem persuadir os consumidores com o objetivo de aproximar da vida cotidiana da comunidade da vida deste jogador. Desta forma mantém-se a figura de um ídolo de um possível herói nacional, que é uma necessidade do discurso midiático-esportivo.

Os jornalistas tomaram cuidado para mostrar de maneira adjetivada as qualidades do jogador em cada um dos momentos, o que ajuda a reforçar o que Marques (2012) afirma, baseado na Revista *SportsPro*, que o atleta do Santos e da Seleção Brasileira tem o maior potencial de Marketing entre os esportistas de todo o mundo. Este potencial se dá pelo seu carisma e sua abertura junto ao público através de redes sociais, mas também pode-se entender que esse potencial se deu pelo "Tsunami" de notícias proferida pelos meios de comunicação sobre a figura do Neymar.

### BRAZILIAN TEAM AND NEYMAR:

#### A POINT OF VIEW OF BRAZILIAN DISCUSS ABOUT SPORT-MEDIA

##### ABSTRACT

*Brazilian football is going through a renewal and rescue moment of its identity accepted worldwide called beautiful football, this resurgence is happening because of the player Neymar that has been featured and called world's and media attention about his way of playing. The goal in this study is to analyze how he was treated by media in three different times in 2011 with brazilian team, because we realized that media vehicles had guided him even in his absence. We analyzed one paper of periodical by Critical Analysis of Speech and methodology of ethnography of language, to arrive into three appointments of the way that the player image was treated.*

**KEYWORDS:** *Critical Analysis of Speech; Brazilian Team; Neymar.*

### SELECCIÓN BRASILEÑA Y NEYMAR:

#### UNA VISIÓN DEL DISCURSO DE LOS MEDIOS-DEPORTES

# BRASILEÑOS

## RESUMEN

*Fútbol brasileiro está pasando por un momento de renovación y rescate de su identidad aceptado en todo el mundo llamado fútbol hermoso, este resurgimiento que está sucediendo debido a la Neymar jugador que ha aparecido y se llama mundo y la atención de los medios de comunicación acerca de su forma de jugar. El objetivo de este estudio es analizar la forma en que fue tratado por los medios de comunicación en tres ocasiones diferentes en el año 2011 con el equipo brasileiro, porque nos dimos cuenta de que los vehículos de los medios de comunicación lo había guiado incluso en su ausencia. Se analizó un documento de la publicación de un análisis crítico del discurso y la metodología de la etnografía del lenguaje, para llegar en tres citas de la forma en que la imagen del jugador fue tratado.*

*PALABRAS CLAVE: Análisis crítico del discurso; selección brasileira; Neymar.*

## REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BETTI, Mauro. **A Janela de Vidro: esporte, televisão e educação física**. 1997. 278 f. Tese (Doutorado) - Curso de Pós-graduação da Faculdade de Educação, Área de Concentração: Filosofia e História da Educação Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1997.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997

CALDAS-COULTHARD, Carmen Rosa; SCLiar-CANRAL, Leonor. **Desvendando Discursos: conceitos básicos**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2008.

DAOLIO, Jocimar. **Cultura Educação Física e Futebol**. 3 ed. rev- Campinas,SP: EdUnicamp, 2006.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discursos e mudança social**. Brasília: Editora Unb, 2001.

GASTALDO, Édison Luis. Futebol midiático e sociabilidade masculina: apontamentos etnográficos. In: ABA – Associação Brasileira de Antropologia 25<sup>a</sup>, 2006, Goiânia. Reunião Brasileira de Antropologia. **Congresso: ABA – Associação Brasileira de Antropologia**, 2006.

GIGLIO, Sérgio Settani. Futebol-Arte ou Futebol-Força?: o estilo brasileiro em jogo. In: DAOLIO, Jocimar. **Futebol, cultura e sociedade**. Campinas: Autores Associados, 2005. p. 53-72.

HELAL, Ronaldo. A construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro. **Alceu**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 4, p.19-36, 2003. Semestral.

MIRANDA, Lyana Thédiga; BRÜGGEMANN, Ângelo Luiz; PIRES, Giovani De Lorenzi. A Mídia e a Reconstrução da Identidade da Seleção Brasileira pós-Dunga. Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação/ INTERCOM, 35, **Anais...** Fortaleza, CE, 2012

PIRES, Giovani De Lorenzi. **Educação Física e o discurso midiático: abordagem crítico-emancipatória**. Ijuí : Ed. Unijuí, 2002 – 336 p.

SILVA, Silvio Ricardo da. A construção Social da Paixão no Futebol: o caso do Vasco da Gama. In: DAOLIO, Jocimar. **Futebol, cultura e sociedade**. Campinas: Autores Associados, 2005. p. 21-52.

SILVA, Mauricio R., PIRES, Giovani De Lorenzi. A “bolha” estourou! E daí? O Brasil é penta!!!. [Editorial]. **Motrivivência**, nº 17, p. 7-13, Set. 2001.