

Os diários virtuais dos “feras”: a virilidade em perfis oficiais de jogadores de futebol no Instagram

RESUMO

O objetivo deste artigo é examinar as representações de virilidade nos perfis de jogadores de futebol no Instagram, mais especificamente os perfis do jogador argentino Lionel Messi (@leomessi) e do brasileiro Neymar Jr. (@neymarjr). Com base especialmente no referencial teórico de Jessica Carniel (2009), Fernanda Carrera (2012), R.W. Connell (2003) e Paula Sibília (2008), o argumento central sustenta que, apesar das diferenças em termos de linguagem e de estilo entre os dois, ambos os jogadores trouxeram, nas postagens relacionadas à prática do esporte e à sua atividade profissional nos clubes e nas seleções nacionais, um “ethos guerreiro” como ideal de virilidade, associado a um conjunto de disposições físicas e morais orientadas para o bom desempenho no campo. Foi utilizado o método comparado, mais especificamente a “comparação sistemática” proposta por Douglas Booth (2002). Dentre os resultados, foi possível verificar que, nas postagens relacionadas à promoção de produtos e às suas vidas pessoais, ambos os jogadores propagam estilos de vida associados à superação de condições de vida adversas e à conquista de riqueza e status superior em relação a outros homens. Apesar de comentários de haters aparecerem com frequência nesses perfis, os/as seguidores/as de tais atletas em geral acompanham, fiscalizam e estimulam sua busca de melhoria do desempenho não só na atividade profissional, mas o crescimento em todas as esferas da vida.

PALAVRAS-CHAVE: Virilidade; Futebol; Instagram; Lionel Messi; Neymar Jr.

Diego Santos Vieira de Jesus
dvieira@espm.br
Escola Superior de Propaganda e
Marketing do Rio de Janeiro (ESPM-Rio)
Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

INTRODUÇÃO

A valorização social dos homens atletas como ícones de virilidade mostra-se associada não somente à ideia de que o tamanho e a força de seus corpos trariam a eles mais chances de vencer ou intimidar outros homens. A virilidade desses atletas equaciona esses aspectos físicos com marcas psicológicas – em geral associadas à disciplina e ao autocontrole – e sociais, relacionadas ao poder e ao domínio sobre mulheres e mesmo outros homens (KLEIN, 1993). Com a comoditização de esportes como o futebol, a virilidade de inúmeros atletas desse esporte é reforçada não apenas por desempenhos ideais que eles exibem em campo, mas é alimentada por campanhas publicitárias na exploração da imagem dos jogadores para a venda de produtos e serviços associados ou não ao esporte que praticam. Nessas campanhas, tais atletas em geral são apresentados como portadores de estilos de vida não somente caracterizados por símbolos do universo esportivo, mas por marcadores sociais de status, riqueza e elegância. A expansão de redes sociais como o Facebook – a maior rede social virtual do mundo, que permite a interação entre seus/suas usuários/as por meio de comentários em seus perfis e mensagens diretas – e o Instagram – que será explorado no decorrer do artigo – permitiu aos próprios atletas, em seus perfis oficiais, não apenas veicularem uma imagem viril associada à sua prática profissional e à promoção de produtos e serviços, mas divulgarem fatos de sua vida pessoal em que reiteram características viris associadas à ostentação de conquistas obtidas como resultado de seus trabalhos, tais quais mansões, carros, iates e festas.

O objetivo deste artigo é examinar as representações de virilidade nos perfis de jogadores de futebol no Instagram, mais especificamente os perfis do jogador argentino Lionel Messi (@leomessi) e do brasileiro Neymar Jr. (@neymarjr). O argumento central sustenta que, apesar das diferenças em termos de linguagem e de estilo entre os dois, ambos os jogadores constroem, nas postagens relacionadas à prática do esporte e à sua atividade profissional nos clubes e nas seleções nacionais, um “ethos guerreiro” como ideal de virilidade, associado a um conjunto de disposições físicas e morais orientadas para o bom desempenho no campo. Nas postagens relacionadas à promoção de produtos e às suas vidas pessoais, ambos os jogadores propagam estilos de vida associados à superação de condições de vida adversas e à conquista de riqueza e status superior em relação a outros homens. Apesar de comentários de haters – indivíduos que propagam o ódio a pessoas e instituições em redes sociais – aparecerem com frequência nesses perfis, os/as seguidores/as de tais atletas em geral acompanham, fiscalizam e estimulam sua busca de melhoria de desempenho não só na atividade profissional, mas o crescimento em todas as esferas da vida, como a sentimental.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Na Grécia Antiga, o esporte e a participação em competições colocavam o atleta como um combatente. O ginásio era um local onde se desenvolvia a quintessência da masculinidade. O corpo masculino se apresentava nu e untado, valorizando a sua beleza. As vitórias valorizavam o atleta e sua família, contribuindo para sua inserção na elite cívica com condutas propriamente masculinas naquela sociedade, tais como coragem, espírito de competição,

expansão de redes de amigos e generosidade (SARTRE, 2013). Na Roma Antiga, o retrato físico do homem viril era baseado em um corpo que respondesse a alguns códigos. Por exemplo, o bronzeamento do corpo guerreiro e atlético era adquirido pela prática de exercícios físicos ao sol e pelos esportes ao ar livre. A formação física dura preparava o garoto para a caça e a guerra (THUILLIER, 2013).

Nos séculos seguintes, os jogos esportivos respeitavam as diferenças entre os sexos. Eles requeriam força muscular e vigor, revigorando a agressividade valorizada nos homens, mas reprimida nas mulheres. O nível de violência da sociedade encontrava uma inscrição exemplar na estrutura de seus jogos esportivos. No século XVI, a sociedade aristocrática apreciava jogos de força com treinamentos violentos, mas cujo excesso de força era regulado. O enfrentamento lúdico permitia a jovens celibatários afirmar poder viril no próprio território e sobre as moças a serem desposadas de sua paróquia diante dos rivais de localidades vizinhas.

A força viril dos vencedores proclamada em jogos de enfrentamento constituía um presságio de vitória e fertilidade para a coletividade. Desde meados do século XVI ao século XVIII, transformações de costumes encorajadas pelas reformas religiosas e pela construção de Estados modernos apontaram para a reserva da cultura de violência aos militares, ordenados pelo Estado. Outros entes da população eram intimados a renunciar a diferentes manifestações de violência, fator de desordem potencial. A atitude corporal era cada vez mais governada por regras de apoio, inclusive jogos esportivos. Os exercícios concentravam-se na esgrima, na equitação inteligente e na dança, capazes de ensinar à nobreza porte e delicadeza.

Os jogos esportivos que praticavam os fidalgos buscavam a conciliação de exigências opostas: força e virilidade na guerra e freio da agressividade com elegância, harmonia e porte na corte. Entretanto, o duelo nobiliárquico representava uma face obscura da educação dos fidalgos pela esgrima e continuava a ser visto como meio viril por excelência de se afirmar proeminência sobre iguais e se proclamar a superioridade de aristocratas sobre plebeus. Além disso, o mundo dos camponeses surgia como um reservatório de jogos esportivos ancestrais em que adversários não temiam enfrentamentos vigorosos ou brutais (BELMAS, 2013).

Ao longo do século XIX, a virilidade de soldados de linha ganhava as nações, e os exércitos se consolidavam como receptáculos de honra e de glória dessas comunidades. O esporte habituava os homens a serem autônomos e solidários, e o patriotismo ditava a solidariedade, levava ao devotamento e à abnegação e protegia a honra em meio à selvageria dos combates. Com ampla liberdade de iniciativa, muitos militares se estimulavam com a “missão civilizatória” das tropas coloniais, de forma que os exércitos coloniais operavam como espaços de educação para jovens em busca de identidade masculina (BERTAUD, 2013). No decorrer do século XIX, o princípio do duelo entre dois homens permanecia como pano de fundo de um combate que valorizava mais a destreza do que a violência. O arranjo do espaço, os dispositivos de proteção do corpo e a regulamentação de golpes limitavam os efeitos mutiladores e focalizavam a atenção no nível técnico dos combates. A agressão tecnicamente arbitrada fazia parte da transformação das relações de violência entre homens. Nas práticas esportivas que se

desenvolviam, profissionais e amadores gradualmente se distinguiam. A derrota em eventos esportivos remetia o vencido ao anonimato; a vitória perpetuava o nome do vencedor. Os campeões mais venerados carregavam as virtudes cardeais de obstinação e se preveniam de comportamentos humilhantes. As virtudes associadas à virilidade eram resistência, coragem e força ameaçadora (RAUCH, 2013).

A glória não dependia simplesmente das qualidades físicas ou técnicas do indivíduo, mas da expressão simbólica de poder coletivo e comunitário. O corpo do campeão carregava a referência ao soldado-cidadão, de forma que o esporte aliava a representação militar – “escudo da nação” – à cultural, com referências à civilização da Grécia Antiga, como se os esportistas carregassem valores morais de uma civilização ideal. A virilidade do “herói popular”, com a ética que engendrou o apego da população de seus locais de origem a ele, assumia um papel cada vez maior na nova representação de nação, de forma que a história de desempenhos masculinos assumia um valor de civismo numa sociedade idealmente meritocrática.

O desejo de autonomia e de ostentação de capacidade de resposta ocorria num movimento em que os indivíduos se opunham uns aos outros num contexto de domesticação da violência e do desafio. O esporte se mostrava, assim, fundamental para a formação da virilidade e era recomendado para a educação de crianças e adolescentes. A dominação simbólica do homem fazia parte dos benefícios educativos que os esportes coletivos produziam nos meninos. O domínio de emoções, o controle do corpo, a dominação da vontade, a moral de altruísmo e solidariedade e o sentido de motivação estimulados pelo esporte faziam pensar nas qualidades do soldado, do cidadão e do pai. Nesse processo, a atuação das mulheres jamais atingia o nível simbólico das atuações masculinas, além de que predominava a ideia de que o esporte desnaturava o corpo feminino das suas funções morais – uma vez que as mulheres eram submetidas às obrigações da “decência” – e fisiológicas – tendo em vista que as mulheres deveriam ser formatadas para serem “mães” (RAUCH, 2013).

No século XX, o trauma da insignificância catalisou a celebração do corpo masculino depois da Primeira Guerra Mundial: para conjurar a impotência constatada, exaltou-se a potência esportiva, valorizando-se o trabalho para melhorar e defender o grupo e a luta contra a preguiça, a depressão e o desencorajamento. Para se exorcizarem imagens de morte, celebrou-se a vida, que, pelo recurso às referências históricas a arquétipos da virilidade na Grécia e na Roma Antigas, parecia perene. Para fazer esquecer a feiura do ferido e do cadáver, celebrou-se a beleza da musculatura abundante e hipertrofiada do guerreiro (CHAPOUTOT, 2013).

Além disso, a maior presença da mulher no esporte fazia com que se esperasse dela valores semelhantes aos contemplados pelos homens: força, coragem, engajamento e determinação. Qualquer exclusividade masculina perdia a legitimidade; entretanto, ainda havia pouco reconhecimento e aceitação da igualdade entre homem e mulher no esporte, bem como o privilégio midiático frequentemente atribuído às práticas esportivas masculinas. O esportista passou a ambicionar cada vez mais um projeto global de desempenho e recorde e de espetáculo profano, com a moral sendo inseparável desse projeto. O fair play

(“jogo limpo”) impunha-se sobre a decadência das tradicionais solidariedades religiosas, e a prática feminina do esporte continuava circunscrita e rigorosamente orientada para atividades como ginástica rítmica, dança e gincanas diversas. As referências à guerra e ao combate mantinham-se fortes, levando-se ao entendimento de que o esporte fazia florescer qualidades que serviam ao conflito. Em face de sentimentos de risco de decadência, o esporte estimulava nos homens autoconfiança e autocontrole.

As sociedades totalitárias – como as governadas por regimes fascistas – evidenciavam a mobilização viril pelo esporte, reorientando a noção de regeneração a partir da figura do atleta e apresentando estádios e espaços de competição como campos de metamorfose. A fusão do atleta ao coletivo apagava o individual e o singular. A mobilização do esporte como recurso para a “melhoria física dos trabalhadores” era importante para regimes socialistas. Em sociedades democráticas, com uma visão mais individualista das práticas esportivas, de forma que esporte não se mostrava necessariamente obrigado a servir à raça ou à grandeza da pátria. A virilidade esportiva se orientava para vertentes mais íntimas, como o desenvolvimento de coragem, obstinação e abnegação, engrandecidas pelas sociedades democráticas, sensíveis à psicologização, à ascensão hierárquica e à meritocracia (VIGARELLO, 2013).

No contexto contemporâneo, além de continuar se mostrando associado à identidade nacional, o esporte continua sendo apresentado como um ideal para a juventude e usado constantemente como base para a propaganda (CONNELL, 2003). A difusão de modelos de virilidade vinculados ao esporte pela mídia tem alcance mundial com a expansão da globalização, que, no âmbito cultural, permitiu a criação e a recriação de novas formas de identidade, em geral ligadas ao consumo (HELD, 1999). Nesse contexto, o futebol foi hipercomoditizado em face de sua alocação como uma “competição mundial” para a venda internacional de produtos e associado a novas formas de fama. O resultado é a criação de jogadores de futebol como ícones que servem como recursos lucrativos e eficientes no mercado.

O apelo ao status de celebridade e ao marketing torna esses atletas recursos maleáveis para a prática comercial cotidiana. Desperta-se assim não só o desejo pelo produto, mas a admiração pelo atleta que encoraja que o público consuma, muitas vezes de formas de que antes não costumava fazer. Ao mesmo tempo em que os eventos esportivos televisionados e suas peças publicitárias trazem uma visão de virilidade baseada na bravura, tomada de riscos e força corporal, o esporte mostra-se estetizado com a reoperação de tradições socioculturais e se apropria de formas artísticas e criativas a fim de se tornar um objeto de consumo, produzir uma experiência desejável para o consumidor e adicionar valor comercial aos produtos por meio do uso das marcas de clubes, imagens de times e personalidades de jogadores. Tal processo mina identidades tradicionais predominantemente pautadas em elementos locais e formam um sentido mais fluido, sendo isso possível em face das melhorias nas tecnologias de comunicação que permitem aos indivíduos experiências múltiplas dentro e além dos seus próprios Estados (CARNIEL, 2009).

No âmbito do desenvolvimento das novas tecnologias, o Instagram viabilizou o compartilhamento de fotos e vídeos entre os/as usuários/as, permitindo que muitos o tomassem como um diário virtual ou um meio de divulgação de seus

trabalhos e estilo de vida. Em geral, o conteúdo de fotos compartilhadas inclui autorretratos (selfies), atividades cotidianas, imagens com mensagens (em geral memes), alimentação, aparelhos eletrônicos, moda e animais de estimação (HU et al., 2014).

Com a disseminação de tal rede social, surgiram novas dinâmicas de sociabilidade entre usuários/as que atualizam informações de modo permanente, as quais auxiliam a constituição da imagem que tais usuários/as pretendem representar deles mesmos. Essas imagens estão baseadas em estereótipos culturalmente difundidos acerca de gostos, valores, comportamentos, atitudes e escolhas. O Instagram abre o espaço para que seus/suas usuários/as assumam padrões de comportamento e consumo associados a grupos sociais específicos e se exibam como fiéis representantes de um conjunto seletivo de indivíduos que têm acesso a bens de alto valor simbólico, como lugares sofisticados e produtos caros. Os donos dos perfis exibem hábitos e modelos a serem seguidos, como se o material das fotos e dos vídeos estivesse ligado diretamente à natureza desses/as usuários/as que os postam. Mais do que sinalizar seu pertencimento a um grupo seletivo, essas pessoas socializam a posse desses bens e os estilos de vida ligados a eles com seguidores/as na rede social (CARRERA, 2012).

A aparência do ator social é determinada em termos de atributos sociais valorizados (GOFFMAN, 2011) e estimulada no ambiente virtual pela possibilidade de gerenciamento das respostas dos/as seguidores/as e das interações com os/as seguidores/as com o apagamento de comentários indesejados e o bloqueio de usuários/as que propagam o ódio àquela pessoa – comumente chamados haters (CARRERA, 2012; SIBÍLIA, 2008). Nesse contexto, o Instagram aparece como um espaço privilegiado para que atletas possam definir aparências de atores sociais dotados de valores amplamente associados à virilidade.

CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

Neste estudo, foi realizada a coleta de dados nas postagens de Neymar Jr. e Lionel Messi em seus perfis oficiais no Instagram, desde a criação das contas de cada jogador (a de Neymar Jr. foi criada em março de 2012.; a de Messi, em agosto de 2013) até julho de 2017. Foram considerados na coleta o conteúdo das imagens e vídeos postados, os textos das legendas inseridas pelos atletas nesse material e os comentários dos/as seguidores/as de cada jogador nas postagens. Numa primeira etapa da pesquisa, as postagens foram categorizadas e os resultados foram sistematizados a partir de três temas: assuntos relacionados à prática do esporte e à atividade profissional em clubes e nas seleções nacionais; promoção de produtos ligados ou não ao esporte; e assuntos de ordem pessoal, não-relacionados à profissão.

Posteriormente, os resultados foram analisados à luz da discussão conceitual e teórica apresentada acerca da virilidade e das novas tecnologias. Tal análise foi realizada a partir da comparação dos resultados encontrados nas três categorias sinalizadas acima em relação ao conteúdo das imagens e vídeos postados, aos textos das legendas inseridas pelos atletas nesse material e aos comentários dos/as seguidores/as de cada jogador nas postagens.

O método comparado, mais especificamente a “comparação sistemática” proposta por Booth (2002), propõe a realização da comparação entre eventos ou fenômenos significativos claramente distintos e demarcados, e a atenção é voltada para as relações intrincadas entre os elementos comparados e o contexto sociocultural das comunidades particulares em que estejam localizados. Segundo Ragin (1994), o método comparado tem foco na diversidade.

Na pesquisa comparativa, o objetivo da investigação é explicar as semelhanças e as diferenças entre um conjunto particular de casos – neste estudo, as postagens de Messi e Neymar Jr. no Instagram. Os objetivos da pesquisa comparativa são a revelação de condições conectadas a resultados semelhantes e distintos e a interpretação da significação cultural ou histórica dos fenômenos estudados. O objetivo do exame de modelos de semelhanças e diferenças é identificar como configurações de elementos causais ou motivadores produzem resultados ao longo da extensão de casos inclusos no estudo.

RESULTADOS

Em cada uma das três categorias em que as postagens foram organizadas – assuntos relacionados à prática do esporte e à atividade profissional em clubes e nas seleções nacionais; promoção de produtos ligados ou não ao esporte; e assuntos de ordem pessoal, não-relacionados à profissão –, os resultados coletados nas postagens de Messi e Neymar Jr. foram sistematizados em torno de três elementos: o conteúdo das imagens e vídeos postados, os textos das legendas desse material e os comentários dos/as seguidores/as de cada jogador. Em cada categoria, os resultados relacionados a esses três elementos são apresentados de maneira comparada entre os dois jogadores.

A PRÁTICA E A ATIVIDADE PROFISSIONAL RELACIONADA AO ESPORTE

No que diz respeito a imagens e vídeos postados acerca da prática do esporte e da atividade profissional nos clubes e na seleção nacional, Messi em geral postou fotos suas durante o treinamento do seu time à época da pesquisa (julho de 2017), o Futbol Club Barcelona – em movimento, relaxando nos intervalos ou mesmo posando para a câmera –, ou de lances de jogos em que seu corpo aparece em movimentos de grande agilidade. O atleta também postou fotos vestindo a camisa da seleção argentina ou o uniforme de seu clube. Em grande parte das imagens e alguns vídeos, ele aparecia ao lado de seus companheiros de time em vestiários, durante os treinamentos, em ônibus ou aviões a caminho para algum jogo ou em confraternizações após as partidas. As fotos e os vídeos em geral captaram Messi abraçado aos companheiros, sugerindo a relação de fraternidade em relação aos companheiros de clube ou da seleção nacional.

Existem semelhanças no estilo de fotos e vídeos postados por Neymar Jr., que coloca em seu perfil imagens celebrando a realização de gols pelo seu time à época da pesquisa, o Barcelona – o mesmo de Messi – e pela seleção brasileira, comemorando a conquista de prêmios e taças ao lado dos companheiros e abraçando seus parceiros de time em celebração ao feito, seja um gol feito por ele ou por um parceiro, seja a conquista de determinado título.

Quanto ao conteúdo das legendas das fotos e dos vídeos postados, Messi é muito mais econômico que Neymar Jr. em relação aos textos. Nas poucas palavras que acompanham as fotos, Messi revela seu orgulho de fazer parte do Barcelona e da seleção argentina e seu estímulo constante para que o time avance e conquiste seu objetivo, além de agradecer a seus companheiros e à torcida pelo apoio. “Me siento orgulloso de ser parte de este plantel!! Que fenómeno son todos!! Que partido hicieron. Que locura, estamos en la final!!”, coloca Messi em uma postagem em que felicita seus companheiros de time pela conquista da vaga na final da Copa do Mundo de 2014. Mensagens como “Vamos, Argentina!” eram frequentes no período em que ocorreu tal competição, muitas vezes aparecendo na forma de hashtags, palavras-chave associadas a uma informação, visando à sua indexação explícita, e antecedidas do símbolo de cerquilha (#).

Comentários semelhantes são feitos em relação aos companheiros do Barcelona. “Quiero agradecer a mis compañeros y gente por lo de ayer. Una noche hermosa”, postou Messi em 2014, quando o Barcelona goleou o Sevilla por 5 a 1 e o atleta, que fez três gols na partida, tornou-se o maior artilheiro da história da Liga da Espanha.

Neymar Jr. tem postagens em formato semelhante. “Equipazo”, coloca ele em uma imagem em que o time do Barcelona aparece posando para a foto num vestiário. De forma distinta de Messi, Neymar Jr. pede com frequência a proteção divina em jogos do seu clube e da seleção brasileira – “Que Deus no abençoe e nos proteja”, acompanhado de emojis (ideograma usado em mensagens eletrônicas) de mãos em oração e de bola de futebol – e mostra autoconfiança maior ao postar fotos de fracassos individuais ou do time com legendas como “O choro de hoje se tornará a alegria de amanhã... TUDO PASSA e vida que segue!!! O que não posso perder é a alegria de viver e jogar futebol”, inserida numa foto de abril de 2017, quando estava suspenso e impossibilitado de jogar uma partida contra o Real Madrid pelo Campeonato Espanhol.

No que diz respeito aos comentários dos/as seguidores/as, a maior parte daqueles feitos em postagens de Messi parabeniza o atleta pela sua atuação e revela a admiração dos/as usuários/as com o talento do jogador e dos times do qual faz parte. “You are the best”, “Love you Messi”, “Los mejores” (em referência ao time argentino) ou emojis com corações são frequentes nas postagens. Alguns haters fazem ofensas diretas ao atleta, inserem emojis ofensivos (como o de fezes) e elogiam outros atletas como CR7 (Cristiano Ronaldo, da seleção portuguesa) com o intuito de colocar o talento de Messi numa posição inferior. Entretanto, eles são a minoria.

Pelo conteúdo provocador de muitas de suas mensagens e pela postura por vezes arrogante diante de árbitros, jogadores e da própria torcida, Neymar Jr. atrai um número maior de comentários de haters, que criticam seu desempenho e sua postura. Entretanto, predominam nos comentários às postagens elogios de seguidores/as que o apoiam, dizendo que ele é o melhor jogador do mundo na sua opinião e que ele é “fera” e um “orgulho da nação”, além de postarem emojis com corações e palmas para os feitos do jogador em campo e inserirem hashtags de estímulo ao jogador e ao seu time à época da pesquisa, como *#forçabarça* e *#forçaneymar*.

A promoção de produtos

No que diz respeito à promoção de produtos, Messi postou fotos que retratavam camisas e shorts dos uniformes do Barcelona – material desportivo produzido pela Nike –, jaquetas da Adidas – patrocinadora do jogador – e chuteiras da mesma marca utilizadas pelo jogador, inclusive em séries comemorativas. Em grande parte das fotos, ficam bem visíveis as marcas desses produtos, em especial das chuteiras. Um exemplo claro é uma imagem postada em junho de 2017, que exhibe Messi segurando uma nova chuteira da Adidas, com a marca da empresa aparecendo ao fundo e uma outra imagem da chuteira aparecendo em destaque mais à frente. Em outra do mesmo mês, Messi aparece usando uma camisa da marca deitado na cama com o filho. Em uma outra, de novembro de 2016, ele aparece no lançamento de novas chuteiras da marca em Barcelona, com uma multidão o ovacionando atrás. Entretanto, tais fotos vêm muitas vezes sem legenda. Quando trazem, o texto costuma focar na qualidade do produto e na forma como ele pode melhorar seu desempenho em campo: “built to unlock agility”, diz ele em relação às novas chuteiras da Adidas.

Neymar Jr. faz uma promoção muitas vezes indireta de produtos ligados ao esporte, deixando bem visíveis as marcas desses produtos. Por exemplo, na legenda de uma foto na qual exhibe uma chuteira fluorescente da Nike – empresa que o patrocina –, o jogador insere apenas a legenda “New boots”, com um emoji de hang-loose (gesto usado por surfistas para saudações, no qual os dedos polegar e mindinho são eretos e os demais dedos das mãos são fechados, formando um símbolo semelhante à letra Y).

De forma distinta a Messi, Neymar Jr. também exhibe fotos de ensaios fotográficos para publicidade de bens de fora do universo esportivo ou revistas e de sua vida cotidiana, nas quais aparece vestindo roupas de marcas diversas, joias e outros acessórios, como relógios. Esses bens aparecem associados ao sucesso obtido por ele na sua carreira e na sua vida pessoal por conta da postura que ele diz assumir diante da vida nas legendas das imagens. Numa postagem de abril de 2017, por exemplo, o jogador postou uma foto sua em preto e branco, em que apenas o relógio de pulso que utiliza é deixado em cores, e inseriu a legenda “O futuro apenas sorri para aqueles que o encaram com otimismo”.

A reação dos/as seguidores/as de ambos os jogadores é bastante semelhante. No caso das fotos em que são inseridos itens esportivos, os/as usuários/as do Instagram que os seguem elogiam as marcas, as qualidades dos produtos e o desejo de adquiri-los. Alguns inclusive já disseram ter adquirido tais produtos depois de terem visto os atletas os usando e confirmam a qualidade e o status que assumem ao utilizarem itens vestidos por jogadores campeões.

Essas mensagens vêm acompanhadas de elogios aos ídolos, aos quais as marcas de tais uniformes e chuteiras aparecem amplamente associadas. No caso de itens não-associados ao esporte, que aparecem de forma mais intensa no perfil de Neymar Jr., a maior parte dos/as seguidores/as elogia o estilo do jogador, e, com frequência, alguns perguntam como e onde podem adquirir os produtos utilizados pelo ídolo. “Muito fashion”, “Que elegância”, “top”, “cool” e “muito style” são comentários frequentes nessas postagens de Neymar Jr.. Alguns/mas usuários/as questionam o gosto do jogador – “que merda é essa?” – e criticam a ostentação

das roupas – “gosto do mlk mais humilde”. Porém, predominam os comentários elogiosos, em especial das seguidoras do jogador: “gato”, “lindo”, “gostoso”.

Assuntos de ordem pessoal

A maior parte das fotos e vídeos de Messi acerca de assuntos de ordem pessoal foca sua vida familiar – em especial imagens de aniversários e viagens de férias com a atual esposa Antonella Rocuzzo e os filhos do casal –; momentos íntimos com amigos, como jantares e comemorações de aniversários; e eventos sociais com companheiros do futebol, como os jogadores Gerard Piqué e Ezequiel Lavezzi. Neymar Jr. também posta fotos de férias e momentos da vida privada com o filho, o pai, as namoradas e os amigos, muitos deles celebridades do meio do futebol e de fora dele. Mais frequentemente que Messi, Neymar Jr. insere fotos em festas – como o casamento do jogador argentino com Rocuzzo –, shows e outros eventos sociais.

As legendas de Messi para as fotos de sua vida pessoal em geral trazem declarações de amor à esposa – “nada más lindo que vos... te amo” –, aos filhos e à família – “Ya em casa com la familia y unos buenos mates!!! Los amo”, disse ele em uma foto com a esposa e os filhos diante de sua casa. Neymar Jr. em geral insere nas fotos com os amigos felicitações pelos seus aniversários. Muitos desses amigos são chamados de “irmãos”, “brothers” ou “bros”. Como Messi, Neymar faz constantemente declarações de amor em posts relacionados às suas namoradas. “Te esperando ansiosamente. #VemLogo”, postou ele numa foto postada em junho de 2017 na qual aparece abraçando a atriz Bruna Marquezine. Em outra postada no mesmo mês, ele aparece em uma espreguiçadeira com a atriz. A legenda “Never ending love” veio acompanhada de um emoji em formato de coração.

Em seus comentários, os/as seguidores/as de Messi predominantemente elogiam a família do jogador – “belle famille”, “beautiful”, “so sweet”, “hermosa familia” – e desejam felicidades – “hermosos muchas bendiciones y felicidades”, “God grant these cute babies have grown like dad and mom”. Os elogios se estendem aos locais onde o jogador retrata suas férias – em geral praias paradisíacas – e aos bens que ele exhibe, desde o vinho que aparece consumindo em uma foto de janeiro de 2017 com a mãe – “You have great taste, Leo” – até a casa suntuosa do jogador – “me gusta tu casa”. Existem usuários/as que fazem comentários abusivos inclusive à esposa do jogador, mas eles representam uma minoria.

Nas postagens de Neymar Jr., os/as seguidores/as não apenas elogiam em seus comentários a família do jogador – em especial seu filho – e seus amigos, mas inclusive dão orientações, recomendações e sugestões para sua vida sentimental. No post da foto em que aparece abraçando Bruna Marquezine, uma seguidora colocou “Neymar, por que vcs dois ficam nessa de volta e separa? Gente, quando tem sentimento de verdade, tudo supera. Por favor, vamos parar e vão se entender. Vcs dois só combinam juntos. Vamos lá corrigir os erros e se entender de vez”.

DISCUSSÃO E ANÁLISE

Confrontando-se os dados empíricos com a fundamentação teórica, as postagens de Messi e Neymar Jr. serão examinadas, respectivamente, a partir do conteúdo das imagens e vídeos postados, dos textos das legendas desse material e dos comentários dos/as seguidores/as de cada jogador, comparando-se os resultados apresentados nas categorias em que tais postagens foram sistematizadas e apresentadas acima: assuntos relacionados à prática do esporte e à atividade profissional em clubes e nas seleções nacionais; promoção de produtos ligados ou não ao esporte; e assuntos de ordem pessoal, não-relacionados à profissão.

O conteúdo das imagens e dos vídeos postados

Na discussão acerca das fotos e dos vídeos relacionados especificamente à prática do esporte e à atividade profissional em clubes e seleções nacionais, é possível perceber que tanto Messi como Neymar Jr. definem aparências em termos de atributos sociais que, de formas diversas, consolidam ideais de virilidade em torno da figura do homem esportista. Ambos jogadores ressaltam o conjunto de disposições físicas e morais necessárias a um desempenho digno de “craques”. As fotos destacam a agilidade e a força demonstradas pelos atletas em campo e o orgulho que sentem por representarem seus países nas seleções nacionais e o Barcelona nos campeonatos de clubes, à época da pesquisa. Nessas imagens, em geral os atletas aparecem ao lado de seus companheiros, o que não faz com que seus talentos individuais sejam subsumidos ao trabalho coletivo, mas ressalta as noções de unidade, fraternidade e espírito de equipe que caracterizam os times dos quais fazem parte.

Os elementos destacados são compatíveis com as ideias de Rauch (2013) apresentadas na fundamentação teórica de que, na construção da virilidade, os campeões carregavam as virtudes cardeais de obstinação, e seus times se tornaram receptáculos de honra e de glória de seus torcedores e até mesmo de suas nações, de forma que o patriotismo orientava a solidariedade e justificava a devoção ao esporte. As virtudes individuais destacadas por Messi e Neymar Jr. relacionam-se à resistência, fé e coragem, típicas de um “ethos guerreiro”; porém, ambos demonstram a consciência de que a glória não depende exclusivamente das qualidades físicas ou técnicas individuais, mas da expressão simbólica de poder do time como elemento de representação coletiva e comunitária. Ambos os atletas se configuram como “heróis populares”, representantes não só das capacidades de seus clubes ou de suas nações, mas portadores de valores viris culturalmente exaltados.

Todavia, quando se leva em conta o conteúdo das fotos e dos vídeos em postagens relacionadas à promoção de produtos e às suas vidas pessoais, torna-se claro, nos perfis de ambos, que a noção de virilidade presente no Instagram vai muito além daquela relacionada aos seus desempenhos em campo. Eles se colocam não apenas como esportistas de sucesso, mas também como garotos-propaganda de estilos de vida associados à superação de condições de vida adversas e à conquista de riqueza e status superior em relação a outros homens, além de se mostrarem como bons pais, filhos, companheiros e amigos.

A construção dessa imagem sinaliza não só como os atletas podem funcionar como ideais de virilidade para a juventude, mas também como bases para a publicidade, tal qual sinalizara Connell (2003). A exibição, por esses atletas, de produtos esportivos das marcas que os patrocinam em seus perfis no Instagram revela que eles próprios funcionam como atores fundamentais na prática comercial ao despertarem o desejo do produto associado à sua imagem em seu público.

Na linha apontada por Carniel (2009), tais produtos, apresentados como recursos que permitem potencializar o desempenho no jogo e reforçar laços de identificação com os atletas e seus times e nações, têm seu consumo estimulado a partir de seu valor simbólico ligado à bravura, à determinação e ao talento dos jogadores que os utilizam, todos valores ligados à virilidade. No âmbito de suas vidas pessoais, tais atletas mostram em suas postagens a capacidade que tiveram de superar as adversidades econômicas e emocionais a ponto de construírem patrimônios que deixam para trás um passado de pobreza – ambos foram criados em regiões pobres –, além de se colocarem como homens capazes de exercer bem papéis relacionados à paternidade, à fraternidade e/ou às vidas amorosa e afetiva.

As legendas

A análise das legendas das fotos e dos vídeos apontam numa direção semelhante, embora ambos os jogadores tenham diferenças de linguagem e de estilo. No material relacionado à prática e às atividades profissionais relacionadas ao esporte, o orgulho de representar o clube ou a nação e as mensagens que reforçam o companheirismo com os membros de time reiteram a lealdade e a fraternidade características de uma noção de virilidade baseada na expressão simbólica não somente de poder individual, mas coletivo do grupo do qual o atleta faz parte. A ênfase em elementos viris também se observa no destaque conferido à capacidade de superar obstáculos sem demonstrar abalo diante de situações adversas, em especial em legendas presentes em fotos no perfil de Neymar Jr. Já as legendas das fotos relacionadas à promoção de produtos procuram associar o sucesso obtido pelos atletas nas suas carreiras e nas suas vidas pessoais não só às qualidades inerentes aos produtos apresentados, mas às posturas proativas que esses atletas assumem diante da vida, marcadas pelo otimismo e pela resistência aos desafios impostos, típicas da virilidade associada ao esporte.

Na direção apontada por Carniel (2009), as legendas dessas fotos e vídeos apontam para experiências desejáveis para o consumidor, às quais são agregados valores comerciais a partir do uso das marcas de clubes, imagens de times e personalidades de jogadores. Nas legendas das postagens sobre a vida pessoal, a valorização da família – em especial da paternidade –, da amizade e do amor heterossexual reiteram a imagem viril de tais atletas, vistos não somente como sucessos profissionais, mas também como indivíduos bem-resolvidos em suas vidas afetivas e sentimentais no sentido de cumprirem as expectativas sociais dominantes do que se espera de um homem em um contexto patriarcal, machista e homofóbico.

Os comentários dos/as seguidores/as

Ao se examinarem os comentários dos/as seguidores/as, é possível observar o papel fundamental que esses/as usuários/as do Instagram assumem na manutenção de uma imagem viril pelos atletas ao acompanharem, fiscalizarem e estimularem a busca de melhoria do desempenho desses jogadores não só na atividade profissional, mas em todas as esferas da vida, como a sentimental.

Apesar de comentários de haters, o teor predominante dos comentários nas postagens sobre assuntos relacionados à prática do esporte e à atividade profissional em clubes e nas seleções nacionais é o de admiração aos atletas, o que, como coloca Carrera (2012), reafirma a imagem que os jogadores pretendem representar deles mesmos. Tais imagens estão baseadas em estereótipos culturalmente difundidos acerca de gostos, valores, comportamentos, atitudes e escolhas tipicamente viris. Além disso, o interesse que esses/as usuários/as demonstram pelos bens divulgados por Messi e Neymar Jr. em suas postagens sobre a promoção de produtos ligados ou não ao esporte revela que o Instagram abre espaço para que os/as usuários/as dessa rede social assumam padrões de comportamento e consumo associados a um conjunto seleto de indivíduos que têm acesso a bens de alto valor simbólico, como também sinalizara Carrera (2012).

Nas postagens sobre os assuntos de ordem pessoal, a admiração dos/as seguidores/as pelos papéis assumidos pelos jogadores ligados à paternidade e à fraternidade legitimam as imagens viris ideais que constroem para seu público. Como aponta Sibilía (2008), o público pode também monitorar as ações desse indivíduo nas múltiplas esferas de sua vida pela rede social e desejar interferir diretamente nessas ações. Isso fica claro nos comentários feitos por seguidores/as de Neymar Jr. com recomendações e orientações sobre sua vida sentimental, em especial sobre o relacionamento do jogador com Bruna Marquezine.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi possível observar neste estudo que, embora Messi e Neymar Jr. tenham diferenças em termos de linguagem e de estilo nos seus perfis no Instagram, eles definiram, nas postagens relacionadas à prática do esporte e à sua atividade profissional nos clubes e nas seleções nacionais, um “*ethos guerreiro*”, que remete a uma noção de virilidade baseada em disposições físicas e morais necessárias a um desempenho ideal em campo.

Já nas postagens relacionadas à promoção de produtos e às suas vidas pessoais, Messi e Neymar Jr. desenvolvem uma imagem associada à conquista de riqueza e status superior em relação a outros homens. Ainda que comentários de *haters* apareçam com frequência, a maioria dos/as seguidores/as desses jogadores acompanha, fiscaliza e estimula sua busca de melhoria do desempenho não só na atividade profissional, mas em todas as esferas das vidas desses atletas.

The virtual diaries of soccer stars: virility in official profiles of soccer players on Instagram

ABSTRACT

The purpose of this paper is to examine representations of virility in soccer players' profiles on Instagram, specifically the profiles of Argentine player Lionel Messi (@leomessi) and Brazilian player Neymar Jr. (@neymarjr). Based on the theoretical work of Jessica Carniel (2009), Fernanda Carrera (2012), R.W. Connell (2003) and Paula Sibília (2008), the central argument holds that, despite differences in language and style between the two players, both construct a "warrior ethos" in posts related to the practice of sports and their professional activity in clubs and national teams. This ethos is connected to an ideal version of virility, associated to a set of physical and moral dispositions oriented to the best performance in the field. The comparative method was used in this research, specially the method of systemic comparison proposed by Douglas Booth (2002). The results indicated that, in posts related to the promotion of products and their personal lives, both players propagate lifestyles associated with overcoming adverse living conditions and gaining wealth and status superior to other men. Although haters' comments often appear in such profiles, followers of such athletes generally monitor and stimulate their pursuit of performance improvement not only in their professional activity, but also their growth in all dimensions of life.

KEYWORDS: virility; soccer; Instagram; Lionel Messi; Neymar Jr.

Los diarios virtuales de los “fieras”: la virilidad en perfiles oficiales de jugadores de fútbol en el Instagram

RESUMEN

El objetivo de este artículo es examinar las representaciones de la masculinidad en los perfiles de los jugadores de fútbol en Instagram, específicamente los perfiles del jugador argentino Lionel Messi (@leomessi) y el brasileño Neymar Jr. (@neymarjr). Con base especialmente en el referencial teórico de Jessica Carniel (2009), Fernanda Carrera (2012), R.W. Connell (2003) y Paula Sibia (2008), el argumento central sostiene que, a pesar de las diferencias en términos de lenguaje y de estilo entre los dos, ambos jugadores trajeron, en las posturas relacionadas a la práctica del deporte y a su actividad profesional en los clubes y en las selecciones nacionales, un “ethos guerrero” como ideal de virilidad, asociado a un conjunto de disposiciones físicas y morales orientadas hacia el buen desempeño en el campo. Se utilizó el método comparado, más específicamente la “comparación sistemática” propuesta por Douglas Booth (2002). Entre los resultados, fue posible verificar que, en las publicaciones relacionadas con la promoción de productos y sus vidas personales, ambos jugadores propagan estilos de vida asociados a la superación de condiciones de vida adversas y a la conquista de riqueza y status superior en relación a otros hombres. A pesar de que los comentarios de los/las odiadores/as aparecen con frecuencia en estos perfiles, los/las seguidores/as de tales atletas en general acompañan, fiscalizan y estimulan su búsqueda de mejora del desempeño no sólo en la actividad profesional, sino el crecimiento en todas las esferas de la vida.

PALABRAS CLAVE: virilidad; fútbol; Instagram; Lionel Messi; Neymar Jr.

NOTAS

¹ O presente trabalho foi realizado com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq – Brasil

REFERÊNCIAS

- BELMÁS, Élisabeth. Jogos 'de exercício', divertimento e virilidade. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (Ed.). *História da Virilidade – Volume 1: A invenção da virilidade. Da Antiguidade às Luzes*. Petrópolis: Vozes, 2013, p. 524-551.
- BERTAUD, Jean-Paul. A virilidade militar. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (Ed.). *História da Virilidade – Volume 2: O triunfo da virilidade. O século XIX*. Petrópolis: Vozes, 2013, p. 195-248.
- BOOTH, Douglas. Comparison: expanding the evidence. In: _____. *The field: truth and fiction in sport history*. Nova York: Routledge, 2005, p. 127-142.
- CARNIEL, Jessica. Sheilas, wogs and metrosexuals: masculinity, ethnicity and Australian soccer. *Soccer & Society*, v.10, n.1, 2009, p. 73-83.
- CARRERA, Fernanda. Instagram no Facebook: uma reflexão sobre ethos, consumo e construção de subjetividade em sites de redes sociais. *Animus: Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, v.11, n.22, 2012, p. 148-165.
- CHAPOUTOT, Johann. Virilidade fascista. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. (Ed.) *História da Virilidade – Volume 3: A virilidade em crise? Séculos XX-XXI*. Petrópolis: Vozes, 2013, p. 335-363.
- CONNELL, R.W. *Masculinities and masculinity politics in world society*. Sidney: University of Sydney, 2003.
- GOFFMAN, Erving. *Ritual de interação: ensaios sobre o comportamento face a face*. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.
- HELD, David. The transformation of political community: rethinking democracy in the context of globalization. In: SHAPIRO, Ian; HACKER-CORDÓN, Casiano (Ed.). *Democracy's edges*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999, p. 84-111.
- HU, Yuheng; MANIKONDA, Lydia; KAMBHAMPATI, Subbarao. What We *Instagram*: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. Association for the Advancement of Artificial Intelligence website, 2014. Disponível em: <<http://149.169.27.83/instagram-icwsm.pdf>>. Acesso em: 8 set. 2016.
- KLEIN, Alan M. *Little big men: bodybuilding subculture and gender construction*. Albany: State University of New York Press, 1993.

RAGIN, Charles. Constructing social research: the unity and diversity of method. *Thousand Oaks*: Pine Forge Press, 1994, p. 81-153.

RAUCH, André. O desafio esportivo e a experiência da virilidade. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (Ed.). *História da Virilidade – Volume 2: O triunfo da virilidade. O século XIX*. Petrópolis: Vozes, 2013, p. 321-381.

SARTRE, Maurice. Virilidades gregas. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. (Ed.). *História da Virilidade – Volume 1: A invenção da virilidade. Da Antiguidade às Luzes*. Petrópolis: Vozes, 2013, p. 27-70.

SIBÍLIA, Paula: *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

THUILLIER, Jean-Paul. Virilidades romanas: vir, virilitas, virtus. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. (Ed.). *História da Virilidade – Volume 1: A invenção da virilidade. Da Antiguidade às Luzes*. Petrópolis: Vozes, 2013, p. 71-124.

VIGARELLO, Georges. Virilidades esportivas. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. (Ed.) *História da Virilidade – Volume 3: A virilidade em crise? Séculos XX-XXI*. Petrópolis: Vozes, 2013, p. 269-301.

Recebido: 19 mai. 2018.

Aprovado: 08 set. 2018.

Como citar:

JESUS, Diego Santos Vieira de. Os diários virtuais dos “feras”: a virilidade em perfis oficiais de jogadores de futebol no Instagram. *Cad. Gên. Tecnol.*, Curitiba, v.11, n. 38, p. 46-62, jul./dez. 2018.

Correspondência:

Diego Santos Vieira de Jesus.ESPM-Rio. R. do Rosário, 90, Centro, Rio de Janeiro, RJ. CEP: 20041-002

Direito autoral:

Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

