

Redes sociais projetam imagem e Neymar e o ajudam a ser ídolo, diz publicitário

Thiago Tanji



Dayyán Morandi: o Neymar foi instruído para que tivesse uma linha de conduta capaz de afastá-lo de polêmicas

Após uma quarta-feira de tirar o fôlego para os fãs do futebol brasileiro, o esporte mais popular do país continuou em pauta no InfoTrends. Penúltimo palestrante do dia, o publicitário Dayyán Morandi contou sua experiência à frente da Life Sports Brands, empresa que desde 2010 desenvolve o projeto de marca e marketing digital para Neymar, jovem astro do Santos Futebol Clube.

Com mais de 5,4 milhões de fãs no Facebook e pouco mais de 4,6 milhões de seguidores no Twitter, Neymar tornou-se o primeiro jogador no Brasil a receber um planejamento específico para o gerenciamento de suas redes sociais.

"Fui convidado pelo staff do jogador para criar um site para o Neymar. Na conversa, expliquei que poderíamos fazer algo mais profissional, integrando o Twitter e o Facebook para que as pessoas pudessem conhecer a vida dentro e fora do gramado do atleta", afirmou Morandi na conversa mediada pelo jornalista Sergio Xavier, ex-diretor de redação da revista Placar.

O pai de Neymar, que também empresaria o jogador, aprovou a ideia, ainda que com um tom um pouco ameaçador. "A resposta dele foi simples e direta: 'é uma ideia muito legal, mas se você ferrar com a imagem do meu filho, te mato'", disse o publicitário. Para alívio de ambas as partes, o projeto transformou-se em um sucesso, já que os fãs queriam acompanhar os passos do ídolo. "Ninguém para o moleque, ele tem três celulares, posta fotos no Instagram e interage com os fãs", disse Dayyán.

Dayyán Morandi explicou que o próprio Neymar realiza as publicações em suas contas. No entanto, o jogador foi instruído para que tivesse uma linha de conduta capaz de afastá-lo de polêmicas. "Para que o perfil tenha sucesso, você não pode usar um ghost writer, tem que ser

real. Por isso é preciso ter um acompanhamento de media training, para saber como se comportar quando está sendo criticado no Twitter, por exemplo", disse o publicitário.

Durante a conversa, que durou aproximadamente meia hora, Sérgio Xavier lembrou-se que, após uma partida, o jogador santista publicou uma mensagem no Twitter que dizia "juiz ladrão, vai sair no camburão", criticando a atuação do árbitro Sandro Meira Ricci.

A polêmica rendeu um processo judicial por parte do juiz contra o atleta. Segundo Dayyán Morandi, esse fato aconteceu antes de Neymar receber a orientação de sua equipe. Entretanto, afirmou que, quando acontecem fatos como esse, o ideal é admitir o erro. "É necessário aceitar o fato e pedir desculpas, trabalhando para que esse problema de imagem seja solucionado. Isso também dependerá do próprio comportamento do atleta."

Além do gerenciamento das redes sociais, Morandi também lembrou que a "joia" do Santos é um dos principais garotos propaganda da rede social Palpiteiros, voltada aos fãs de futebol. "O Palpiteiros tem a intenção de ser uma rede mundial. Nele, é possível dar notas aos jogadores, ao time, à arbitragem. E para expressar isso, nada melhor do que utilizar a imagem do Neymar, que representa atualmente o futebol brasileiro."

Antes de finalizar o encontro, o publicitário comentou a respeito da situação do marketing esportivo brasileiro. "O Brasil está atrasado pela falta de profissionais qualificados no marketing esportivo. Nós teremos uma série de eventos esportivos internacionais e falta gente no mercado com competência para fazer isso. Ainda há muita coisa a ser explorada, tanto pelos clubes quanto pelos atletas."

Fonte: Info Exame [Portal]. Disponível em:

<[http://info.abril.com.br/noticias/internet/neymar-segue-normas-de-conduta-na-web-diz-dayyan-morandi-21062012-](http://info.abril.com.br/noticias/internet/neymar-segue-normas-de-conduta-na-web-diz-dayyan-morandi-21062012-76.shl?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+Planta-INFO+%28Plant%C3%A3o+INFO%29)

76.shl?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+Planta-INFO+%28Plant%C3%A3o+INFO%29>. Acesso em: 22 jun. 2012.