

Uma fábrica de gols e cifrões

Carol Knoploch
carolk@sp.oglobo.com.br

SÃO PAULO

Cansou de ver Neymar em propagandas de TV? Lembra as marcas que ele representa? Tudo pode "pioorar". É que o craque do Santos, que tem dez patrocinadores pessoais, é motivo de briga entre duas montadoras. O "vencedor" poderá ser o 11^o, um time à disposição do maior garoto-propaganda atual do futebol brasileiro, e que já é comparado a fenômenos de marketing como a modelo Gisele Bündchen e a cantora Ivete Sangalo. Wagner Ribeiro, seu empresário, não vê limites para o jovem craque santista na publicidade, afirmando que que ele deve "explorar" o setor automobilístico e de companhias aéreas.

— Duas empresas (do setor automobilístico) estão se engalinhando. Querem o Neymar. Ele é um fenômeno, diferentemente de tudo o que já vi no futebol. Outro dia até comentei com o pai dele. O que aconteceu em dois anos, meu Deus? É um meteoro? Eu tenho de beliscá-lo e peço para ele me beliscar também. Para termos certeza de que tudo isso é real — conta Wagner Ribeiro, que cuida do craque do Santos desde as categorias de base.

Neymar, que completa 20 anos no próximo domingo, quando estreia na temporada, tem salário mensal de cerca de R\$ 3 milhões (R\$ 36 milhões por ano). O clube paga uma pequena parte (cerca de R\$ 350 mil). A maior fatia vem do setor publicitário. Os valores dos contratos são mantidos em sigilo, mas alguns chegam a R\$ 4 milhões no total. De acordo com o clube, a cada nova parceria, Neymar fica com 90% do valor total e o Santos, 10%.

Retorno comprovado

Com base na revista France Football, que divulga anualmente o ranking dos atletas mais bem pagos do mundo, Neymar ocupa a oitava posição (dados de 2011). Lionel Messi, do Barcelona, aparece em primeiro, com € 31 milhões (R\$ 74,174 milhões).

E mais: Neymar está na lista dos 50 atletas mais cobiçados para propagandas segundo a revista britânica "SportsPro" — é o 17^o. À sua frente, estão atletas de outras modalidades esportivas como mega-atleta Usain Bolt, o primeiro, o piloto de Fórmula-1 Lewis Hamilton (5^o) e o tenista Rafael Nadal (16^o). E apenas dois jogadores de futebol: Cristiano Ronaldo (3^o) e Lionel Messi (4^o).

— Em termos de publicidade no Brasil, ele pode ser comparado aos furacões Gisele Bündchen e Ivete Sangalo — garante o publicitário Luiz Lara, da agência Lew Lara e presidente da Associação Brasileira das Agências de Publicidade. — Ele vale o quanto pede, mesmo que os valores sejam bem distintos porque as campanhas têm duração e veiculação diferentes. O importante é que a empresa tenha perfil e roteiro adequados ao da celebridade. E o que sei é que quem contratou o Neymar está mais do que satisfeito. Além de carismático, é aplicado e pontual.

Segundo Luiz Lara, Neymar é "fofo" e até seu moicano "esquisito" virou moda. Afirma que depois da aposentadoria de Ronaldo, ele surgiu como o grande nome no futebol. Mas, na sua opinião, tem de manter o desempenho em campo.

— Tem de continuar a jogar

Os incríveis números que cercam a meteórica ascensão de Neymar, que se torna um dos maiores fenômenos de marketing do Brasil

R\$
36
milhões
por ano entre salários e publicidade

3,2
milhões
de seguidores no Twitter

17^a
marca
mais valorizada entre todos os atletas do mundo

Tem contrato de publicidade com

10 empresas

bola e encantar a todos, inclusive torcedores de times rivais. O Santos tem a simpatia dos outros clubes graças ao Pelé. E agora franqueou esse "patrimônio" a Neymar. Se ele ganhar a medalha inédita na Olimpíada de Londres, começará a escrever de vez o seu nome na história da seleção brasileira.

Em sua primeira entrevista em 2012, Neymar garantiu que, se depender de vontade, seu desempenho no campo, não cairá no ano de centenário do Santos, com Libertadores e Olimpíada.

— Estão mal acostumados, mas a culpa é nossa. Eu sempre quero mais. Para mim, nunca está bom — brincou o craque,

estimando o aumento na cobrança da torcida.

Neymar já se igualou a Ronaldinho Gaúcho como o jogador em atividade mais querido dos brasileiros. É o que diz a pesquisa da Sport+Markt, feita com mais de 8 mil pessoas, em 27 estados e DF, em 2011. A dupla ganhou disparado até de Messi, o melhor do mundo pela Fifa. Ronaldinho teve 26% da preferência e Neymar, 25,9% (empate técnico). Messi obteve 4%. Em 2010, Neymar já havia liderado a mesma pesquisa (12,76%), à frente de Kaká (12,48%) e Robinho (11,2%).

Outra enquete de 2011, feita pelo Ibope nas 12 principais

regiões metropolitanas do Brasil, Neymar foi considerado a segunda personalidade esportiva de acordo com os telespectadores (12%). Perdeu apenas para Ronaldo (15%).

Para o presidente do Santos, Luiz Álvaro de Oliveira Ribeiro, por tudo isso Neymar não tem preço.

— Não tem preço porque não está no mercado, à venda. É caso raro, uma trufa, muito difícil de ser encontrada, que não pode ser cultivada e que precisa de cães farejadores para a colheita. Neymar é um objeto de desejo mas é do Santos — compara Luiz Álvaro, que já recebeu oferta de € 60 milhões para vendê-lo em 2011, no auge da disputa entre Real Madrid e Barcelona. O Real ofereceu €15 milhões a mais do que a multa rescisória da época. — Quando me procuram para

abordar esse assunto eu simplesmente falo: próximo ponto, por favor! Não quero entrar para a história como o irresponsável que vendeu Neymar.

Com o camisa 11, o número de sócios do clube dobrou, chegando a 50 mil. A ideia é ultrapassar 100 mil até 2014 (o que daria uma receita de cerca de R\$ 45 milhões). Luiz Álvaro conta que, em março, o clube vai criar uma nova categoria de sócios, com vários programas interativos, incluindo compromissos com Neymar, e que a adesão já bateu o número dos 5 mil.

Após os títulos da Libertadores e do Paulista, conquistados graças ao talento do craque, a camisa santista valorizou 20%.

— Somos o único clube de São Paulo com patrocínio mas-

ter da camisa fechado para a temporada inteira — festeja o dirigente.

O Santos, que trocou recentemente o fornecedor de material esportivo, não tem dados sobre a venda de camisas do craque.

— O estoque de camisas dele, na loja da Vila Belmiro, nunca chegou a dez! Tenho mais de 150 pedidos de camisa autografada para doação, para crianças carentes, doentes... — diz Wagner Ribeiro.

Neymar não tem preço, para Luiz Álvaro. Mas a marca dele já foi avaliada em R\$ 122 milhões pela consultoria Pluri, ocupando a sexta posição de uma lista de 20 nomes, encabeçada por Messi (R\$ 244 milhões). A consultoria BDO avaliou em R\$ 300 milhões.

Igual a Pelé

Assim como Pelé, Neymar foi eternizado na Vila Belmiro. Na última terça-feira, inaugurou espaço para glórias pessoais no Memorial das Conquistas do Santos. Até então, o privilégio era só do Rei. O ambiente foi batizado de "Espaço Puskás" em homenagem ao prêmio da Fifa pelo gol mais bonito do mundo em 2011 (desbancou os de Messi, do Barcelona, e de Rooney, do Manchester United). O gol em questão foi marcado contra o Flamengo, na derrota por 5 a 4, na Vila Belmiro, pelo Brasileiro.

O local ganhou as chuteiras usadas pelo craque no gol, uma réplica do troféu da Fifa e uma estátua estilizada (com o topete e tudo). E também faz referência ao prêmio de Rei das Américas, concedido pelo jornal "El País", do Uruguai, para o melhor jogador do continente em 2011. Neymar causou furor entre os uruguaios ao comparecer à entrega dos troféus. Por seu carisma e simpatia, frutos de sua empatia, mas também de um cuidadoso projeto de marketing.

O atacante tem estafe de dar inveja a astros da música pop. Com direito a fonoaudióloga. Isso porque há cerca de dois anos, o craque tinha dificuldade de se comunicar. Sua melhora tanto no português, quanto na desenvoltura é nítida. Neymar, que faz mídia training, também superou episódios complicados nessa fase: a briga com o ex-técnico Dorival Júnior e uma gravidez inesperada.

— A grande virada na carreira do Neymar aconteceu após a briga com o Dorival Júnior. Até a mãe dele chorou. Depois disso, ele começou a entender a dimensão das coisas. E é apenas um menino de 19 anos. Seu negócio é jogar bola. Ele faz com prazer, se diverte. Até nas férias jogou — diz o presidente do Santos.

— Ele não mudou em dois anos. O Neymar passou a entender qual o habitat em que vive. Só isso — acrescentou Eduardo Musa, seu assessor especial desde junho de 2010 e responsável pela organização da agenda do menino.

Neymar conta com um ou dois compromissos semanais com patrocinadores. Musa afirma que, frequentemente,

tem de recorrer a aluguel de helicópteros para ganhar tempo.

— O dia do Neymar tem 48 horas. A prioridade é o futebol. Depois dos compromissos, ainda arruma tempo para namorar, ouvir pagode, ficar no Twitter e se divertir — brinca Luiz Álvaro.

Com apenas dois anos de profissional, Neymar é um sucesso absoluto e capaz de brilhar por todas as mídias. Como mostra seu desempenho no Twitter: tem 3,2 milhões de seguidores, bem mais, por exemplo, do que o técnico da seleção brasileira, Mano Menezes (2,4 milhões). ■