OLIMPÍADAS RIO 2016

Mídia, política, humor

ORGANIZAÇÃO

Joana Ziller
Carlos d'Andréa

{ OLHARES TRANSVERSAIS

PPGCOM • UFMG

ORGANIZAÇÃO
Joana Ziller
Carlos d'Andréa

OLIMPÍADAS RIO 2016

Mídia, política, humor

1a edição
2017

PPGCOM • UFMG

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
Reitor: Jaime Ramirez
Vice-Reitora: Sandra Regina Goulart Almeida

FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
Diretor: Orestes Diniz Neto
Vice-Diretor: Bruno Pinheiro Wanderley Reis

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
Coordenador: Carlos Magno Camargos Mendonça
Sub-Coordenadora: Geane Alzamora

SELO EDITORIAL PPGCOM
Ângela Cristina Salgueiro Marques
Bruno Guimarães Martins

CONSELHO CIENTÍFICO

Ana Carolina Escosteguy (PUC-RS)
Benjamim Picado (UFF)
Cezar Migliorin (UFF)
Elisabeth Duarte (UFSM)
Eneus Trindade (USP)
Fátima Regis (UERJ)
Fernando Gonçalves (UERJ)
Frederico Tavares (UFOP)
Iluska Coutinho (UFJF)
Itania Gomes (UFBA)
Jorge Cardoso (UFRB | UFBA)
Kati Caetano (UTP)
Luis Mauro Sá Martino (Casper Líbero)
Marcel Vieira (UFPB)
Mariana Baltar (UFF)
Mônica Ferrari Nunes (ESPM)
Mozahir Salomão (PUC-MG)
Nilda Jacks (UFRGS)
Renato Pucci (UAM)
Rosana Soares (USP)
Rudimar Baldissera (UFRGS)

www.seloppgcom.fafich.ufmg.br

Avenida Presidente Antônio Carlos, 6627, sala 4234, 4º andar
Pampulha, Belo Horizonte - MG. CEP: 31270-901
Telefone: (31) 3409-5072

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte, MG)

O46

Olimpíadas Rio 2016 [recurso eletrônico]: mídia, política, humor / Organizadores Joana Ziller, Carlos D'Andréa. – Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2017.

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web

ISBN: 978-85-62707-99-5

1. Comunicação social. 2. Esportes e estado. 3. Olimpíadas – aspectos políticos - Brasil. I. Gaviolli, Gabriel. II. Título. III. Série.

CDD - 796.48

CRÉDITOS DO LIVRO

PROJETO GRÁFICO
Bruno Guimarães Martins
Bruno Menezes A. Guimarães

CAPA
Ana Cláudia Maiolini
Bruno Guimarães Martins
Olívia Binotto

© PPGCOM UFMG, 2017.

DIAGRAMAÇÃO
André Mintz
Thereza Nardelli

REVISÃO
Amanda Chevtchouk Jurno
Daniel Emergente Loiola
Luciana Andrade Gomes Bicalho
Polyana Inácio Rezende Silva
Sílvia Dalben
Stephanie Boaventura.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO **8**
Rio 2016 entre a política, as mídias e os megaeventos esportivos
Carlos d'Andréa
Joana Ziller

PARTE 1 – DINÂMICAS MIDIÁTICAS

CIRCULAÇÃO INTERMÍDIA DE CONTEÚDOS VIA *HASHTAG* #RIO2016 **16**
conexões pelo *Twitter* e para além dele
Carlos d'Andréa
Tiago B. P. Salgado
Marco T. S. Guimarães

***TENSIONAMENTOS* POLÍTICOS EM TORNO DE HASHTAGS NAS OLIMPÍADAS 2016** **37**
a semiose de #cerimôniaabertura
Luciana Andrade Gomes Bicalho
Geane Carvalho Alzamora

A "RÁDIO DAS OLIMPÍADAS" NAS REDES SOCIAIS: **53**
espalhamento e noticibialidade na cobertura da Rádio Itatiaia
Debora Cristina Lopez
Marcelo Freire
Luana Viana
Matheus Maritan

OLIMPÍADAS DOS MEMES: 71
produção de sentido na Rio 2016
Amanda Chevtchouk Jurno
Polyana Inácio R. Silva
Leonardo Melgaço

PARTE 2 – GÊNERO, CORPO, SEXUALIDADE

SOMOS TODOS PARALÍMPICOS? 96
Transversalidades entre corpos biocibernéticos e pós-humanos em redes sociais online
Sônia Caldas Pessoa
Camila Maciel C. Alves Mantovani
Verônica Soares Costa

A MULHER NA COBERTURA DA ESPNW: 118
posicionamento editorial e reverberação em redes sociais
Marcelo Freire
Debora Cristina Lopez
Luana Viana
Matheus Maritan

KEEP PLAYING #LIKEAGIRL 136
Fluxos mercadológicos, institucionais e políticos no discurso da igualdade de gênero por meio do esporte
Vanessa Cardozo Brandão

O OTIMISMO FORA DO ARMÁRIO: 155
a cobertura de questões LGBT na Rio 2016
Roberto Alves Reis
Joana Ziller

PARTE 3 – CONTROVÉRSIAS SOCIOPOLÍTICAS E VISIBILIDADES

#RIO2016: 176
Curvas de visibilidade, tensões e disputas no desvelamento do hiperdispositivo olímpico
Lorena Tárcia

TERRORISMO E OLIMPÍADAS RIO 2016: 195
quem são os "terroristas" no Twitter?
Roberta Firmino da Silva
Carlos d'Andréa

~~FORA TEMER~~ VAZA VÉI: 221
táticas contra a censura Olímpica no Brasil
Joana Ziller
Regina Helena Alves da Silva
Daniel Felipe Emergente Loiola

CONTROVÉRSIAS E REPERCUSSÕES MIDIÁTICAS NOS JOGOS OLÍMPICOS RIO: 240
o caso Ryan Lochte
Maria Aparecida Moura

SOBRE OS AUTORES 261

APRESENTAÇÃO

RIO 2016 ENTRE A POLÍTICA, AS MÍDIAS E OS MEGAEVENTOS ESPORTIVOS

CARLOS D'ANDRÉA
JOANA ZILLER

Em outubro de 2009, a cidade do Rio de Janeiro foi escolhida pelos membros do Comitê Olímpico Internacional (COI) como sede das Olimpíadas de Verão de 2016. Tendo como argumentos o ineditismo do evento na América do Sul e promissor momento econômico do país, a "Cidade Maravilhosa" superou, na votação, as rivais Tóquio, Madri e Chicago (esta representada pelo então presidente Barack Obama). Presentes na cerimônia em Copenhague, na Dinamarca, políticos e personalidades brasileiros comemoraram a indicação, assim como milhares de cariocas que se reuniram na praia de Copacabana para acompanhar a divulgação do resultado.

Em março de 2017, o jornal francês Le Monde publicou uma reportagem denunciando que, às vésperas da eleição do Rio, o empresário brasileiro conhecido como "Rei Arthur" havia comprado o voto

do então presidente da Associação Internacional de Atletismo por 1,5 milhão de dólares[1]. A denúncia foi baseada em investigações da Justiça francesa e, quando veio à tona - pouco mais de seis meses depois da Rio 2017 -, o Estado do Rio de Janeiro já passava por uma gravíssima crise financeira e política. Presente na cerimônia que coroou a candidatura da cidade, o ex-governador Sérgio Cabral estava preso e acumulava vários processos por corrupção, lavagem de dinheiro e outros crimes.

Radicalmente opostos, os dois momentos sintetizados acima podem nos ajudar a relembrar, tendo as Olimpíadas Rio 2016 como pano de fundo, as profundas mudanças pelas quais passaram a cidade-sede dos Jogos e o Brasil nesse intervalo de sete anos. Muitas vilas e favelas do Rio de Janeiro foram ocupadas pelas chamadas UPPs, e depois desocupadas; eclodiram as Jornadas de Junho de 2013, e com elas um intenso processo de ressignificação da política no país; veio a Copa do Mundo de 2014, sofremos o famigerado "7 a 1"; a presidenta Dilma Rousseff foi reeleita em 2014 e, em meio às Olimpíadas, ela foi afastada e impeachmada; uma grave crise financeira e uma sucessão de escândalos de corrupção enterrou o sonho desenvolvimentista do país e a esperança dos tempos do "lulismo".

Ao mesmo tempo, explodiu no país o uso da internet e, em especial, das redes sociais online. Em meio às piadas e aos "memes", ou junto com eles, plataformas como Facebook e Twitter cada vez mais têm sido intensamente utilizadas para convocar, agredir, protestar, polemizar, reivindicar direitos. A consolidação da "auto-comunicação de massa", para usar um termo de Manuel Castells, reconfigurou todo o ecossistema midiático no país e no mundo, incluindo aí tradicionais empresas jornalísticas, marcas comerciais e organizações transnacionais.

É nas interfaces e tensões entre a política, as mídias e os megaeventos esportivos que este livro se situa. Com diferentes formações e trajetórias, a maioria dos pesquisadores aqui reunidos vêm se dedicando ao tema pelo menos desde 2012. Como resultado das pesquisas realizadas no grupo de pesquisa Centro de Convergência em Novas Mídias (CCNM), em 2014 foi lançado, pela editora Autêntica, o livro "Redes e

1. *http://www.lemonde.fr/jeux-olympiques-rio-2016/article/2017/03/03/exclusive-evidence-of-corruption-over-rio-s-bid-for-the-2016-olympic-games_5088584_4910444.html*

ruas: dinâmicas dos protestosBR", organizado por Regina Helena Alves da Silva. Entre 2013 e 2015, desenvolvemos a pesquisa "International Cooperation Russia-Brazil Major Sport Events: Social Commotion in Global Media" junto com pesquisadores da National Research University Higher School of Economics (HSE), de Moscou. A proposta foi discutir, em uma perspectiva comparativa, a configuração midiática dos megaeventos esportivos Jogos Olímpicos de Inverno (Sochi/2014) e Copa do Mundo (Brasil/2014), considerando suas implicações comunicacionais, culturais e políticas. Uma lista com as dezenas de publicações anteriores e posteriores relacionadas ao tema "Mega-eventos esportivos e atravessamentos políticos" pode ser consultada em um "dossiê" publicado no site do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon), que está disponível em *http://nuccon.fafich.ufmg.br/publicacoes/dossies/dossiemegaeventospolitica/*

Os doze artigos que compõem esta coletânea são fruto de mais de um ano de trabalho de 21 pesquisadores vinculados ao NucCon e de parceiros. Antes das Olimpíadas, reuniões foram realizadas para dividirmos as equipes de autores - sempre buscando aproximar professores, pós-graduandos e graduandos - e definir os temas de interesse inicial de cada um. Após a produção dos artigos, foram feitas duas rodadas de leituras coletivas dos artigos, nas quais os pares deram sugestões, sugeriram melhorias e conheceram as descobertas dos colegas. Nesse sentido, a presente obra coletiva é fruto de um importante esforço teórico-metodológico de pesquisadores que, em comum, identificaram no megaevento realizado no Rio uma oportunidade singular de, ao mesmo tempo, observar e melhor compreender as dinâmicas midiáticas e as tensões político-sociais contemporâneas.

O livro "Olimpíadas Rio 2016: mídia, política, humor" está dividido em três grandes partes: "**Dinâmicas midiáticas da Rio 2016**", "**Gênero, corpo, sexualidade**" e "**Controvérsias sociopolíticas e visibilidades**".

PARTE 1 - Dinâmicas midiáticas da Rio 2016

Em "Circulação intermídia de conteúdos via *hashtag* #Rio2016: conexões pelo *Twitter* e para além dele", os pesquisadores **Carlos d'Andréa, Tiago Barcelos e Marco Túlio Silva Guimarães** analisam as

associações de imagens e de URLs à hashtag em questão no Twitter. O trabalho parte de um extenso *dataset* coletado com a ferramenta *Twitter Capture and Analysis Toolset* (TCAT-DMI) para explorar qualitativamente a diversidade de apropriações por pessoas comuns, jornalistas e instituições midiáticas de diferentes nacionalidades.

"Tensionamentos políticos em torno de hashtags nas Olimpíadas 2016: a semiose de #cerimôniaabertura" é o trabalho de **Luciana Andrade Gomes Bicalho** e **Geane Carvalho Alzamora.** As pesquisadoras discutem como se dá a experiência colateral e a semiose nas conexões estabelecidas pelas hashtags #cerimoniadeabertura e #ForaTemerRio2016 durante a Cerimônia de Abertura dos Jogos Olímpicos. A análise das autoras se ancora no aporte teórico e metodológico da semiótica de Charles Sanders Peirce.

Debora Cristina Lopez, Marcelo Freire, Luana Viana e **Matheus Maritan** se debruçam sobre a circulação de conteúdos sobre a Rio 2016 nos perfis do Twitter e Facebook da rádio noticiosa mais popular de Minas Gerais no artigo "A 'Rádio das Olimpíadas' nas redes sociais: espalhamento e noticiabilidade na cobertura da Rádio Itatiaia". Considerando uma nova ecologia do rádio caracterizada pelo potencial espalhável dos conteúdos, a pesquisa empírica realizada pelos autores aponta que os Jogos Olímpicos tiveram pouca representação e repercussão nas redes sociais da Rádio Itatiaia, ainda que tenham ocupado a "antena" com protagonismo.

Em "Olimpíadas dos Memes: Produção de sentido na Rio 2016", **Amanda Chevtchouk Jurno, Polyana Inácio R. Silva** e **Leonardo Melgaço** fazem um extenso levantamento dos memes mais populares sobre os Jogos Olímpicos. Partindo das discussões de autores como Henry Jenkins e Limor Shifman, os pesquisadores destacam as produções de sentido, o engajamento e as apropriações do megaevento pelo público nas redes sociais online.

PARTE 2 - Gênero, corpo, sexualidade

Um estudo empírico de inspiração etnográfica deu origem a "Somos Todos Paralímpicos? Transversalidades entre corpos biocibernéticos e pós-humanos em redes sociais on-line", de **Sônia Pessoa, Camila**

Mantovani e **Verônica Costa.** As pesquisadoras se dedicam à análise das reverberações em redes sociais on-line da campanha *#somostodosparalímpicos*, lançada pela revista *Vogue* pouco antes dos Jogos Paralímpicos. O objetivo da pesquisa foi compreender as relações, repercussões e ressignificações de corpos - cibernéticos e pós-humanos - e a representação das pessoas com deficiência na circulação de mensagens articuladas pela *hashtag* da campanha.

No artigo "A mulher na cobertura da ESPNW: posicionamento editorial e reverberação em redes sociais", **Marcelo Freire, Debora Cristina Lopez, Luana Viana e Matheus Maritan** partem do projeto editorial da ESPNW para analisar como seu jornalismo "não sexista" se efetiva, entre outros, na página no Facebook. Partindo de métodos digitais de pesquisa para realizar uma análise qualitativa, os autores identificam as postagens com maior engajamento para observar, entre outras questões, como são representadas as atletas femininas e as repórteres mulheres.

Em *"Keep Playing #LikeAGirl* - Fluxos mercadológicos, institucionais e políticos no discurso da igualdade de gênero através do esporte", **Vanessa Cardozo Brandão** apropria-se da Teoria Ator-Rede para apresentar a campanha da marca de absorvente Always durante a Rio 2016. Em outras questões, o artigo discute as relações entre as discussões contemporâneas em torno da igualdade de gênero, os esforços de mobilização empreendidas nas redes sociais online e suas articulações com instituições como as Nações Unidas.

Roberto Alves Reis e **Joana Ziller** chamam a atenção para a "visibilidade excessivamente otimista" da temática nas repercussões midiáticas no artigo "O otimismo fora do armário: a cobertura de questões LGBT na Rio 2016". Na cobertura da Rio 2016, apontam os pesquisadores, predominou o enfoque em história de amor, de vida e de superação de atletas nacionais e internacionais. Por outro lado, apontam, nota-se que grande parte dos profissionais do jornalismo dominava pouco as nuances do assunto abordado.

PARTE 3 - Controvérsias sociopolíticas e visibilidades

No artigo "#Rio2016: Curvas de visibilidade, tensões e disputas no desvelamento do hiperdispositivo olímpico", **Lorena Tárcia** faz uma cartografia dos tensionamentos no entorno dos discursos oficiais proferidos na cerimônia de abertura dos Jogos Olímpicos. A autora retoma a proposta metodológica de sua tese de doutorado para, baseada no conceito de dispositivo de Michel Foucault, discutir a complexidade das redes de relações on e off-line que marcam os "regimes de forças, luzes e sombra" que constituem o megaevento.

"Terrorismo e Olimpíadas Rio 2016: quem são os 'terroristas' no Twitter?", de **Roberta Firmino da Silva e Carlos d'Andréa**, apresenta atores e referências associados ao tema nas semanas que antecederam o megaevento. Partindo de um dataset de 483.503 postagens do Twitter, os autores identificam, entre outras questões, que as imagens mais compartilhadas ironizam ações como a Operação Hashtag e, com traços de islamofobia, associam autoridades políticas brasileiras a estereótipos de terroristas.

Em "Fora Temer Vaza Véi: táticas contra a censura Olímpica no Brasil", **Joana Ziller**, **Regina Helena Alves da Silv**a e **Daniel Felipe Emergente Loiola** retomam o momento politicamente conturbado no Brasil para discutir as tensões entre a dimensão institucional dos Jogos e as pressões políticas que o megaevento abriga. O foco são as manifestações "Fora Temer" que, através de ações táticas, se entrelaçaram em diferentes espaços de competições e nas redes sociais online.

Por fim, no artigo "Controvérsias e repercussões midiáticas nos Jogos Olímpicos Rio 2016: o caso Ryan Lochte", **Maria Aparecida Moura** faz uma análise do verbete criado na Wikipédia sobre as intensas discussões desencadeadas pela falsa denúncia de assalto pelo medalhista olímpico e outros três nadadores estadunidenses. Inspirada na proposta de Tommaso Venturini, a cartografia de controvérsias realizada pela autora faz uma cronologia dos acontecimentos e, em seguida, se concentra nas referências utilizadas na composição do verbete "Lochgate" na Wikipédia em inglês.

A maior parte dos textos e das pesquisas aqui apresentados foi desenvolvida com apoio do Programa de Pós-Graduação em Comunica-

ção da Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCOM/UFMG), da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (Fapemig) e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

PARTE 1

DINÂMICAS MIDIÁTICAS

CIRCULAÇÃO INTERMÍDIA DE CONTEÚDOS VIA *HASHTAG* #RIO2016

CONEXÕES PELO *TWITTER* E PARA ALÉM DELE

CARLOS D'ANDRÉA
TIAGO B. P. SALGADO
MARCO T. S. GUIMARÃES

Introdução

Os megaeventos esportivos são, cada vez mais, acontecimentos midiatizados experimentados não apenas por meio de transmissões televisivas, mas também pelo cruzamento entre estas e ambientes midiáticos colaborativos, como o *Twitter*. Os Jogos Olímpicos de Verão são, em especial, um acontecimento de singular configuração midiática. Eles são exibidos globalmente por emissoras de televisão que adquiriram os direitos de transmissão junto ao Comitê Olímpico Internacional (COI). Diferente da Copa do Mundo FIFA, a grande quantidade de competições, modalidades esportivas e de países participantes das Olimpíadas abre espaço para a diversidade de práticas dos públicos que assistem às disputas.

Segundo dados oficiais do *Twitter*, as conexões on-line entre transmissões televisivas e ambientes midiáticos colaborativos durante as Olimpíadas Rio 2016 (realizada entre 05 e 21 de agosto de 2016) resul-

taram em mais de 187 milhões de postagens, que geraram 75 bilhões de impressões (número de vezes que as pessoas viram o *tweet*).[1] Nessa dinâmica, o uso de *hashtags* diretamente associadas aos eventos televisionados é crescente e recorrente. Esse recurso, utilizado no *Twitter*, no *Facebook* e em outros ambientes midiáticos, permite a tematização de eventos e o agrupamento destes em rubricas específicas que reúnem discussões próximas a respeito de um ou mais aspectos de um tema, aglutinado por meio da cerquilha (#). As *hashtags* também promovem articulações entre diferentes ambientes midiáticos colaborativos nos quais são utilizadas.

Em vista da circulação intermídia da #Rio2016 no *Twitter*, que articulou conteúdos diversos (fotos, URLs, GIFs), o objetivo central deste trabalho é investigar como essa *hashtag* foi utilizada por usuários de diferentes nacionalidades durante as Olimpíadas Rio 2016. Interessa-nos analisar, de modo específico, a circulação intermídia das imagens e URLs associadas à #Rio2016, bem como verificar a apropriação de notícias e conteúdos a respeito dos Jogos Olímpicos por perfis de pessoas comuns, jornalistas e instituições midiáticas.

Para cumprir esses objetivos, partimos de um *dataset* com 9.427.594 *tweets* associados à #Rio2016 coletados entre os dias 04 e 23 de agosto de 2016[2] com auxílio da ferramenta *Twitter Capture and Analysis Toolset* (TCAT-DMI) (BORRA; RIEDER, 2014), desenvolvida pela *Digital Methods Initiative* (DMI) da Universidade de Amsterdã, na Holanda.[3] Com essa ferramenta, identificamos as imagens e os *links* mais compartilhados em *tweets* que empregavam a #Rio2016, pois nossa hipótese de

1. Disponível em: <*https://blog.twitter.com/pt/2016/rio2016-a-emo-o-dos-jogos-olmpicos-no-twitter*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

2. Como os Jogos Olímpicos são um evento de repercussão mundial, é preciso de antemão relativizar o esforço de organizar a publicação das postagens por data em função dos vários fusos horários envolvidos. A cerimônia de abertura dos Jogos, por exemplo, se iniciou às 20h do dia 05 de agosto no Rio de Janeiro, ou 23h no Tempo Universal Coordenado (UCT). Em grande parte da Ásia e em toda a Europa Ocidental, no entanto, a cerimônia começou depois das 0h do dia 06. Os *tweets* coletados estão no fuso horário de Amsterdã (UCT +1).

3. O site da *Digital Methods Initiative* (DMI) está disponível em: <*https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/WebHome*>. Acesso em: 28 nov. 2016.

trabalho é considerar que essa *hashtag* circula de modo intermídia por meio do compartilhamento efetuado pelos usuários que a utilizaram no *Twitter*, bem como pela identificação (tagueamento) de conteúdos televisivos por meio dessa *hashtag*. Os dados coletados são analisados de acordo com a noção de circulação intermídia apresentada no próximo tópico.

Circulação de conteúdos intermídia via *hashtags*

O termo "intermídia" caracteriza a relação mútua entre mídias. Em sua acepção comunicacional, trata-se de uma interdependência entre meios de comunicação e informação nos quais conteúdos diversos, como textos, áudio, *links*, *hashtags* e imagens (vídeos, fotos, memes e *gifs*) circulam em uma dinâmica que pode ser descrita como "rede intermídia", como propõe Alzamora (2012).

A noção de "rede" compreendida neste trabalho se remonta à proposição de Latour (2005), para quem a rede é um modo de descrição de associações entre elementos humanos e não humanos. Ao considerar que a circulação intermídia se dá em rede, Alzamora (2012) enfatiza que conteúdos diversos se distribuem em diferentes ambientes midiáticos. Durante essa circulação, podemos acrescentar, esses conteúdos adquirem outros usos e sentidos de acordo com as apropriações feitas pelas pessoas que utilizam esses ambientes, bem como pelas associações entre essas pessoas e alguns não humanos (*hashtags*, *links*, botões que permitem o compartilhamento etc.).

A noção de "intermídia" utilizada neste texto remonta, por sua vez, à concepção proposta pelo poeta, crítico e ensaísta inglês Samuel Taylor Coleridge em 1812. De acordo com essa perspectiva pioneira, situada na esteira dos estudos em arte e literatura alemães e ingleses, a "intermedialidade" ou "intermídia" é um modo de compreensão das obras de arte como mídias. Nesse sentido, as mídias conjugam cores, texturas, materiais e formatos diversos, sendo, portanto, "meios de expressão" (HIGGINS, 2012; RAJEWSKY, 2012). O termo "intermídia" é apropriado na década de 1960 por Dick Higgins, membro do grupo *Fluxus*, para descrever projetos artísticos que combinam múltiplas formas expressivas. Essas obras recorrem à fotomontagem, à colagem

e a outros recursos artísticos, adicionando ou suprimindo, substituindo ou modificando componentes materiais delas mesmas (HIGGINS, 2012).

Enfatizando o termo "intermedialidade", Claus Clüver (2011), professor e especialista em estudos interartes e intermídias, reforça as perspectivas apresentadas até aqui ao destacar que a intermedialidade se dá no cruzamento de fronteiras entre mídias. Segundo ele, as mídias podem se relacionar de três maneiras: pela combinação de mídias, por referências intermidiáticas e por transposição midiática. Como fenômeno, a intermedialidade perpassa "todas as culturas e épocas, tanto na vida cotidiana como em todas as atividades culturais que chamamos de 'arte'" (CLÜVER, 2011, p. 9). Esse autor entende as mídias como meios físicos ou técnicos que permitem a produção de signos (corpo humano, televisor, piano, voz, máquina de escrever, palco, luz etc.). Outrossim, consideramos as mídias como meios de expressão e de produção de sentidos, não dados de antemão, mas negociados durante a dinâmica processual de circulação de conteúdos diversos.

A ideia de "intermídia" implica, dessa maneira, na consideração da mescla de duas ou mais mídias (obras de arte ou meios infocomunicacionais) e como elas se afetam mutuamente nas mutações de sentido que uma exerce sobre a outra (HIGGINS, 2012; RAJEWSKY, 2012; ALZAMORA; SALGADO, 2014). Conforme essa proposição, também discutida e evidenciada por Mitchell citado por Rajewsky (2012), mídias não podem ser pensadas à parte de outras, pois elas são mistas, contaminadas ou mutuamente afetadas (aspectos formais, estilísticos, estéticos, textuais, semióticos, simbólicos, sensoriais, técnicos e materiais) graças à compatibilidade e à permeabilidade dos meios. São esses aspectos que caracterizam e conferem qualidade intermídia aos processos comunicacionais em ação, pois esses atributos dos ambientes midiáticos on-line possibilitam que conteúdos variados fluam entre mídias em conexões digitais (WENZ, 2008).

A nomenclatura "intermídia", assim, tem denominado, em estudos comunicacionais, dinâmicas midiáticas interdependentes cujo teor sociotécnico (associações híbridas entre humanos e tecnologias) ganha destaque, pois "novas" e "velhas" mídias se colidem e configuram o que Jenkins (2008) nomeia como "cultura da convergência". Nessa cultura,

que demarca o cenário midiático contemporâneo, temos o encontro da lógica vertical – planificada por instituições midiáticas – com a lógica horizontal – auto-organizada por públicos conectados e fragmentados em seus modos peculiares de participação e engajamento em conteúdos midiáticos on-line. Estes estão articulados, sobretudo, pela prática de compartilhamento, e evidenciam uma tensa relação entre as iniciativas institucionais e as auto-organizadas.

Trata-se, portanto, da entrada de instâncias midiáticas "tradicionais" ou "massivas" na lógica contemporânea de compartilhamento digital de conteúdos, aspecto que atualiza a noção pioneira de intermídia oriunda do campo das artes e da literatura e a inscreve no campo da comunicação e dos estudos de mídias. Isso reconfigura os processos de entretenimento e de notícias, que passam a considerar as práticas de compartilhamento, participação e engajamento dos públicos. Essa é a defesa empreendida por Herkman (2012), quem enfatiza ainda que "convergência" e "intermedialidade" caminham juntas desde o século XIX, como ressaltamos antes, e intensificam seus laços durante os anos 1960 e 1970, graças ao processo de "computadorização". Entretanto, ambos os termos são distintos e não foram discutidos antes dos anos 1990, como sublinha esse autor. Enquanto a primeira noção se baseia em desenvolvimentos tecnológicos, a segunda, por sua vez, ancora-se nas humanidades e teorias sobre as artes.

Em suma, examinar dinâmicas midiáticas de caráter intermídia implica em atentar para as mútuas afetações (contaminações) que mídias efetuam sobre outras. Da mesma maneira, é preciso atentar para as convocações que conteúdos fazem a outros meios, para os meios em que esses conteúdos circulam e para onde eles tendem a escorrer. Isso em função dos modos como os usuários lidam com essas produções midiáticas e com as produções e apropriações por eles efetuadas.

As conexões em redes intermídia são, portanto, de sumo interesse para este trabalho. Nosso olhar se volta, então, para aquilo que advém da utilização da #Rio2016 como *hashtag* que aglutina postagens de mesma temática. Potencialmente, consideramos que essa *hashtag* opera de modo intermídia e em rede, pois ações diversas se distribuem em diferentes ambientes midiáticos em que ela é utilizada. Como demonstraremos, ela funciona como agenciadora intermídia (D'ANDRÉA; AL-

ZAMORA; ZILLER, 2015), por conectar assuntos comuns tematizados por instituições midiáticas (estações de rádio, emissoras e canais televisivos, jornais impressos, revistas impressas, portais on-line de jornais e revistas, aplicativos ou mesmo plataformas midiáticas on-line). Igualmente, ela opera como elemento comum que pode ser utilizado por usuários e perfis institucionais a fim de que um mesmo assunto circule entre diferentes mídias, de modo a lhes conferir visibilidade público-midiática, a qual decorre do volume de compartilhamentos propiciados pelo tema.

A circulação intermídia de conteúdos via #Rio2016

Para investigar as redes intermídia associadas à circulação de conteúdos via #Rio2016, optamos por coletar dados que nos permitissem não apenas articular uma análise quantitativa e qualitativa, mas que valorizassem também as especificidades sociotécnicas do *Twitter*. Assim, assumimos a perspectiva dos "métodos digitais" de pesquisa (ROGERS, 2016), que aponta a importância de reconhecermos e analisarmos a singularidade ontológica dos objetos digitais pelo uso de métodos que explorem as especificidades da *web* e suas aplicações. Nesse sentido, a coleta e o processamento de *tweets* foram feitos com o auxílio da ferramenta *Twitter Capture and Analysis Toolset* (TCAT-DMI), que extrai e processa *tweets* pela API dessa plataforma (BORRA; RIEDER, 2014). Ao fazer a coleta de um grande volume de dados por meio de um protocolo autorizado pelo *Twitter*, o TCAT-DMI nos permite não apenas analisar, de modo panorâmico, o uso da *hashtag*, mas também abre margem para discutirmos como a temática analisada se associa às materialidades e práticas típicas desse ambiente midiático.

De 04 a 23 de agosto de 2016, coletamos 9.427.594 *tweets* associados à #Rio2016. Dentre os vários *scripts* de processamento de dados oferecidos pelo TCAT-DMI, optamos por trabalhar com dois cruzamentos mais pertinentes para a questão central deste artigo. O primeiro deles é a Frequência de Mídia (*Media Frequency*). Trata-se de um *dataset* com os "arquivos de mídia" (como fotografias) mais presentes nos *tweets* em que a *hashtag* #Rio2016 foi utilizada. Nessa rubrica, estão reunidas imagens adicionadas aos *tweets* pelos usuários e hospedadas no servi-

dor do *Twitter* (*media upload*). O segundo dado compilado pelo TCAT--DMI é a URL, ou seja, o *dataset* de *links* (externos, na grande maioria dos casos) presentes em *tweets* com a *hashtag* em questão. Entre todos os *tweets* coletados, 26,95% (2.540.868) continham *links*. O número total de *tweets* associados a algum tipo de imagem foi de 5.403.233, ou seja, 57,31% de todas as publicações coletadas com a #Rio2016. A ocorrência geral diária de *tweets* (verde) e de *tweets* com arquivos de mídia (vermelho) e com *links* (laranja) é apresentada pela Figura 1, gerada, assim como as demais visualizações apresentadas neste trabalho, com auxílio do *software Tableau Public*.[4] Dentre outros aspectos, é possível notar certa regularidade no percentual diário de *tweets* com arquivos de mídia ou URLs.

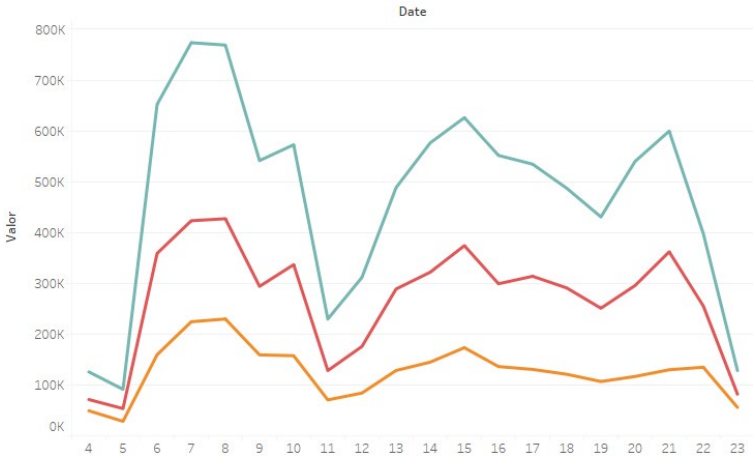


Figura 1 - Gráfico com a frequência diária de *tweets* com a #Rio2016.
Fonte: elaborada pelos autores.

As imagens mais compartilhadas

Em um primeiro procedimento analítico, dedicamo-nos aos arquivos de mídia – fotos e GIFs animados – mais compartilhados junto à #Rio2016. Após tabularmos e identificarmos as imagens, organizamos

4. Uma versão interativa desta visualização está disponível em: <*https://public.tableau.com/profile/publish/rio2016-visaogeraltweets/Planilha1#!/publish-confirm*>. Acesso em: 20 fev. 2017.

parte delas em função do tema abordado, conforme nos mostra o Quadro 1.

Cor	
Rosa	*Cerimônia de abertura*
Verde	*Usain Bolt (atletismo)*
Laranja	*Michael Phelps (natação)*
Vermelho	*Zac Efron (ator) e ginastas estadunidenses (FinalFive)*
Azul escuro	*Sopita Tanasan (levantamento de peso)*
Marrom	*Selfies (atletas do judô)*
Preto	*Relação entre Olimpíadas e política*
Lilás	*Machismo contra Cory Cogdell (tiro esportivo)*
Azul claro	*Capa de jornal (Malásia)*

Quadro 1 - Classificação temática das imagens mais compartilhadas em #Rio2016
Fonte: elaborado pelos autores.

A Figura 2 mostra a distribuição dessas imagens dia a dia e por categoria.[5] Há, como esperado, certa diversidade nas formas de produção e de circulação das imagens mais associadas à #Rio2016, mas algumas tendências podem ser observadas. As *selfies* publicadas por dois judocas (uma argentina[6] e um francês[7]) após a conquista de medalhas (barras marrons) e uma foto postada pelo tenista Rafael Na-

5. Uma versão interativa desta visualização está disponível em: <https://public.tableau.com/profile/publish/rio2016-MediaFrequencysemrepeticoes/Planilha1#!/publish-confirm>. Acesso em: 21 fev. 2017.

6. Este *tweet* não está mais disponível.

7. Disponível em: <https://twitter.com/teddyriner/status/764204725894021120/photo/1https://pbs.twimg. com/media/CpsAIbbXEAIQuXJ.jpg>. Acesso em: 21 fev. 2017.

dal[8] em seu perfil durante a cerimônia de abertura (barras rosas) são exemplos de imagens produzidas e circuladas pelos próprios atletas. Também em conta oficial no *Twitter*, o corredor jamaicano Usain Bolt divulgou duas imagens bem populares no *dataset* analisado: uma da sua primeira medalha de ouro nas Olimpíadas 2016, na prova de 100 metros (barras verdes, 15/08/16),[9] e outra parabenizando a medalha de ouro da Seleção Brasileira de futebol masculino, postando uma foto do jogador Neymar imitando sua tradicional "pose de raio" (barras verdes, 21/08/16).[10]

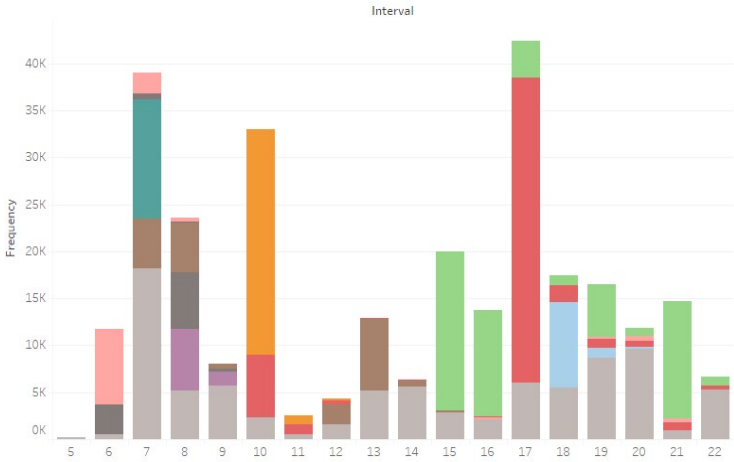


Figura 2 - #Rio2016 - Frequência diária de postagens contendo imagens, sem repetições. Fonte: elaborada pelos autores

O compartilhamento de fotos próprias associadas à #Rio2016 é ainda mais expressivo no caso do ator estadunidense Zac Efron (barras vermelhas). No dia 10 de agosto, início das competições da ginástica artística feminina dos EUA, ele postou uma foto fazendo um coração

8. Disponível em: <*https://twitter.com/RafaelNadal/status/761742186144788480*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

9. Disponível em: <*https://twitter.com/usainbolt/status/765015628411437056*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

10. Disponível em: <*https://twitter.com/usainbolt/status/767137421158932480*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

com as mãos e tendo como fundo uma foto das cinco atletas da equipe dos EUA (conhecidas como *Final Five*).[11] Após a conquista do ouro no dia 17 de agosto de 2016, esse ator postou uma montagem de quatro fotos com essas atletas, com destaque para a ginasta Simone Biles. Após a conquista de cinco medalhas (sendo quatro de ouro) na Rio 2016, Biles se tornou a mais premiada ginasta dos EUA de todos os tempos. Ainda no dia 17, Zac Efron postou também outra imagem, cercado de nove mulheres, entre as quais a equipe *Five Final*. Na publicação, ele escreveu: "*My Olympic dream came true*". (Meu sonho olímpico se torna real.) (FIG. 3).

Figura 3 - *Tweet* de Zac Efron com a #Rio2016. Fonte: TWITTER, 2016.[12]

Um segundo conjunto de imagens se destaca por trazer para o *Twitter* fragmentos de imagens oriundas de outras mídias. É o caso de um GIF animado, composta por *frames* da emissora NBC, dos EUA, no qual Usain Bolt e outros corredores se surpreendem com o final da pro-

11.Disponível em: <*https://twitter.com/zacefron/status/763241965764829185*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

12. Disponível em: <*https://twitter.com/zacefron/status/765722207678898176*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

va dos 400 metros (parte das barras verdes, 15/08/16).[13] A conquista da medalha de ouro pela halterofilista tailandesa Sopita Tanasan também foi amplamente divulgada no *dataset* analisado a partir de imagens relacionadas à transmissão televisiva (barra azul escura, 07/08/16).

Dentre os três *tweets* sobre o tema, um traz uma foto de um aparelho de TV exibindo a tailandesa no pódio. A presença da bandeira da Tailândia no canto direito dessa imagem (FIG. 4) nos permite intuir que esta foto, assim como as que compõem as montagens de dois outros *tweets* publicados também em 07 de agosto de 2016, são fragmentos retirados da transmissão de uma emissora tailandesa.

Figura 4 - *Tweet* sobre conquista da medalha de ouro pela halterofilista tailandesa Sopita Tanasan. Fonte: TWITTER, 2016.[14]

Em duas outras situações, os fragmentos oriundos de outras mídias circularam no *Twitter* com a intenção de tensionar a abordagem dada inicialmente por veículos jornalísticos a um tema. A primeira se refere à publicação da foto de capa do jornal tailandês *Kosmo!*, que enfatiza a

13. Disponível em: <*https://twitter.com/Stephen__Nelson/status/764992861439942656/photo/1*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

14. Disponível em: <*https://twitter.com/lataedekd/status/762087357407375360*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

derrota dos jogadores de badminton Peng Soon e Liu Ying. O músico malaio Yuna Zarai (@yunamusic) criticou a manchete desse jornal e ressaltou o "orgulho" pela conquista da medalha de prata pela dupla (barras azuis claras, dias 18 e 19 de agosto de 2016).[15]

A segunda situação é uma crítica à cobertura da imprensa tradicional dos EUA, feita por meio de uma montagem com quatro *prints* de manchetes de webjornais, compartilhada pelo escritor e ativista Qasim Rashid (@MuslimIQ). As manchetes foram criticadas por sequer citarem o nome da atleta estadunidense Cory Cogdell ao anunciar sua conquista da medalha de bronze em tiro esportivo. Jornais como *Chicago Tribune* e *The Score* se referiam a ela apenas como esposa de um jogador de futebol americano (barras lilás, 08/08/16) (FIG. 5).[16]

Por fim, destacamos duas imagens dos Jogos que foram, no *dataset* analisado, impulsionadas por *tweets* de jornalistas. A foto de uma egípcia jogando vôlei de praia usando burca foi publicada por Bernardo Araujo (@BernardoBAraujo), colunista do jornal O Globo em sua versão on-line (barra cinza escuro, dias 08 e 09 de agosto de 2016),[17] e a imagem do nadador sul-africano Chad le Clos olhando para o nadador estadunidense Michael Phelps durante uma prova eliminatória dos 200 metros borboleta foi comentada por Simone Eli, apresentadora da emissora estadunidense WIAT CBS42 *News* (parte da barra laranja, 10/08/16).[18]

O desempenho de Phelps nesta prova também foi o tema de uma montagem com quatro fotos postadas pelo veículo *Bleacher Report* (maioria das barras laranja, 10/08/16, e todas as barras laranjas, 11/08/16). A sequência sugere uma narrativa que se inicia com a foto de Phelps, concentrado e com a cara fechada antes da prova, e que

---

15. Disponível em: <*https://twitter.com/yunamusic/status/766151717998047232*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

16. Disponível em: <*https://twitter.com/muslimiq/status/762419341035831300*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

17. Disponível em: <*https://twitter.com/yunamusic/status/766151717998047232*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

18. Disponível em: <*https://twitter.com/SimoneEli_TV/status/763193378632830976*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

continua com a disputa com o sul-africano (a imagem compartilhada por @SimoneEli_ está presente na montagem) e termina com a comemoração do nadador estadunidense. O texto do *tweet* diz: "*Don't poke the bear, Chad le Clos.*" (Não cutuque o urso, Chad le Clos.) (FIG. 6).[19]

Figura 4 - *Tweet* sobre conquista da medalha de ouro pela halterofilista tailandesa Sopita Tanasan Fonte: TWITTER, 2016.[20]

19. Disponível em: <*https://twitter.com/bleacherreport/status/763191183774408705*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

20. Disponível em: <*https://twitter.com/muslimiq/status/762419341035831300*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

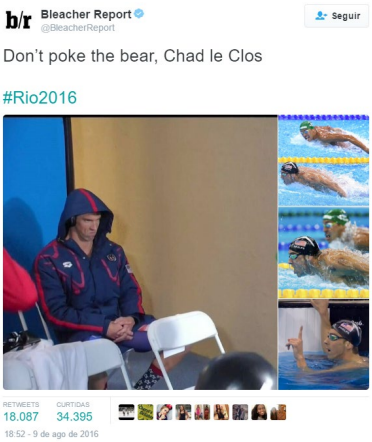


Figura 6 - *Tweet* com 4 imagens que narram a vitória de Phelps na eliminatória dos 200 metros borboleta. Fonte: TWITTER, 2016.[21]

Os *links* associados à #Rio2016

Visando identificar quais fontes externas foram associadas à #Rio2016, identificamos quais os *links* (*URLs*) que mais circularam no *dataset* analisado em um segundo movimento analítico. Parte dos 50 *links* mais divulgados foi categorizada de acordo com o conteúdo que apresentaram. O Quadro 2 nos mostra a classificação dos temas dos *links* mais compartilhados junto à #Rio2016.

A Figura 7 mostra a ocorrência desses grupos de URLs por dia. As barras em azul representam *links* que apontam para páginas destinadas ao acompanhamento, em tempo real, das competições. Dos quinze *links* com essa finalidade, doze apontam para páginas da BBC.co.uk,[22] por meio das quais era possível acompanhar ao vivo a transmissão de eventos específicos – na região de cobertura cujos direitos foram adquiridos pela emissora junto ao COI.

---

21. Disponível em: <*https://twitter.com/bleacherreport/status/763191183774408705*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

22. Por exemplo, a página <*http://www.bbc.co.uk/sport/live/olympics/36436544*>, cujo conteúdo não está mais disponível.

Cor	*Tema*
Rosa	*Links para páginas atualmente inexistentes*
Verde	*Links para diferentes tipos de conteúdo audiovisual*
Vermelho	*Link para páginas principais de especiais das Olímpiadas 2016*
Azul escuro	*Links de Acompanhamento em tempo real das Competições*
Lilás	*Links para conteúdos e serviços relacionados a patrocinadores oficiais das Olimpíadas*

Quadro 2 - Classificação temática das *URL's* mais compartilhadas em #Rio2016.
Fonte: elaborado pelos autores.

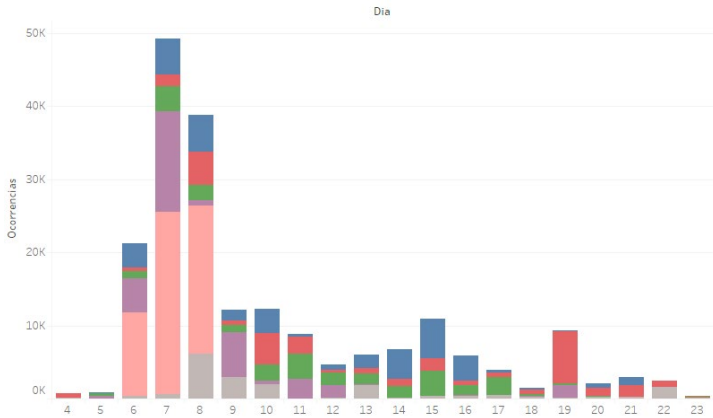


Figura 7 - Gráfico da Frequência Diária das *URL's* mais frequentes do *dataset* #Rio2016
Fonte: elaborada pelos autores.

É interessante observar que, em praticamente todos os dias, uma ou mais páginas da BBC são destacadas para acompanhamento das disputas em "tempo real". Outros três *links* para resultados ao vivo apontam para o site da Federação Internacional de Basquete (estatísticas do jogo

feminino entre Bielorússia e Japão, ocorrido no dia 07 de agosto),[23] da emissora canadense CBC[24] e do portal brasileiro *Estadão*.[25]

As barras vermelhas direcionam, por sua vez, para as páginas principais de especiais publicados principalmente por emissoras de TV de diferentes países. Estão presentes a emissora espanhola *Antena 3*,[26] a sul-africana *SuperSpor*[27] e estadunidense NBC. Esta, além da página com repositório de vídeos, tem ainda referenciadas as páginas especiais sobre futebol e ginástica olímpica.[28] Os únicos *links* não vinculados a emissoras de TV apontam para páginas informativas publicadas pelas federações japonesas de Futebol e de Atletismo.[29]

Diferentes tipos de conteúdo audiovisual (vídeos, principalmente) que circularam fora das plataformas das emissoras oficiais estão representados pelas barras verdes da Figura 7. É o caso, por exemplo, do único *link* que direciona para o *YouTube* (aponta para uma montagem cômica intitulada ""BEST OLYMPIC FUNNY NEWS BLOOPERS"")[30] e da montagem feita por um site tailandês com fotos e vídeo da fratura sofrida pelo ginasta francês Samir Ait Said.[31] Entre os vídeos publicados no próprio *Twitter*, destacam-se produções do *The New York*

---

23. Disponível em: <*http://www.fiba.com/ls/#8093&BKW400A03*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

24. Disponível em: <*http://www.cbc.ca/sports/olympics*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

25. Disponível em: <*http://esportes.estadao.com.br/aovivo/rio2016*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

26. Disponível em: <*http://www.antena3.com/noticias/deportes/*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

27. Disponível em: <*http://www.supersport.com/olympics/video*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

28. Respectivamente disponíveis em: <*http://www.nbcolympics.com/soccer*> e <*http://www.nbcolympics. com/gymnastics*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

29. Disponível em: <*http://www.jfa.jp/national_team/u23_2016/rio_olympic_2016/*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

30. Disponível em: <*https://www.youtube.com/watch?v=xt1YEhW7rPw&feature=youtu.be*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

31. Disponível em: <*http://hilight.kapook.com/view/140498*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

Times[32] (sobre a ginasta Simone Biles), do jornal chinês *Global Times*[33] (um pedido de casamento após uma prova de nado sincronizado) e da emissora NBC[34] (gol da seleção feminina estadunidense contra a França).

Em lilás, estão reunidos os *links* para conteúdos e serviços relacionados aos patrocinadores oficiais das Olimpíadas. Dois dos *links* (publicados nos dias 06 e 07 de agosto) remetem a conteúdos ligados à campanha #DoWhatYouCant,[35] veiculada pela *Samsung*. Outro *link* ainda mais popular aponta para a página, na *iTunes Store*, de um aplicativo em japonês da Coca-Cola.[36] A cor rosa reúne sete *links* que apontam para páginas atualmente inexistentes (como <*http://p1001.com/*> e <*http://imi222.com/*>). Após uma pesquisa por esses *links* no buscador *Google*, foi possível identificar *tweets* publicados, por exemplo, pela conta @pokemonballs21, que aparentemente tenta, em coreano, atrair interessados em conversar com adolescentes no MSN. Estes *tweets* foram postados apenas nos três primeiros dias do evento.

Considerações finais

Neste trabalho nos dedicamos a investigar como se deu a circulação intermídia de conteúdos por meio do uso da #Rio2016 por usuários comuns, instituições midiáticas e jornalistas durante a cobertura dos Jogos Olímpicos Rio 2016 realizados na cidade do Rio de Janeiro, no Brasil, em agosto de 2016. De modo específico, atentamos para a circulação intermídia de imagens e *links* associados a essa *hashtag* no cruza-

32. Disponível em: <*https://amp.twimg.com/v/4876cacc-b5ca-4f8e-8cd0-c34238af2f02*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

33. Disponível em: <*https://amp.twimg.com/v/dfb2b648-ca85-4255-9290-8e2b0987647c*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

34. Disponível em: <*https://twitter.com/NBCOlympics/status/762443542677499908*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

35. Disponível em: <*http://www.samsung.com/global/galaxy/olympics/*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

36. Disponível em: <*https://itunes.apple.com/app/id1088184021*>. Acesso em: 21 fev. 2017.

mento de postagens no *Twitter* com transmissões televisivas e notícias jornalísticas.

Por meio da análise dos dados coletados por ferramentas digitais e à luz da noção de circulação intermídia, verificamos que a #Rio2016 tece uma rede intermídia bastante diversificada ao conjugar conteúdos produzidos e/ou publicados pelos próprios atletas e oriundos de diferentes meios de comunicação e informação. Ao colocar em relação imagens e *links* que noticiam, sintetizam, discutem e ressignificam momentos específicos das competições dos Jogos Olímpicos, essa *hashtag* agencia e aglutina tematizações comuns a respeito desse megaevento esportivo.

Como pudemos examinar, os dados apresentam, em sua especificidade, co-ocorrências de temas de aparente interesse global, como atletas notórios em suas modalidades esportivas (Usain Bolt e Michael Phelps) e celebridades (Zac Efron), e outros de repercussão nacional, como a premiação da atleta tailandesa Sopita Tanasan. Especificamente no caso de Zac Efron, chama atenção de terem sido os seus *tweets* os principais responsáveis pela associação da atleta mais bem-sucedida da Olímpiada Rio 2016 (a ginasta Simone Biles) à #Rio2016, criando uma situação que, acreditamos, pode ser discutida à luz do viés sexista que muitas vezes marca a relação entre celebridades, inclusive no meio esportivo.

A TV está associada de diferentes modos à #Rio2016. Imagens em movimento ou *frames* televisivos aparecem junto às postagens com *links* para as transmissões ao vivo de páginas especiais das emissoras, nos repositórios oficiais de vídeo, nos perfis oficiais de emissoras no *Twitter*, e também GIFs animados e fotografias de aparelhos de TV ligados. Detentoras dos direitos de transmissão dos Jogos, emissoras como BBC e NBC estão presentes por meio de suas plataformas on-line, e também de por meio de apropriações que tensionam o caráter oficial de suas transmissões (caso do GIF animado feito com a logo da NBC), o que revela um rico e diversificado processo intermídia.

A respeito dos cruzamentos entre mídias massivas e o *Twitter*, é importante retomar que, nas duas vezes em que foram feitas referências a veículos jornalísticos tradicionais – um jornal impresso tailandês e webjornais estadunidenses –, a intenção dos *tweets* era questionar a abordagem dada aos assuntos em questão, o que explicita a relação

muitas vezes tensa entre as diferentes mídias, em especial sobre aquelas que operam em uma lógica vertical e as que propõem usos mais horizontalizados.

Neste cenário, a tessitura da rede intermídia articulada pela #Rio2016 combina mídias, sobretudo a televisão, apresenta referências intermidiáticas e transposição midiática, evidenciadas pela menção de publicações outrora divulgadas em outros meios, como jornais on-line. A conexão entre usuários (humanos), conteúdos (fotos, GIFs) e recursos (*hashtag*) é possível graças às características de permeabilidade e compatibilidade dos meios, evidenciada principalmente por meio da circulação de *links*, que remetem diretamente às publicações de outros ambientes midiáticos.

Os usos e apropriações da #Rio2016 delimitam peculiaridades do agenciamento efetuado por ela, bem como explicitam características próprias de cada meio. Enquanto a televisão se pauta fundamentalmente em conteúdo audiovisual, o *Twitter* se apresenta como ambiente propício para textos curtos e sintéticos que podem ter seu sentido ampliado pela inserção de conteúdos de mídia como imagens e *links* que remetem para além dele. Cabe enfatizar que esse atrelamento de diferentes mídias, ou seja, a qualidade intermídia dessa rede que investigamos, é justamente o que possibilita que o tema midiatizado, as Olimpíadas Rio 2016, no caso, ganhe relevância e visibilidade público-midiática. Essa relevância é o que sustenta o cruzamento entre emissões televisivas e o *Twitter* a respeito desse assunto durante os dias de realização desse megaevento.

Em vista da configuração midiática on-line dessa rede intermídia gerada pela #Rio2016, ressaltamos a importância dos métodos digitais e das especificidades ontológicas de cada meio para a realização de pesquisas dedicadas a objetos digitais. Foi apenas por meio da coleta e análise do significativo *dataset* de *tweets* coletados pela ferramenta TCAT-DMI que pudemos descobrir a tamanha diversidade de temas e usos da #Rio2016.

Referências

ALZAMORA, G. C. Especificidades da rede intermídia contemporânea: considerações sobre a audiência em contextos reticulares. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, ano IX, v. 9, n. 2, edição 17, p. 50-61, jul./dez. 2012. Disponível em: <*http://www.alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/441/244*>. Acesso em: 28 nov. 2016.

ALZAMORA, G. C.; SALGADO, T. B. P. Mídia. In: FRANÇA, V. V.; MARTINS, B. G; MENDES, A. M. (Orgs.). *Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS):* trajetória, conceitos e pesquisa em comunicação. Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas - PPGCom - UFMG, 2014. p. 183-190. Disponível em: <*http://www.seloppgcom.fafich.ufmg.br/index.php/seloppgcom/catalog/view/7/2/45-1*>. Acesso em: 05 set. 2016.

BORRA, E.; RIEDER, B. Programmed Method. Developing a Toolset for Capturing and Analyzing Tweets. *Aslib Journal of Information Management*, v. 66, n. 3, p. 262-278, 2014. Disponível em: <*http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/AJIM-09-2013-0094*>. Acesso em: 28 nov. 2016.

BURGESS, J.; GALLOWAY, A.; SAUTER, T. Hashtag as hybrid forum: the case of #agchatoz. In: Rambukkana, N. (Org.). *Hashtag Publics:* the power and politics of discursive networks. New York: Peter Lang, 2015. Cap. 4, p. 61-76.

CLÜVER, C. Intermedialidade. *Pós:*, Belo Horizonte, v. 1, n. 2, p. 8-23, nov. 2011. Disponível em: <*https://www.eba.ufmg.br/revistapos/index.php/pos/article/view/16/16*>. Acesso em: 28 nov. 2016.

D'ANDRÉA, C.; ALZAMORA, G.; ZILLER, J. Hashtags as Intermedia Agency Resources before FIFA World Cup 2014 in Brazil. In: RAMBUKKANA, N. (Org.). *Hashtag Publics*: the power and politics of discursive networks. Nova York: Peter Lang, 2015. Cap. 8, p.115-125.

HERKMAN, J. Convergence or intermediality? Finnish political communication in the New Media. *Convergence*, v. 18, n. 4, p. 369-384, nov. 2012. Disponível em: <*http://con.sagepub.com/content/18/4/369.full.pdf+html*>. Acesso em: 28 nov. 2016.

HIGGINS, D. Intermídia. In: DINIZ, T. F. N.; VIEIRA, A. S. (Orgs.). *Intermidialidade e estudos interartes: desafios da arte contemporânea*. v. 2. Belo Horizonte: Rona Editora: FALE/UFMG, 2012. p. 41-50.

JENKINS, H. *Cultura da Convergência.* São Paulo: Ed. Aleph, 2008.

LATOUR, B. *Reassembling the social:* an introduction to actor-network-theory. New York: Cidade: Oxford University Press, 2005.

RAJEWSKY, I. O. A fronteira em discussão: o status problemático das fronteiras midiáticas no debate contemporâneo sobre intermidialidade. In: DINIZ, T. F. N.; VIEIRA, A. S. (Orgs.). Intermidialidade e estudos interartes: desafios da arte contemporânea. v. 2. Belo Horizonte: Rona Editora: FALE/UFMG, 2012. p. 51-73.

ROGERS, Richard. O fim do virtual: os métodos digitais. *Lumina*, v. 10, n. 3, p. 1-34, 2016.

WENZ, K. As formas intermidiáticas em textos digitais. In: SANTAELLA, L.; NÖTH, W. (Orgs.). *Palavra e imagem nas mídias – um estudo intercultural.* Belém: Editora Universitária UFPA, 2008. p. 251-269.

TENSIONAMENTOS POLÍTICOS EM TORNO DE HASHTAGS NAS OLIMPÍADAS 2016

A SEMIOSE DE #CERIMÔNIAABERTURA

LUCIANA ANDRADE GOMES BICALHO
GEANE CARVALHO ALZAMORA

1. Introdução: *hashtags* nas Olimpíadas 2016

Os megaeventos esportivos têm sido marcados pela presença de *hashtags*, que são largamente utilizadas nas coberturas midiáticas, dentro e fora das redes sociais online. Nesse contexto, os atravessamentos políticos por meio de *hashtags* específicas, principalmente em interface com os protestos de rua, oferecem novas camadas de significação, como aconteceu nas Olimpíadas 2016 no Brasil. Segundo relatório divulgado pelo *Twitter*,[1] entre os dias cinco e 21 de agosto, foram publicados 187 milhões de *tweets* relacionados ao tema, com 75 bilhões de visualizações, sendo esses Jogos Olímpicos que mais utilizaram essa plataforma até agora.

1. Informação disponível em: <*http://adnews.com.br/internet/twitter-divulga-dados-de-repercussao-dos-jogos-rio2016.html*>. Acesso em: 13 de março de 2017.

Na noite da cerimônia de abertura das Olimpíadas 2016, algumas *hashtags* se destacaram e chegaram aos *trends*[2] do *Twitter*. A principal foi #rio2016, muito usada comercialmente pelos patrocinadores do evento e pela cobertura midiática tradicional, entre outras apropriações. As *hashtags* relacionadas à abertura, como #cerimoniadeabertura e #openingceremony, também entraram no *ranking*. Em razão do contexto de julgamento do pedido de impeachment da então presidente Dilma Rousseff, no Senado Federal, algumas *hashtags* de cunho político também tiveram visibilidade na cerimônia, principalmente no cruzamento com as *hashtags* comerciais do evento.

Por meio da ferramenta Hashtagify.Me[3], monitoramos a *hashtag* #cerimoniadeabertura, que apresentou forte conexão com as *hashtags* de protesto #foratemer, #foraTemerRio2016 e #eugritomoro, esta última com menor envergadura na rede investigada por apresentar um número reduzido de *tweets*. A escolha de #cerimoniadeabertura se justifica por esta ter sido a primeira hashtag específica da cerimônia a alcançar os trends mundiais no *Twitter*, durante o evento, e também por ser uma hashtag brasileira vinculada à abertura do megaevento esportivo, o que potencializa seu uso no contexto político nacional.

Para a análise dos atravessamentos políticos, privilegiamos em nossa análise as *hashtags* relacionadas diretamente ao presidente Michel Temer. Após sua fala durante o discurso de abertura do evento, às 23h30, a hashtag #foraTemerRio2016 entrou nos *trends* mundiais (FIG.1) e impulsionou #foratemer, que já estava sendo utilizada nas redes sociais online, principalmente no *Twitter*, desde o início do processo de impeachment. Além disso, #cerimoniadeabertura e #foraTemerRio2016 acionaram também as *hashtags* #rio2016 e #openingceremony, como veremos durante a análise. Diante disso, indagamos: como se configura a ação mediadora de #cerimoniadeabertura na rede de *hashtags* investigada durante o evento de abertura das Olimpíadas 2016?

---

2. Sistema oferecido pela plataforma do *Twitter* para dar visibilidade às *hashtags* e termos mais comentados durante um curto período de tempo.

3. Ferramenta online que visibiliza as principais redes traçadas pelas *hashtags* buscadas, assim como os principais influenciadores. Disponível em: <*http://hashtagify.me/*>. Acesso em: 05 de agosto de 2016.

Figura 1 – *Trends* do *Twitter* às 23h30.
Fonte: Página inicial do *Twitter* (*https://twitter.com/*).

Observamos a ação mediadora das referidas *hashtags* em referência à ação sígnica dos perfis de seus principais influenciadores, ou seja, dos principais perfis do *Twitter* que fizeram publicações e ganharam maior número de *retweets*. A partir disso, compreendemos a produção de significados agenciada em rede por encadeamento coletivo de *hashtags*. Conforme monitoramento realizado pelas autoras através da ferramenta Hashtagify.Me, os principais influenciadores de #cerimoniadeabertura foram os perfis oficiais da Rede Globo (@RedeGlobo) e de Dilma Rousseff (@dilmabr). No caso de #foraTemerRio2016, o perfil oficial do Partido dos Trabalhadores (@ptbrasil) aparece como o principal influenciador. A hashtag #foratemer tem, por sua vez, como protagonistas em sua lista de influenciadores os perfis de Dilma Rousseff (@dilmabr), do Partido dos Trabalhadores (@ptbrasil) e do coletivo Mídia Ninja (@midiaNINJA).

Partindo do aporte teórico e metodológico da semiótica de Charles Sanders Peirce (1983, 2003), buscamos compreender como a experi-

ência colateral, observada no agenciamento de *hashtags* de protesto associadas à hashtag #cerimoniadeabertura, influencia a formação de interpretantes dinâmicos variados, de modo a redirecionar o curso da semiose dessa hashtag. Trata-se de um processo mediador que, por um lado, faz referência à ação sígnica dos perfis que atuam como principais influenciadores e, por outro, produz agenciamento por associações coletivas baseadas em afinidade de interesses e de posicionamentos políticos. A semiose da hashtag #cerimoniadeabertura coloca em evidência uma rede variada de significados tecida coletivamente ao longo do evento de abertura das Olimpíadas 2016.

2. Atravessamentos políticos

Desde o começo de abril 2016, quando ocorreu a primeira votação do processo de destituição da presidente Dilma Rousseff na Câmara dos Deputados, a imprensa nacional e internacional especulou a influência da instabilidade política na realização das Olimpíadas[4]. Isso se deve, fundamentalmente, às manifestações e protestos recorrentes durante o período, que ganharam espaço na agenda midiática por meio das conexões entre as redes sociais online e as dinâmicas de rua. Esse processo teve início com as Jornadas de Junho de 2013, em decorrência do movimento Passe Livre, pela luta pela mobilidade urbana dos estudantes e, em um segundo momento, pelas medidas contra a corrupção[5]. Para dialogar e mostrar seu posicionamento, os usuários criaram e compartilharam várias *hashtags* que marcaram o cenário político brasileiro. Essa prática se tornou comum e ganhou destaque nos protestos de 2014, como consequência da realização da Copa do Mundo no Brasil (D'ANDRÉA; ALZAMORA; ZILLER, 2015). Em 2015, os protestos ganham outros contornos que resultaram no pedido de impeachment da presidente no ano seguinte.

---

4. Informação disponível em: <*https://www.washingtonpost.com/world/the_americas/brazilian-protesters-censored-at-olympics/2016/08/07/c8dfc014-5cca-11e6-84c1-6d27287896b5_story.html?utm_term=.5e82fa4fe489*>. Acesso em 10/12/2016.

5. Ver mais em: SILVA, 2014; MALINI, ANTOUN, 2013.

Em 2016, durante o processo de impeachment, as principais *hashtags* utilizadas, #naovaitergolpe e #foradilma, tornaram-se fruto da polarização política em curso (ALZAMORA; ANDRADE, 2016). A primeira foi muito usada por aqueles contrários ao pedido de destituição da presidente, acusando o processo de ser um golpe contra a democracia. Por seu turno, a segunda hashtag foi amplamente divulgada por aqueles que acreditavam que a presidente havia cometido crime de responsabilidade fiscal[6] e eram a favor do impeachment. Nos dias 11 e 12 de maio de ano, aconteceu a votação no Senado que acatou o protocolo de abertura do impeachment. A presidente foi afastada e o então vice-presidente, Michel Temer, assumiu o posto de maneira interina até o julgamento final em agosto do mesmo ano, quando ele se tornou oficialmente presidente pela concretização do impeachment. Isso gerou grande revolta e intensificou os protestos entre aqueles que eram contra o processo.

Pouco antes de iniciar os jogos olímpicos 2016, o presidente interino, Michel Temer, foi fortemente criticado nas redes sociais on-line, além de ser alvo de vários protestos de rua. A hashtag #foratemer foi a protagonista dessas manifestações, agregando uma variação semântica para atravessar as Olimpíadas a fim de alcançar visibilidade por associação sígnica com outras *hashtags* oficiais, principalmente #rio2016. Por essa razão, #foraTemerRio2016, conforme veremos ao longo deste trabalho, conseguiu trazer novas camadas de significação para o megaevento esportivo.

Nesse sentido, compreendemos as *hashtags* como processos sígnicos que cumprem função mediadora no entrelaçamento de dinâmicas online e offline. As *hashtags*, portanto, não conformam sentidos apenas pela dinâmica do banco de dados[7], ao atuarem, por exemplo, como ferramentas de monitoramento no *Twitter*. Segundo Bruns e Burgess

6. Informação disponível em: <*http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2016/05/02/especialistas-entendem-que-dilma-cometeu-crime-de-responsabilidade*>.

7. As *hashtags* foram criadas em 2007 por Chris Messina, desenvolvedor web, e tinha por objetivo agrupar conteúdos no *Twitter* para facilitar o monitoramento da plataforma. Sua intenção era melhorar a experiência do usuário a partir da possibilidade de seleção de conteúdos (BRUNS; BURGESS, 2005).

(2015), as *hashtags* sempre tiveram papel central de organizar as questões sociais, culturais e políticas dentro dessa plataforma, trazendo discussões gerais ou locais para o debate público. O uso de *hashtags* altera continuamente os sentidos que delas emanam quando os usuários as encadeiam com outras. Para compreender essas relações, pretende-se, neste artigo, elucidar a dinâmica mediadora das *hashtags* com base na noção peirceana de semiose.

3. As *hashtags* como processos sígnicos

Para Colapietro (2011), signo é uma espécie de lugar que certa partícula de significação ocupa provisoriamente em um lapso de tempo, o que descreve sua natureza dinâmica. Essa concepção dinâmica de signo descreve a representação móvel que aponta para um objeto que o determina com vistas a alcançar uma representação futura, mais aprimorada. Entretanto, por não conseguir abarcar sua totalidade determinante, o signo se desdobra em novo signo – interpretante – que efetuará nova relação triádica dinâmica. O processo de significação é transitório e aponta para a incompletude do interpretante, sendo a semiose um processo *ad infinitum*, pois o significado de um signo é sempre outro signo e assim por diante (PEIRCE, 1983).

A semiose descreve o processo de mediação sígnica, que opera pela relação triádica que o signo estabelece com seu interpretante em referência ao seu objeto (PEIRCE, 1983). Essa operação reticular ocorre, primeiramente, de forma interna ao signo, entre a determinação oriunda de um objeto (que só se revela por meio do signo/representâmen) e a formação de seu interpretante por associação sígnica (experiência colateral). Em segundo lugar, de forma externa, ela ocorre entre um signo posterior, formado pelo interpretante (que se transforma em um novo signo/representâmen) e uma nova tríade sígnica, seguindo, assim, sucessivamente (PEIRCE, 1983).

Para Colapietro (2011), a experiência colateral está ligada à familiaridade prévia com o objeto, associando novos signos à semiose. Essa operação acontece por proximidade e alteridade com o objeto, sendo condição essencial para a existência da semiose. Esse engendramento lógico é o que garante o aprimoramento da comunicação (PEIRCE,

2003). Desse modo, qualquer contato com os objetos da representação só é possível por meio das mediações sígnicas oferecidas pela experiência colateral na formação do interpretante (BERGMAN, 2010). Quando afirmamos que as *hashtags* são processos sígnicos, estamos inferindo sua função mediadora por meio das operações de determinação e de representação sígnica (ALZAMORA; ANDRADE, 2016). Por um lado, elas vinculam pelo rastro sociotécnico, fazendo a mediação entre um posicionamento comum e a formação de interpretantes a partir de um novo contexto sociocomunicacional. Por outro lado, elas agem na conexão entre uma instância de significação e outra por meio do encadeamento de *hashtags*, reconfigurando ou reafirmando sua rede de sentidos. Essa rede sígnica se encontra em constante expansão, sendo aprimorada a cada ato comunicativo por meio da experiência colateral. Entretanto, apesar da forte dimensão criativa, sua referência a um contexto mais amplo de significação jamais se extingue.

Segundo Peirce (2003), essa teia de relações lógicas é baseada nas três categorias fenomenológicas do signo. Em nível de primeiridade, o signo se apresenta como um ícone, expressando uma mera qualidade. Em nível de secundidade, o signo é um índice, pois efetua relação física entre signo e objeto. No caso da hashtag, ele está relacionado ao rastro de ação deixado pelo # (*hash*), que permite o monitoramento de sua trajetória online. Em domínio de terceiridade, o signo aponta para a construção simbólica do argumento que se expressa na conformação de um hábito de ação. Isso se torna claro na utilização das *hashtags* fora dos ambientes midiáticos de monitoramento digital. Quando as *hashtags* passam a integrar cartazes, camisetas e conversações em rede, elas se tornam a expressão de uma ideia, operando como regra. Isso demonstra que o conceito de mediação de Peirce está atrelado empiricamente à sua noção de signo (SANTAELLA, 2004).

4. A semiose de #cerimoniadeabertura

Nossa intenção é retomar a semiose de #cerimoniadeabertura tendo em vista o processo de mediação da terceiridade no estabelecimento de um propósito para a ação. Vamos compreender as *hashtags* como símbolos capazes de exercer funções mediadoras a partir dos atravessa-

mentos políticos na cerimônia de abertura das Olimpíadas 2016. Nessa perspectiva, buscamos compreender como a experiência colateral contribui para a manutenção ou criação de hábitos de ação, principalmente operando em uma perspectiva intermídia[8].

Na noite da cerimônia de abertura, após o pronunciamento realizado pelo então presidente interino, Michel Temer, podemos notar duas *hashtags* em destaque (FIG.1) operando nos *trends* do Twitter: #cerimoniadeabertura e #foraTemerRio2016. Partimos da premissa que a hashtag #foratemer, utilizada desde o início do processo de impeachment e intensificada após a decisão do afastamento da presidente Dilma, já opera como um símbolo, sendo fortemente utilizada em cartazes e camisetas nos protestos de rua (FIG.2). Inclusive, ao longo do evento olímpico Rio 2016, ela foi adotada por manifestantes dentro e fora dos estádios. Isso revela um propósito de ação, que deu origem à #foraTemerRio2016, uma variação semântica que teve por objetivo a instituição de um novo hábito de ação no evento.

Figura 2 - Hashtag usada em cartazes como forma de protesto nas Olimpíadas. Fonte: página do Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé no *Facebook*.

8. A dinâmica intermídia é resultado dos processos de intertextualidade entre diferentes gêneros e formatos midiáticos. Isso significa que são interações midiáticas de natureza sincrônica e diacrônica, que podem resultar em experiências estéticas diferenciadas. (MÜLLER, 2010).

Esse engendramento lógico se torna visível quando olhamos para a semiose gerada pela #cerimoniadeabertura (FIG. 3), que apresenta uma associação sígnica com as *hashtags* #foraTemerRio2016 e #foratemer. Ela se mostra uma rede híbrida e heterogênea, que sofre alteração de sentidos por atravessamentos políticos. A hashtag referencia inicialmente o evento olímpico, fazendo conexão com as *hashtags* #rio2016, #openingceremony e #somostodosolimpicos, sendo esta última muito utilizada pela cobertura jornalística da Rede Globo[9]. É interessante ver a relação gerada, visto que a emissora tem sido alvo dos manifestantes que se posicionam contra o governo Temer, acusando-a de "golpista" (SILVA, 2014).

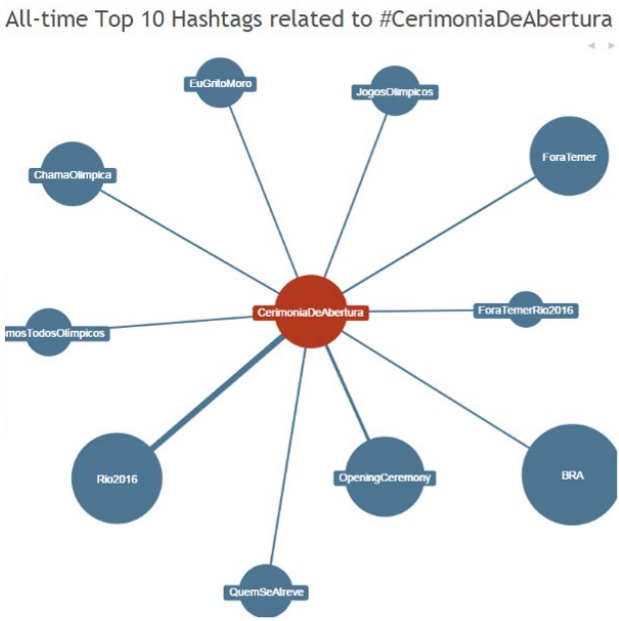


Figura 3 - Relações estabelecidas pela hashtag #cerimoniadeabertura.
Fonte: captura de tela da análise realizada pela ferramenta Hashtagify.me.

9. Sobre o conceito "Somos todos Olímpicos" utilizado pela cobertura midiática da Rede Globo, ver: *http://redeglobo.globo.com/novidades/esportes/noticia/2015/03/rio-2016-globo-da-inicio-contagem-regressiva-para-os-jogos-olimpicos.html*. Acesso em 20 dezembro 2016.

Para Peirce (1983), isso acontece porque a experiência colateral induz a um processo autocorretivo da ação sígnica, ou seja, da semiose. Essa autocorreção pressupõe transmissão, atualização e tradução por associação sígnica. Segundo Colapietro (2004), esse processo de significação não tem rotas pré-fixadas, mas trajetórias emergentes e alteráveis, definidas pelos movimentos dos viajantes (intérpretes). Por essa razão, não podemos entender o processo de semiose apenas pelo viés da determinação, pressupondo um caminho imutavelmente apontado, como muitos formalistas enxergam a teoria de Peirce, mas a partir de trajetórias fluidas, que podem encontrar bifurcações, resultando em um grande labirinto.

Essa heterogeneidade torna-se mais clara quando olhamos para os influenciadores de #cerimoniadeabertura (FIG.4). Em primeiro lugar, surge o perfil @naosejatrouxa[10], aparentemente utilizado para protestos políticos, exibindo as principais *hashtags* contra o governo. Em segundo lugar aparece a o perfil da Rede Globo, que transmitiu a cerimônia ao vivo pela TV. Em sexto lugar, podemos observar a presença do perfil @dilmabr, vinculado oficialmente à ex-presidente Dilma Rousseff. Isso é visível pela aglomeração de esferas de conteúdos distintos na imagem. Significa que as rotas escolhidas pelos navegantes são diversificadas e com propósitos distintos, o que garante uma semiose mais híbrida e heterogênea.

A semiose da #foraTemerRio2016 (FIG. 5) é mais homogênea e direcionada, o que significa que a experiência colateral encontrou maior familiaridade com o objeto. Por um lado, ela faz conexão com as *hashtags* do evento: #rio2016, #cerimoniadeabertura e #openingceremony, mostrando uma forte intenção em ser propagada durante a noite de abertura. Por outro lado, ela aparece como um desdobramento da #foratemer, vinculando outras *hashtags* com o mesmo posicionamento, porém com menor visibilidade: #stopcoupinBrazil, #outTemer, #foraTemerOlimpico. Podemos notar que se trata de uma semiose mais enxuta, com poucas associações na formação de novos interpretantes. Porém, suas ligações são mais intensas quando observamos a espessura

10. O perfil foi excluído da conta do *Twitter* recentemente e não pode mais ser encontrado nas buscas.

das linhas encontradas, representando a quantidade de vezes que elas são usadas em conjunto.

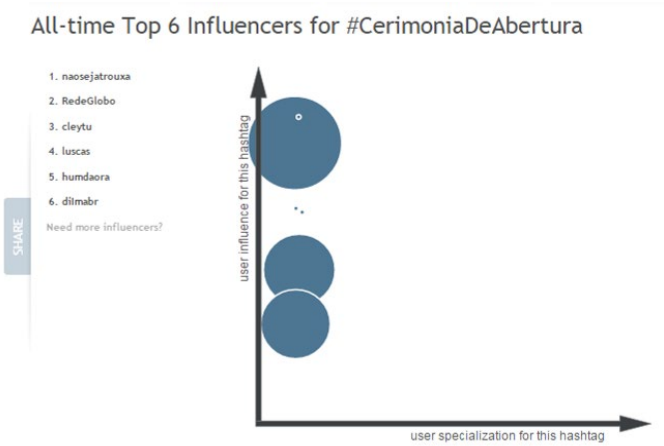


Figura 4 – Principais influenciadores da #cerimoniadeabertura.
Fonte: captura de tela da análise realizada pela ferramenta Hashtagify.me.

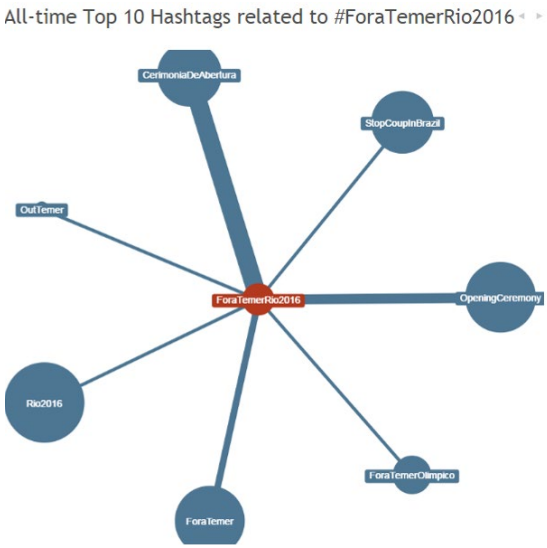


Figura 5 - Relações estabelecidas pela hashtag #foraTemerRio2016.
Fonte: captura de tela da análise realizada pela ferramenta Hashtagify.me.

Quando analisamos os principais influenciadores de #foraTemerRio2016 (FIG.6), percebemos que os perfis apontados estão, em sua maioria, ligados aos manifestantes contra o governo de Michel Temer. Nas primeiras posições, é possível notar a presença do perfil oficial do PT (@ptbrasil), partido político da ex-presidente Dilma Rousseff. Em seguida, surge o perfil @MarivoneProf, relacionado à uma possível professora socialista que defende os ex-presidentes Dilma Rousseff e Luiz Inácio Lula da Silva. Em quinto e sexto lugares aparecem, respectivamente, os perfis @cbaraodeitarare, relacionado ao Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé[11], e @oConsciente, conectado a um grupo ativista que tem por objetivo denunciar o golpe contra a democracia nas redes sociais online. Isso mostra uma forte determinação da hashtag, até pela predominância de uma esfera mais estruturada no topo da imagem, identificando um propósito claro de ação.

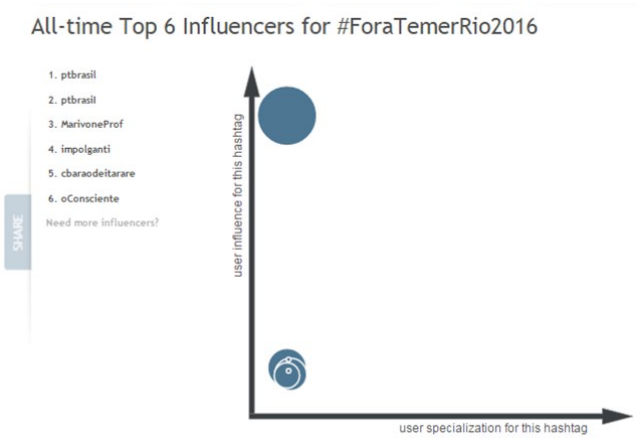


Figura 6 – Principais influenciadores da hashtag #foraTemerRio2016.
Fonte: captura de tela da análise realizada pela ferramenta Hashtagify.me.

Esse propósito está ligado à noção de pragmatismo, ou pragmaticismo, sendo um método de refinamento lógico das ações (PEIRCE,

11. Grupo fundado em 2010, com sede em São Paulo, por alunos dos cursos de Comunicação Social. Tem por objetivo discutir o processo de democratização dos meios de comunicação e vem assumindo um forte papel nas manifestações contra o governo de Michel Temer.

1983). Esse aprimoramento acontece por meio da experiência colateral, como vimos anteriormente. Porém, para Colapietro (2004) essas múltiplas rotas sempre oferecem novas possibilidades e frustrações. Isso porque o processo de semiose é também um processo de determinação, não apenas de representação. Existe um propósito comunicativo que não pode ser descartado, pois além da dimensão criativa advinda da experiência colateral, o interpretante possui também uma dimensão radical em relação ao objeto (PEIRCE, 2003). Isso acontece em maior ou menor grau dentro da semiose, como observamos na comparação entre as *hashtags* já citadas. Por isso, nosso foco é investigar as trajetórias criadas por essas *hashtags* a partir de uma visão pragmática, tendo como referência as funções de determinação e representação do signo. Dessa forma, absorvemos o propósito comunicativo como algo arbitrário e transitório, que pode ser alterado ao longo do tempo, de acordo com o curso da semiose.

A partir dessa visão entendemos que existe um propósito dinâmico de ação que se forma pelo processo de associação sígnica entre as *hashtags*. Cada linha exibida nas redes sígnicas analisadas representa um novo signo, ou seja, um novo interpretante na construção de sentido da hashtag estudada. Esses novos interpretantes podem ser vistos como desdobramentos provisórios do tema central das Olimpíadas. São ramificações que complementam o significado da semiose, mas que também constroem narrativas paralelas. Segundo Alzamora e Gambarato (2014) a dimensão criativa oferecida pela experiência colateral denota vitalidade para a semiose. É justamente o domínio de representação do signo que leva à incompletude produtiva do interpretante, visto que nunca conseguimos obter o significado primário do objeto (ALZAMORA; GAMBARATO, 2014).

Considerações finais

O pragmatismo peirceano pressupõe o aprimoramento contínuo do processo de mediação sígnica, também chamado semiose, o qual configura hábitos provisórios de ação. As *hashtags* são rastros digitais que podem operar na mediação de um posicionamento comum, acionando outras *hashtags* na criação de uma rede complexa e provisória de senti-

dos. Partindo desse pensamento, o estudo em questão teve por objetivo investigar o processo de semiose da #cerimoniadeabertura com intuito de observar como os atravessamentos políticos moldaram novos hábitos de ação.

A semiose gerada por #cerimoniadeabertura, tal como capturada nessa análise, revela a rede de relações sígnicas que aciona sentidos variados (interpretantes) por familiaridade prévia (experiência colateral) com contextos de referência associados a posicionamentos políticos críticos ao governo e ao evento olímpico. A ação mediadora da hashtag se configura, portanto, como arena discursiva que aciona redes assíncronas de significação geradas em contextos políticos variados que se articulam em torno de certo posicionamento crítico ao governo, ao evento e à sua cobertura midiática preponderante. Trata-se de uma ação mediadora dispersa em conexões digitais e, portanto, só perceptível em dinâmicas associativas fragmentadas e pontuais.

O modelo peirceano da semiose, em sua perspectiva reticular e continuamente expansível pela ação mediadora do signo fornece condições de examinar #cerimoniadeabertura. Por esse prisma, a referida hashtag é aqui observada no lugar lógico do signo em duas dinâmicas complementares: por determinação, em referência a contextos de significação que a especificam por alteridade e proximidade, e por representação, conforme a dinâmica associativa da experiência colateral que age na conformação circunstancial dos interpretantes. Observou-se com essa análise que, a cada situação comunicativa, essa hashtag estabelecia relações de sentidos com outras *hashtags*, o que a ressignificava continuamente na dinâmica reticular das conexões digitais.

Referências Bibliográficas

ALZAMORA, Geane. ANDRADE, Luciana. A representação do Impeachment Day mediada por hashtags no Twitter e no Facebook: semiose em redes híbridas. **Revista Interin**. Curitiba, v. 21. n.2. p. 100-121, jul./dez. 2016. Disponível em: <*http://interin.utp.br/index.php/vol11/article/view/478/pdf*>. Acesso em 18 de março de 2017.

ALZAMORA, Geane; GAMBARATO, Renira. Peircean Semiotics and Transmedia Dynamics. Communicational Potentiality of the Model of

Semiosis.Ocula-Occhiosemioticosuimedi,v.15,p.1,2014.Disponívelem: <*http://www.ocula.it/files/OCULA-15-PEIRCEAlzamora_Gambarato_[270,532Kb].pdf*>. Acesso em 12 de janeiro de 2017.

BRUNS, Axel. BURGESS, Jean. Twitter Hashtags from Ad Hoc toCalculatedPublics. In.: RAMBUKKANA, Nathan. **Hashtag Publics**: the power and politics of discursive networks. New York: Peter Lang Publishing, Inc., 2015.

COLAPIETRO, Vincent. Ubiquitous mediation and critical interventions: reflections on the function of signs and purposes of Peirce's semiotic. **International Journal of signs and semiotics systems**, vol. 1, issue 2, 2011.

COLAPIETRO, Vincent. The routes of significance: reflections on Peirce's theory of interpretants. **Cognitio**, São Paulo, v.5, n.1, p. 11-27, 2004.

D'ANDRÉA, C., ALZAMORA, G., ZILLER, J. Hashtags as Intermedia Agency Resources before FIFA World Cup 2014 in Brazil. In: Rambukkana, N. (Ed.), **Hashtag Publics**: the power and politics of discursive networks. New York: Peter Lang Publishing, Inc, 2015, p. 115-125.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2012.

MALINI, F., ANTOUN, H. **A internet e as ruas**: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Editora Sulina, 2013.

MÜLLER, Jörgen. Intermediality revisited: some reflections about basic principles of this axe de pertinence. In: ELLESTRÖM, Lars. **Media borders, multimodality and intermediality**. London: Palgrave Macmillian, p. 237 – 252, 2010.

PEIRCE, Charles Sanders.Collected Papers of Charles Sanders Peirce. In: **Os Pensadores**. Trad.: Luís Henrique dos Santos. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. Trad.: José Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Perspectiva, 2003.

SANTAELLA, Lucia. **A teoria geral dos signos**: como as linguagens significam as coisas. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SILVA, Regina Helena Alves da (Org.) **Ruas e redes**: dinâmicas dos protestosBR. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2014.

A "RÁDIO DAS OLIMPÍADAS" NAS REDES SOCIAIS:

ESPALHAMENTO E NOTICIBIALIDADE NA COBERTURA DA RÁDIO ITATIAIA

DEBORA CRISTINA LOPEZ
MARCELO FREIRE
LUANA VIANA
MATHEUS MARITAN

O esporte é um dos conteúdos essenciais do rádio. Acompanhando o meio em sua trajetória e tendo papel fundamental na relação dele com sua audiência (FERRARETTO, 2001) e na própria incorporação de tecnologias, como o transistor (KOCHHANN et al, 2011), esporte e rádio são quase indissociáveis. Podemos identificar no meio experiências que fazem parte da história do brasileiro, como as transmissões das Copas do Mundo de Futebol de 1950 e 1958, e iniciativas pouco convencionais, como a transmissão de corridas de Fórmula 01 (BandNews FM) ou de Atletismo (Rádio Itatiaia). Esta relação entre o inovador, o inusitado, e o clássico faz parte da trajetória do rádio e se repete quando olhamos para seu redesenho ao inserir-se nas plataformas digitais. O rádio, tal qual o vimos nas transmissões e coberturas dos Jogos Olímpicos de 2016, incorpora novas estratégias narrativas, ocupa novos espaços de diálogo com a audiência e apropria-se de novas dinâmicas de interação e de circulação de conteúdo. É deste novo rádio que trata este capítulo.

A pesquisa que apresentamos parte de duas perspectivas: o histórico da Rádio Itatiaia em coberturas esportivas, principalmente de grandes eventos, e a inserção no site da emissora do selo anunciando-se como emissora oficial dos Jogos Olímpicos 2016[1]. Partindo do contexto da nova ecologia do rádio (CUNHA, 2016) e o potencial espalhável dos conteúdos produzidos pelo meio (KISCHINHEVSKY, 2016) para uma audiência caracterizada pelo fluxo comunicacional propagável (JENKINS; FORD; GREEN, 2015), consideramos que uma emissora predominantemente *talk radio*[2] e com conteúdo esportivo de grande impacto teria sua programação afetada durante um megaevento esportivo realizado no país.

Buscamos então compreender como se deu o processo de circulação do conteúdo informativo sobre os Jogos Olímpicos no perfil da emissora, considerando produções próprias, menções ao perfil e diálogos construídos que apresentem marcas de reforço deste conteúdo, lançando um olhar mais atento a um dos novos fluxos comunicacionais do rádio (LOPEZ, 2016). Acreditamos que é nas redes sociais que o rádio fala a uma audiência mais jovem, mais conectada e que tem a habilida-

1. Disponível em: *http://www.itatiaia.com.br/noticia/emissora-oficial-itatiaia-leva-maior-equipe-do-radio-brasileiro-para-a-cobertura-da-olimpiada*. Acesso em: 10 setembro 2016.

2. O *talk radio* é considerado um formato original e predominantemente norte-americano. Ele pode ser comandado por um comunicador de opiniões fortes que dialoga com sua audiência ou trazer grupos que discutem o tema do dia (FERRARETTO, 2014). Em outros países este modelo foi adaptado, como é o caso do Brasil. Como lembra o autor, no Brasil as emissoras que se denominam *all news* ou simplesmente *news* são, na verdade, mais próximas do *all talk*, já que os formatos que adotam são menos vinculados ao *hard news* e com predominância de entrevistas e espaços opinativos. Mas trata-se de uma programação híbrida, que não é somente *talk* e também não é exclusivamente *news* e que se aproximaria mais do *news plus*, que combina música-esporte-notícia. Há ainda no país algumas emissoras mais populares que se caracterizam mais como *talk radio*, já que ao unirem entretenimento, notícias e prestação de serviços transitam também pela auto-ajuda, pelo assistencialismo e pelo populismo. Nestes espaços aparece mais o *talk radio* americano, com o comunicador-amigo, como define Ferraretto (2014), que fala às parcelas mais baixas da população.

de de ressignificar conteúdos, conectando sujeitos de redes diversas e propagando o conteúdo que lhe fala diretamente[3].

O protocolo de pesquisa contou com dois momentos: raspagem no *Twitter* @radioitatiaia através do aplicativo para *Googlesheets TAGS*[4] e no perfil radioitatiaia no *Facebook* via *Netvizz*[5]. O *dataset* final do *Facebook* compõe-se de 517 *posts*, 61170 reações de usuários e 279850 comentários. Já no *Twitter* contamos com 8398 linhas[6], que contemplam todas as menções ao perfil no período. Os dados foram coletados durante todo o evento, iniciando 48 horas antes da abertura e seguindo até 48 horas após o encerramento oficial. Portanto, são postagens entre os dias 03 e 23 de agosto de 2016. Optamos por trabalhar com o evento completo e não restrito à cerimônia de abertura pela caracterização da pesquisa, que pretende compreender o impacto do megaevento no conteúdo (re)circulado pela emissora nas redes sociais.

O rádio nas redes sociais digitais

A maneira de consumir os veículos de comunicação passou por inúmeras mudanças nas últimas décadas. Um exemplo desta transformação é o rádio. Se compararmos a forma como a audiência consumia os programas radiofônicos com o momento atual, percebemos que além dos aparelhos sonoros terem incorporado – e se incorporado a – novas plataformas, a relação do ouvinte com as emissoras também foi transformada, potencializando parte das características tradicionais do meio e rompendo com algumas delas (LOPEZ, 2016; CUNHA, 2016; KISCHINHEVSKY, 2016).

---

3. Para saber mais sobre esse assunto, consultar Lopez e Maritan (2016)

4. Ferramenta de raspagem de dados a partir da API do *Twitter*, disponível gratuitamente para uso via GoogleSheets em: *https://tags.hawksey.info/get-tags/*. Acesso em 03 ago. 2016.

5. Ferramenta de raspagem de dados do *Facebook*, de acesso gratuito, disponível em *http://www.facebook.com/Netvizz*. Acesso em 03 ago, 2016.

6. Referimo-nos aqui às linhas da tabela de dados fornecida pela ferramenta de mineração de dados, que contemplam tweets originais, retweets e menções.

É importante ressaltar que embora o cenário tecnológico tenha mudado, convergência caracteriza-se como um processo cultural que acompanha e compõe esse progresso (JENKINS, 2009). Segundo o autor, os novos meios de comunicação tendem a reconfigurar os velhos meios com o intuito de acompanharem as novas demandas tecnológicas e socioculturais. O processo de convergência não se limita então a unir múltiplos serviços em um único aparato, mas "Representa uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos" (JENKINS, 2009, p.30).

No caso do rádio, podemos observar historicamente alguns marcos dessas transformações, organizando-os em quatro momentos (KOCHHANN et al, 2011). O primeiro é quando o rádio deixou de ser estático para tornar-se móvel, com a chegada do transistor, o que alterou o tempo de permanência em escuta e também o conteúdo das emissoras, que agora falavam a grupos fora das casas. O segundo é a criação das frequências FMs, que potencializou a segmentação de conteúdo, e a produção de uma programação voltada para públicos específicos. Com a incorporação da telefonia fixa e móvel e de dispositivos eletrônicos multifuncionais, os formatos e a instantaneidade assumiram papel diferente no rádio, trazendo novamente a audiência para perto do meio, reforçando seu papel de atualização de conteúdo e diálogo – característica ampliada pela integração com as redes sociais digitais como novos espaços de sociabilidade, troca de informação e acompanhamento das informações e da audiência.

Atualmente, seria impossível imaginar uma emissora de grande porte não inserida nas redes sociais. De acordo com Quadros e Lopez (2014), o momento exige que os veículos estejam conectados e as ferramentas oferecidas pelas plataformas digitais permitam às rádios expandir seus conteúdos sonoros, não se restringindo à transmissão de antena e reconfigurando a relação ouvinte-emissora pela exploração da formação de redes e da aproximação aos grupos e relações da audiência.

De acordo com Recuero (2009, p. 24), "Redes sociais são constituídas de representações dos atores sociais – pessoas, instituições, grupos – e suas conexões – interações ou laços sociais". Ou seja, elas podem ser

entendidas como locais onde as relações criadas no mundo real são levadas para o mundo virtual, no qual, os usuários têm a possibilidade de interagir com pessoas conhecidas e desconhecidas, construindo um diálogo digitalmente mediado.

Diante deste contexto, Quadros e Lopez (2014) explicam que as redes têm potencial de reorganizar o diálogo estabelecido entre o ouvinte-internauta e a emissora:

> O ouvinte hoje também é internauta e, por suas características imersivas adquiridas neste novo meio, sente-se impelido a participar, opinar, sugerir, criticar, muito mais do que em outros tempos. E as redes sociais na Internet servem-lhe frequentemente como principal ferramenta para expressão de suas ideias. (2014, p.179)

Outra potencialidade das redes sociais é a questão do espalhamento. "A propagabilidade se refere aos recursos técnicos que tornam mais fácil a circulação de algum tipo de conteúdo em comparação com outros" (JENKINS, FORD; GREEN, 2013). Nas redes sociais, os usuários compartilham aquilo que interessa a eles, sem restrições complexas para isso. Esta facilitação amplia a visibilidade do conteúdo postado e (re)circulado pelos usuários – sejam eles parte da audiência ou o próprio meio. Para o rádio, esta mudança reforça a perda de controle sobre o conteúdo até então determinado por ele por meio da programação linear e das restrições técnicas existentes para a circulação de conteúdo em antena. Este aumento do protagonismo do usuário, no caminho de uma horizontalização possível, afeta as relações construídas e as dinâmicas de fidelização da audiência (LOPEZ, 2016).

Esta ampliação do rádio para outros espaços marca-se atualmente no que Kischinhevsky (2016) apresenta como rádio expandido e inclui também o rádio social, que olha mais atentamente para as dinâmicas de interação. Como rádio expandido, o autor defende um novo meio, integrado às plataformas digitais, à televisão por assinatura, aos serviços de áudio sob demanda, às antenas de rádio e também às mídias sociais. Para ele (2016, p. 133), "Práticas como compartilhamento e etiquetagem, seja nos perfis das emissoras em ondas hertzianas, nas mídias sociais, seja nos serviços de rádio social, são ricas em sentido". Desta forma, a amplitude, a configuração e consumo do conteúdo

radiofônico alteram-se, colocando-se em um cenário, como destaca Cunha (2016), que se orienta por um novo modelo de distribuição – móvel, instantâneo e colaborativo – que atribui novos sentidos ao que se produz a partir de como essa produção é lida, organizada e compartilhada.

A rádio Itatiaia

A primeira emissora fundada na cidade de Belo Horizonte foi a Rádio Mineira, criada na década de 30. Alguns anos depois, novas emissoras foram implantadas na região, como por exemplo as Rádios Guarani e Inconfidência, em 1936. Entusiasmado com a ideia, Januário Carneiro, com apenas 23 anos, trabalhando como repórter esportivo no Jornal O Diário e fazendo boletins para a Rádio Continental do Rio de janeiro, começou a arquitetar o sonho de construir sua própria emissora.

De acordo com Prata (2003), a Rádio Itatiaia surgiu na cidade de Nova Lima no ano de 1951. No princípio, por falta de dinheiro, a emissora enfrentou muitas dificuldades e chegou a operar com 100 watts de potência, a menor permitida por lei, frequência considerada muito baixa para conquistar alguma audiência.

Em 1952, através de um empréstimo, Carneiro conseguiu autorização para operar na grande BH, levando a emissora para este município, onde funcionou em vários prédios, até conseguir instalar-se definitivamente na rua Itatiaia, perdurando até os dias atuais. Segundo Prata (2003), nesta época, três grandes rádios disputavam o mercado radiofônico na capital, a Rádio Inconfidência, propriedade do Governo do Estado de Minas Gerais, Guarani e Mineira, que pertencem aos Diários e Emissoras Associados. As três apresentavam uma programação baseada no auditório e performance ao vivo, trazendo artistas renomados do Rio Janeiro. A Itatiaia optou por oferecer um conteúdo apoiado na informação, esporte, música e prestação de serviço.

A Itatiaia nasceu com esse formato, devido a necessidade econômica. Na época, Januário não dispunha de dinheiro para contratar grandes artistas. A ideia deu tão certo que a rádio gastava menos, passou a atingir o lucro desejado e sobretudo, começou a ofertar um serviço de

escuta diferenciado. Atualmente a Itatiaia FM é, segundo o ranking do radios.com.br[7], a principal emissora do estado de Minas Gerais e está entre as cincos rádios mais importantes do país. Sua programação é voltada para o esporte e, além disso, prioriza a informação, prestação de serviço e entretenimento.

A Itatiaia e as Olimpíadas

A Rádio Itatiaia tem marcado em sua trajetória um perfil de cobertura esportiva intensiva e de qualidade. Emissora de *talk radio*, tem nos comunicadores seu ponto mais forte, principalmente em relação ao futebol, com locutores específicos para as transmissões de jogos do Atlético Mineiro e do Cruzeiro e uma equipe de comentaristas e jornalistas esportivos com história no rádio belo-horizontino. Se a emissora criou seu site para começar a transmitir seu sinal online em 1996, foi somente em 2009 que aderiu ao *Twitter* com o perfil @radioitatiaia. Na rede transmite informações gerais, mas assim como em antena a prioridade é o esporte.

Durante os Jogos Olímpicos de 2016, a Itatiaia manteve este padrão de postagens. Apresentando-se como a emissora oficial dos jogos, postava em média 81 vezes ao dia, com um pico de 161 *tweets* originais no dia 05 de agosto e 15 *tweets* originais – menor índice da amostra, no dia 25 de agosto, às vésperas do encerramento do megaevento. A repercussão do conteúdo postado, no entanto, merece destaque. No total, a emissora teve neste período 3072 menções e 5088 *retweets*, aumentando exponencialmente a reverberação do conteúdo. No dia 05, por exemplo, as postagens registraram um pico de 1100 ações, envolvendo principalmente duas postagens realizadas: a que noticiava a morte de Vander Lee e a que tratava da partida do Galo naquele mesmo dia.

7. Disponível em: *https://www.radios.com.br/cnt/relatorios/amfmestado*. Acesso em 03 novembro 2016.

Figura 1: Tipos de tweets. Fonte: autoria própria, gerado através do software Tableau

A predominância de *retweets* em relação às postagens originais aponta também para a incorporação, nas redes sociais, do valor que a Itatiaia traz agregado a si, construído a partir de uma trajetória no dial mineiro (FIG.1). As informações factuais da morte de Vander Lee podiam ser encontradas em distintos perfis e muitas vezes eram postadas com associação ao valor emocional do artista para Minas Gerais, mas foi a terceira postagem de maior repercussão em toda a amostra, com 84 compartilhamentos. Além da importância de Vander Lee para a audiência de Belo Horizonte e do apelo emocional do conteúdo, esse cenário justifica-se pelo papel assumido pela Itatiaia na constituição das redes, caracterizando-se como um sujeito influenciador, que afeta a circulação de conteúdo de maneira intensa, embora não tenha em suas mãos o controle sobre ele como no rádio de antena.

Podemos identificar um padrão de compartilhamento marcado nos dados do perfil da Rádio Itatiaia no *Twitter*: a predominância de conteúdo esportivo. Entre as 20 postagens mais compartilhadas, 14 são desta editoria. A principal delas é um exemplo de engajamento e acionamento emocional da audiência, explorando a gozação e o humor que marcam o rádio esportivo. O *post* compartilhado foi a citação do *tweet* do usuário @marhago "São Paulo sonhando com o Pratto... kkkkkkkkkkk..." somado ao *post* original da emissora informando o resultado do jogo em que o Atlético venceu o São Paulo com um dos gols feitos pelo jogador Lucas Pratto. Com 171 compartilhamentos, esta postagem é um exemplo de apropriação mútua do capital social entre os perfis, levando a emissora a ampliar a visibilidade de seu conteúdo e ao mesmo tempo reforçando seu papel de influenciadora ao ser marcada por outro sujeito influenciador como um informante de qualidade/agilidade. A segunda postagem mais compartilhada foi citada pelo re-

pórter setorista do Galo na emissora, Claudio Rezende, e também fala do desempenho do clube na rodada.

Um ponto importante a ser observado é que as variações nos indicadores de circulação e recirculação das postagens da emissora durante os Jogos Olímpicos de 2016 estão relacionados ao esporte, mas não necessariamente ao megaevento. Talvez esse resultado explique porque as Olimpíadas não afetaram diretamente o conteúdo apresentado no perfil da Itatiaia no *Twitter*, mas alteraram o conteúdo transmitido em antena. No dial, a Itatiaia investiu em uma cobertura especial, com atualização sobre os resultados das principais modalidades e o quadro de medalhas – além de conteúdos contextuais como questões policiais ou políticas que dialogavam com o megaevento. Entre as vinte postagens mais retweetadas, somente a 17ª, que fala da definição do canoísta Isaquias Queiroz como porta-bandeira do Brasil na cerimônia de encerramento, refere-se aos Jogos Olímpicos. A reverberação do conteúdo postado sobre o evento é mínima se comparada às notícias sobre Cruzeiro e Atlético Mineiro, o que explica o investimento maior em antena e no próprio site, que contava com uma sessão especial denominada "Rio 2016".

Já o alcance das postagens desenha um cenário distinto, com a mais ampla delas trazendo um panorama sobre os recordem mundiais quebrados no evento, chegando à marca de 1,057 milhão de pessoas (FIG. 2). Além dessa, outras três postagens tratam do tema, sendo duas da editoria policial (sobre o caso dos nadadores que tiveram passaporte detido devido à acusação de falsa comunicação de crime) e uma sobre o resultado de Thiago Braz no salto com vara. Em relação ao alcance, destacamos também que outros temas aparecerem em papel de protagonistas ao lado do esporte, como a política e a preparação para a Paralimpíada.

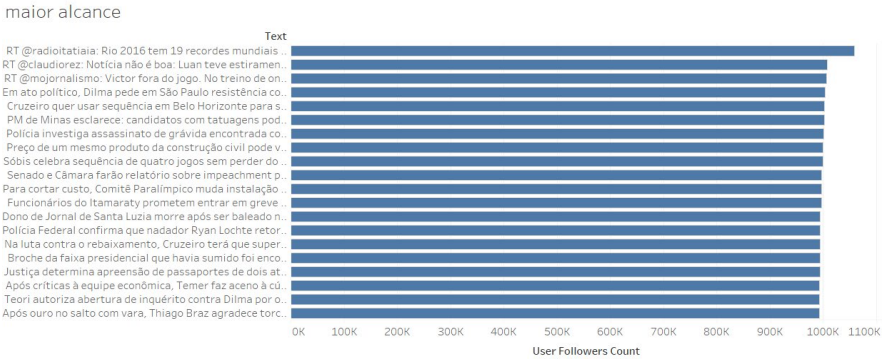


Figura 2: postagens de maior alcance.
Fonte: autoria própria, gerado através do software Tableau

Não podemos afirmar que esta baixa repercussão se deva à pouca publicação sobre o tema – embora, como dissemos, o espaço ocupado pelos Jogos Olímpicos na antena tenha sido proporcionalmente maior do que nas redes sociais na emissora – mas acreditamos que se deva a um engajamento e fidelização do público aos seus clubes e ao esporte local. As postagens da Rádio Itatiaia utilizaram as *hashtags* – cruciais para a indexação do conteúdo e conformação do diálogo nas redes sociais – de maneira incipiente (FIG. 3). No total, foram 692 – incluindo *RTs* e menções, o que agrega ao texto as *hashtags* de terceiros e aumenta o resultado final da amostra – o que totaliza menos de 7,7% do total de postagens. Foram utilizadas 140 *hashtags* diferentes, com a maior incidência de #radioitatiaia (179); #SNSD (174); #Itatiaia (56) e #Itatiaia-Rio2016 (49). As *hashtags* adotadas pela emissora não direcionavam para a cobertura especial do evento – à exceção da última. As três mais utilizadas dizem respeito à rádio e seus programas, não focando nos jogos, seus recordes, resultados ou repercussões. A hashtag tem o papel de unir os sujeitos que discutem um tema na rede, de modo a potencializar o debate e ampliar a sua repercussão. Ao não adotar a hashtag em todas as postagens sobre o tema, a emissora se deslocou dos demais sujeitos, reduzindo seu potencial de difusão para além do público que já a acompanhava no *Twitter*.

Figura 3: nuvem de Tags.
Fonte: autoria própria, gerado através do software Word Tagul Clouds

Se a análise das *hashtags* adotadas representa uma emissora que quase não abordou os Jogos Olímpicos em seu perfil no *Twitter*, um olhar mais atento revela que na verdade trata-se de uma estratégia gerada pelo desconhecimento das rotinas e práticas da plataforma. Ao olhar mais atentamente para o conteúdo postado no perfil, especificamente no conteúdo esportivo, observa-se, como retrata a nuvem de termos acima, que as Olimpíadas só tinham menor incidência que os nomes dos principais clubes de futebol da cidade – ou os que tiveram jogos importantes contra um deles no período. Desconsideramos, para esta análise, a incidência do termo "radioitatiaia", por se tratar da identificação do perfil, e que por isso aparece em todas as postagens. Sobre os Jogos Olímpicos, observamos o destaque na visualização para os seguintes termos: convocados; seleção; seleções; medalhistas; campeão; brasileiro; medalha; Brasil; CBF; olímpico, entre outros. O cruzamento

destes dados nos revela que mais do que não construir conteúdos sobre o tema, faltou indexá-los para integrá-los ao debate construído nas redes. E que mais do que se preocupar, nas redes sociais, em mudar seu perfil de postagem para atender à sua definição como emissora oficial dos jogos, a Itatiaia atendeu às demandas de seu perfil de audiência, mantendo a predominância na cobertura dos clubes locais de futebol – conteúdo que mais repercutiu junto à sua audiência.

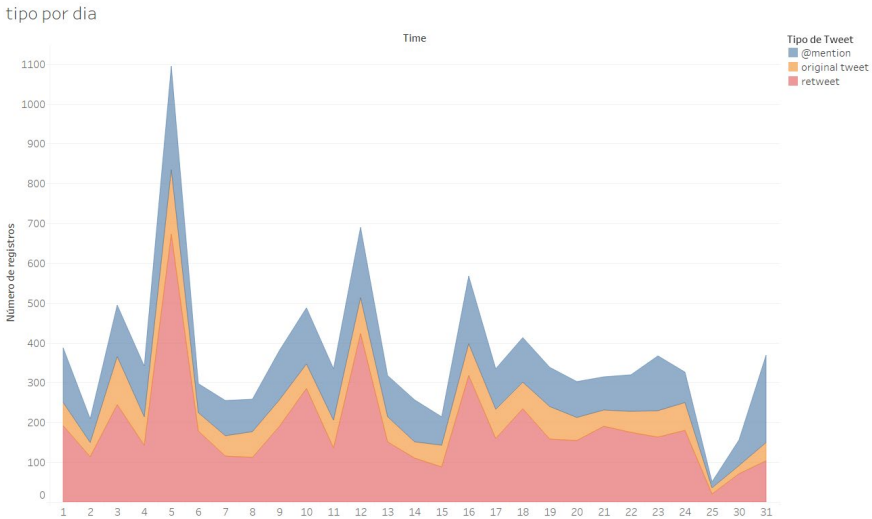


Figura 4: Postagens por dia. Fonte: autoria própria, gerado através do software Tableau

Esta repercussão é reflexo, também, do diálogo tradicionalmente estabelecido entre a emissora e sua audiência. Como lembra Prata (2011), a Itatiaia tem uma relação muito estreita com os interesses de seu público, mesmo que não se configure como a líder de audiência da cidade. Esta relação próxima é transposta para as redes sociais e se reflete na quantidade de menções e de compartilhamentos que as postagens realizadas pelo perfil da rádio recebem.

De modo geral, as postagens recebem uma quantidade similar de ações por parte da audiência, o que pode ser observado pelos padrões dos movimentos das linhas da Figura 4. Os principais vetores de alteração dos padrões entre menções, *retweets* e *tweets* originais são as notícias esportivas, preponderantemente referentes ao Atlético Mineiro e

Cruzeiro. Na amostra analisada não se observou alterações derivadas de postagens direta ou indiretamente relacionadas aos Jogos Olímpicos 2016.

O cenário de produção e reverberação de conteúdo no *Facebook* foi similar. Entre as dez postagens com maior número de *likes* durante a amostra, a quinta refere-se ao megaevento. A notícia "Mineiro Maicon Siqueira surpreende e faz história com medalha bronze no tae kwon do" teve 4209 *likes*, pouca diferença para a primeira delas, que apresentou 5679 *likes*. Já com 3976 *likes*, o texto "Brasil vence Austrália nos pênaltis e avança para a semifinal do futebol feminino" aparece em oitavo lugar. Ressaltamos que entre as duas notícias há um ponto em comum: o vínculo com o local pela origem do atleta ou pela cidade onde ocorreram os jogos. Essa vinculação reitera o papel do rádio, mesmo quando expandido[8]. O local não apareceu na décima postagem mais curtida, "Rafaela Silva vence judoca da Mongólia na final e conquista primeiro ouro do Brasil", mas a força da primeira medalha e o apelo emocional da trajetória de vida da atleta (outra característica tradicional do rádio e do radiojornalismo) explicam os 3562 *likes*.

Observamos uma similaridade entre os conteúdos que repercutem nas duas redes, com a aparição das notícias sobre a morte do cantor Vander Lee e de notícias específicas de Atlético Mineiro e Cruzeiro entre as mais curtidas. Já o engajamento traz algumas diferenças. Os ouvintes-internautas (LOPEZ, 2010) da Itatiaia compartilharam preponderantemente notícias locais – sejam elas oriundas do esporte ou do jornalismo – em suas *timelines*. Os Jogos Olímpicos, embora presentes nas postagens da emissora, não levavam a audiência a compartilhar com constância. Observamos que os compartilhamentos e *likes* nas postagens da Rádio Itatiaia seguem padrões similares, com picos gerados por algumas notícias específicas, predominantemente locais, como a morte de Vander Lee (FIG. 5). Essas variações na curva seguem padrões semelhantes aos observados no *Twitter*, revelando uma

8. Para Kischinhevsky (2016), o rádio expandido desenvolve uma relação diferenciada com conteúdos e práticas do meio, já que ocupa novos espaços. Esta mudança reflete-se também na audiência e potencializa o caráter onipresente do meio, agora incorporado a múltiplos dispositivos e constantemente conectado à sua audiência

aproximação entre o perfil do ouvinte-internauta da emissora nestas duas plataformas. Acreditamos que essa audiência guarde algumas distinções do ouvinte de antena, que embora tenha interesse pelas informações locais, é ávido consumidor de esportes e teve sua oferta de conteúdo mais diretamente afetada pelas mudanças na programação da Itatiaia durante os Jogos Olímpicos.

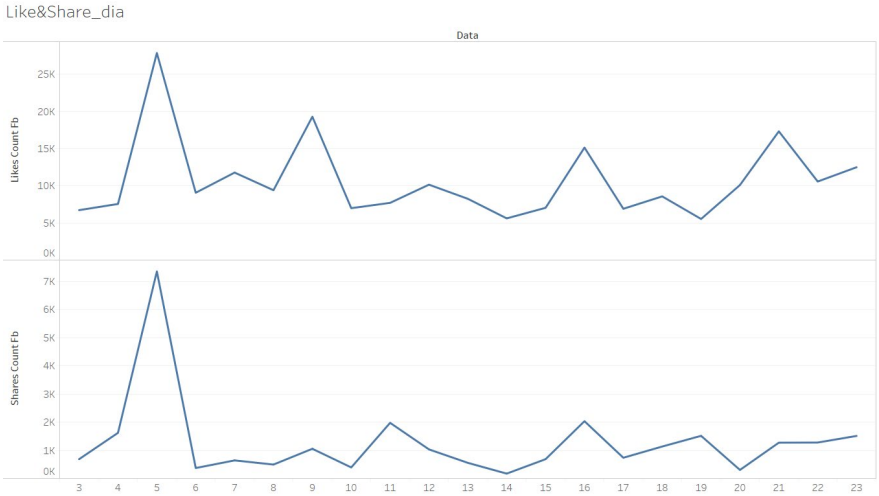


Figura 5: Likes e compartilhamentos por dia.
Fonte: autoria própria, gerado através do software Tableau

Os comentários nas postagens trazem outra dinâmica para a compreensão do engajamento, também reiterando características do rádio tradicional através da sua expansão. As postagens mais comentadas mantêm o direcionamento temático pouco vinculado aos Jogos Olímpicos (somente quatro das 20 principais) e a predominância de informações locais ou de repercussão local e que tratam dos times de futebol de Belo Horizonte (FIG. 6). Destacamos o alto engajamento da postagem "No Rio, torcedor é retirado de arquibancada por protestar contra Michel Temer", com 230 compartilhamentos. Em comparação com as outras três produções que tratam do tema ("Morre militar da Força Nacional baleado por traficantes em favela do Rio de Janeiro", com 202; "Jogo da Olimpíada no Mineirão estica feriado para alguns servidores públicos de BH", com 188 e "Rafael Carioca é convocado por Tite para jogos da Seleção contra Equador e Colômbia", com 171),

o vídeo se destaca, mas ainda apresenta baixo engajamento em relação à postagem mais comentada da amostra ("Passageira reage a assalto e mata suspeito com golpe de canivete no pescoço"), com 1137[9].

Figura 6: nuvem de termos dos comentários.
Fonte: autoria própria, gerado através do software Word Tagul Clouds

Embora a nuvem de termos dos comentários da Itatiaia seja afetada diretamente, como indicamos, pela postagem de maior engajamento, é possível observar a predominância do conteúdo esportivo além dos Jogos Olímpicos. O termo "Time", integrado às notícias sobre Mineiro Maicon Siqueira surpreende e faz história com medalha bronze no tae kwon do, com 4209 *likes* os clubes locais e sobre as Olimpíadas, destaca-se claramente. A nuvem revela também uma contraposição em relação ao compartilhamento e às curtidas, com a expressão "Rio" tendo maior presença do que os times da cidade. Outras expressões, como "Atleta", "Jogo", "Copa", "CBF", "Brasileiro" e "Campeã". Esta distorção

9. Entre os comentários mais presentes nesta postagem estavam os que indicavam que a passageira deveria receber uma medalha. Por isso, para evitar distorções na amostra, optamos por retirar a palavra "medalha" da nuvem de termos que utilizaremos a seguir.

revela o interesse da audiência em se posicionar sobre eventos de relevância, como as Olimpíadas, e também demostram, quando associados a termos como "corrupto", "presidente", "Bandido", "STF", a demanda do público por dialogar não somente com o esporte, mas com questões efervescentes no período, como o julgamento da então presidente Dilma Rousseff no Congresso Nacional e os protestos contra o presidente interino Michel Temer. Este posicionamento reflete o que Lopez (2016) fala sobre a recomposição do perfil da audiência de rádio, potencializando seu caráter dialogal e próximo ao migrar para as mídias digitais.

Considerações finais

Especificamente no caso da Rádio Itatiaia, observamos neste estudo uma organização não esperada no olhar sobre a audiência. Os dados analisados refletem dois perfis de audiência da emissora: o ouvinte de antena, que segue a proposição apresentada pela rádio e, no caso da amostra estudada, passou a consumir mais conteúdo específico sobre os Jogos Olímpicos; e o ouvinte-internauta, que acompanha a emissora em seus espaços de expansão e assume um papel mais proativo, sendo determinante para a ampliação e (re)circulação dos conteúdos. Através dessas ações, o público permite compreender a potencialização do local no rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016) belo-horizontino, com destaque para os times de futebol da capital e as informações voltadas para utilidade pública, como serviços de transporte, e cotidiano, como segurança ou inusitado (representado, por exemplo, na postagem sobre o sanduíche de um quilo de Betim que teve repercussão internacional).

Observamos que os Jogos Olímpicos tiveram pouca representação e pouca repercussão nas redes sociais da Rádio Itatiaia, ainda que tenham ocupado a antena com protagonismo. Assim, o título de "Rádio das Olimpíadas" adequa-se mais ao dial do que às plataformas de expansão em mídias sociais. Importante destacar que o site da Itatiaia cumpriu mais do que as redes sociais o papel de emissora oficial do megaevento, com atualizações das disputas, do quadro de medalhas e das informações político-contextuais da Rio 2016. Estas notícias, no entanto, não exploraram o potencial de engajamento das ferramentas

digitais e não buscaram ampliar sua audiência através da presença com etiquetagem de conteúdo nessas redes. Desta forma, a Itatiaia falou neste período a dois públicos, sem buscar ampliá-los e sem, durante os 21 dias analisados, abrir mão de seu caráter local e de seu compromisso com a audiência de ser "a rádio de Minas", que fala aos mineiros sobre seus espaços e seus personagens. Compreendemos então que houve, como previmos, a composição de uma dinâmica de interação específica entre a emissora e sua audiência, embora ela não se adeque plenamente às novas dinâmicas do rádio expandido, como indica Kischinhevsky (2016), mas olha de maneira distinta para antena e para as redes sociais.

Referências

CUNHA, M. O rádio na nova ecologia de mídia. In: ZUCULOTO, V.; LOPEZ, D.C.; KISCHINHEVSKY, M. Estudos radiofônicos no Brasil: 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom. São Paulo: Intercom, 2016.

FERRARETTO, L.A. Rádio: o veículo, a história, a técnica. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

_____. Rádio: teoria e prática. São Paulo, São Paulo: Summus Editorial, 2014.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture. São Paulo: Aleph, 2013.

KISCHINHEVSKY, M. Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

LOPEZ, D. C. Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Covilhã: LabcomBooks, 2010.

_____. (Re)Construindo o conceito de audiência no rádio em cenário de convergência. In: Valci Zuculoto; Debora Cristina Lopez; Marcelo Kischinhevsky. (Org.). Estudos radiofônicos no Brasil: 25 anos do

Grupo de Pesquisa Rádio e Midia Sonora da Intercom. 1ed.São Paulo: Intercom, v. 1, p. 326-342, 2016.

PRATA, N. A História do Rádio em Minas Gerais. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte. 2003. Disponível em: *http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP06_prata_2.pdf*. Acessado em: 11 de Março de 2017

_____. Rádio Itatiaia, 60 anos de jornalismo. In: VIII Encontro Nacional de História da Mídia. Anais... Guarapuava, 28 a 30 de abril de 2011. Disponível em: *http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/Radio%20Atalaia%2060%20anos%20de%20jornalismo.pdf*, acesso em 10 março 2017.

QUADROS, M. R. de; LOPEZ, D. C. Rádio e redes sociais: novas ferramentas para velhos usos? Intexto, n. 30, p. 166-183, 2014. Disponível em: <*http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/47574*>. Acesso em 16 maio 2016

RECUERO, R. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

OLIMPÍADAS DOS MEMES:

PRODUÇÃO DE SENTIDO NA RIO 2016

AMANDA CHEVTCHOUK JURNO
POLYANA INÁCIO R. SILVA
LEONARDO MELGAÇO

1. INTRODUÇÃO

Um dos marcos dos Jogos Olímpicos do Rio foi o compartilhamento de memes e piadas nas redes sociais online, com vários deles sendo destaque entre os tópicos mais comentados em redes como o *Twitter,* por exemplo. Assim como durante a Copa do Mundo FIFA de 2014, quando também vimos essa proliferação de memes (D'ANDRÉA, 2016), podemos dizer que essas imagens participaram da produção de sentido sobre os eventos esportivos, ressignificando e noticiando os acontecimentos na imprensa brasileira e internacional[1].

Fruto de um momento sociotécnico contemporâneo, essa propagação de memes nos dois eventos esportivos está diretamente relacionada à popularização do acesso à internet e aos *smartphones*. O conceito de "sociotécnica" diz de uma tentativa de lidar com a heterogeneidade das relações humano/máquina. De acordo com Law e Bijker (1992), todas

1. Disponível em: <*https://goo.gl/3k8jVI*>. Acesso 15 mar. 2017.

as relações devem ser vistas como simultaneamente sociais e técnicas, sugerindo que tanto o determinismo social e sua imagem espelhada, o determinismo técnico, são falhos para dar contar dos arranjos entre homens e máquinas. Assim, afirma-se que tanto a técnica é repleta de fatores sociais, quanto a sociedade é construída em conjunto com técnicas específicas.

No caso específico da proliferação memética, a diversidade de técnicas disponíveis para o usuário possibilitou a produção e o compartilhamento massivo de conteúdos. Esse cenário é característico das mediações de ordem cognitiva relacionadas ao que Henry Jenkins (2008) caracterizou como Culturas da Convergência e, posteriormente, da Conexão (JENKINS, FORD, GREEN, 2015). Ou seja, a produção desses conteúdos não se deve somente às tecnologias disponíveis, mas a um momento favorável para a sua produção e ressignificação de sentidos em que a forma de significar os acontecimentos está ligada à produção imagética e de conteúdo nas redes sociais online.

Apesar de os Jogos Olímpicos do Rio terem sido realizados em contexto associado a essa produção de informações e conhecimento, o Comitê Olímpico Internacional (COI) pegou a contramão da tendência e tentou coibir a livre circulação de conteúdo nas redes sociais online[2] justificando a decisão a partir dos direitos de transmissão de imagens[3]. Os veículos oficiais estavam proibidos de compartilhar vídeos e imagens dos jogos até três horas após a realização dos eventos, inclusive para a criação de GIFs[4] ou cobertura via *Snapchat*, por exemplo. Ou seja, descartando a combinação favorável entre engajamento de usuários em conexões intermidiáticas[5] e os conteúdos reapropriáveis em circulação na internet, e perdendo o *timing* característico dessas conexões.

---

2. Disponível em: <*https://goo.gl/qyOh5G*>. Acesso em: 18 abr. 2017.

3. Ver <*http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2012/07/regras-do-coi-para-uso-de-imagens-das-olimpiadas.html*>. Acesso em 24 de abril de 2017.

4. Termo original do inglês *Graphics Interchange Format*. Formato de arquivo criado no final da década de 1980 que permite animações simples coloridas, recentemente ganhou espaço na circulação na *World Wide Web*.

5. Ver D'ANDRÉA, 2014.

A proibição não impediu, contudo, que perfis cadastrados nessas redes encontrassem alternativas à restrição, criando memes compartilhados por diversas pessoas e, inclusive, por veículos da imprensa como os que mostramos neste trabalho. Antes de mais e para nos ajudar a compreender esse fenômeno, elaboramos um pequeno histórico sobre a noção de memes, trazendo autores como Susan Blackmore (1990) e Limor Shifman (2014). Depois, trazemos exemplos que nos ajudam a mostrar como o lugar de mediação dos memes dá a ver a existência de uma mídia propagável em um momento sociotécnico vinculado a uma Cultura da Conexão (JENKINS, 2014) por meio das imagens digitais na internet.

2. MEMES, GÊNERO MIDIÁTICO

O uso do termo "meme", redução de *mimeme* em grego, foi sugerido inicialmente por Richard Dawkins (1979)[6], que o comparou ao termo "gene", relativo à transmissão de DNA. De acordo com o autor, "se a ideia pegar, pode-se dizer que ela se propaga, por si própria, espalhando-se de cérebro a cérebro" (DAWKINS, 1979, p. 123). Ou seja, o "meme" seria uma unidade replicadora, de imitação ou transmissão cultural que, da mesma forma como os genes se propagam "pulando de corpo para corpo", se propagariam "pulando de cérebro para cérebro" (*ibidem*). Vale ressaltar que o autor não falava de internet à época e, como exemplos de memes, cita melodias, ideias, "slogans", modas do vestuário, maneiras de fazer potes ou de construir arcos.

Transportando-nos para a teorização dos memes que conhecemos, aqueles que circulam na internet[7], Limor Shifman (2014; 2015) os considera como um gênero midiático amplificado pelas redes digitais e centrado em dinâmicas de reapropriação, de acordo com Viktor Chagas (2015). No caso dos Jogos Olímpicos do Rio é possível observar que os memes permitiram a expansão da circulação dos acontecimen-

6. Na obra *O gene egoísta,* de 1976.

7. Denominadas por alguns autores como "Cultura *Spoof*" (SÁ, 2014; FELINTO, 2008). Ou seja, que contempla sátiras e paródias motivadas por um conteúdo original, que é reproduzido com características de uma produção amadora.

tos do megaevento, noticiando e evidenciando um trânsito de textualidades e sentidos.

Os memes foram essenciais para que os usuários acompanhassem, se informassem e falassem sobre a Rio 2016, principalmente porque se tratava de um evento realizado em horários variados, durante dezesseis dias corridos, e com várias modalidades simultâneas, ou seja, impossível de acompanhar integralmente. De acordo com d'Andréa (2014), é cada vez mais perceptível a consolidação de uma lógica colaborativa associada à transmissão audiovisual de eventos. Para o autor,

> ao mesmo tempo em que reforça o vínculo do público com o evento transmitido, a incorporação - "autorizada" ou não - da cultura participativa relativiza a mediação jornalística historicamente centralizada nos profissionais e nas instituições midiáticas e explicita a heterogeneidade dos agentes que compõem as redes que se formam em torno de um acontecimento dessa natureza (p. 3).

Nos Jogos Olímpicos do Rio, pudemos perceber que o humor foi um elemento importante no conteúdo que circulou nas redes sociais online. Autores como Jenkins *et. al* (2008) destacam que o humor[8] é uma das características principais de conteúdos amplamente visualizáveis. No entanto, chamam a atenção para a linha tênue que separa uma piada de um insulto, enfatizando o humor como um critério extremamente relativo e situado.

> Uma piada expressa algo que uma comunidade está pronta para ouvir; um insulto expressa algo sobre o qual não se quer falar. O ato de reconhecer uma piada é um ato de intercambiar julgamentos sobre o mundo e, portanto, a propagação de piadas pode estreitar laços sociais. Logo, o humor tem a habilidade de definir "os de dentro" e "os de fora" em uma comunidade: os de dentro podem

8. Os autores também citam a paródia como um elemento importante no conteúdo propagado. "Para ser justo, as paródias no geral sempre têm elementos de absurdo, pois seu humor está apoiado no irrompimento de elementos inesperados em uma situação 'normal' ou comum" (JENKINS et. al, 2008, p.87, tradução livre).

> apreciar fazer piadas sobre os de fora (JENKINS et. al, 2008, p. 86, tradução livre[9]).

Na Rio 2016, o humor fez parte da criação de comunidades de torcedores e usuários nas redes sociais, onde eles criaram e compartilharam memes sobre cenas, emoções e opiniões sobre as competições. Em pesquisa sobre compartilhamento de vídeos do *YouTube*, Limor Shifman (2014) atribui ao humor um tom positivo a narrativas desse tipo e propõe que, nas redes sociais online, ele recorra a elementos como: (1) se baseia ou é estrelado geralmente por pessoas comuns, (2) questiona ou ridiculariza o lugar da masculinidade, (3) investe em uma comicidade de incongruência, (4) em linguagem simples e popular, (5) permeada de repetitividade, e (6) com ênfase em situações excêntricas ou fora do comum.

Porém, embora na Rio 2016 os memes tenham sido produzidos e ressignificados tecendo uma relação próxima entre megaevento e humor, isso não implica a obrigatoriedade do caráter humorístico nesse tipo do conteúdo. Memes também são fenômenos que podem assimilar referências discriminatórias, como nazismo e racismo, como ressalta Susan Blackmore (2000). O ponto central nesse caso é considerar que ideias distintas se propagam na medida em que operam modos de engajamento[10]. Ou seja, de acordo com a autora "um meme é uma ideia, comportamento, estilo ou uso que se espalha de pessoa para pessoa dentro de uma cultura" (BLACKMORE, 2000, p. 65).

Dados ou conteúdos como os memes tratados neste trabalho encontraram a "teia de conexões descentralizadas que veio a se tornar a internet" (MARTINO, 2014, p.12) e circularam em sites, e-mails e redes sociais online participando da significação sobre as Olimpíadas

---

9. Tradução livre de: *"a joke expresses something the community is ready to hear; an insult expresses something it doesn't want to talk about. The act of recognizing a joke is an act of exchanging judgements about the world and thus the spread of jokes can strengthen social ties. Humor, therefore, has the ability to define "insiders" and "outsiders" within a community: insiders may take pleasure in making fun of outsiders"* (JENKINS et. al, 2008, p. 86).

10. Engajar significa congregar as pessoas para trabalharem de forma voluntária. Ou seja, no caso da internet, engajar os usuários para propagar um determinado conteúdo. (Cf. JENKINS, FORD, GREEN, 2015).

realizadas no Brasil. Como observa Limor Shifman (2013), o potencial de edição de conteúdos digitais contribui para essa ressignificação dos memes na internet, especialmente quando observamos o potencial dos *smartphones* para tais alterações – seja com funcionalidades embutidas ou adquiridas por aplicativos – ou para acesso às redes sociais online.

Para finalizar a conceituação, podemos dizer que memes e conteúdos "virais" também se distinguem por uma perspectiva conceitual, como pontua Shifman (2013). De acordo com a autora, ambos conteúdos possuem potencial de propagação e abrangência[11], porém os virais seriam conteúdos replicados em sua íntegra, enquanto que os memes seriam aqueles conteúdos com traços de apropriação. Esse ponto salienta a reapropriação de sentidos e, portanto, a ressignificação de conteúdos, como inerentes ao conceito de meme. Assim, em ambiências digitais, tanto vídeos quanto imagens podem ser considerados memes, a depender da interferência, ou não, dos usuários sobre o conteúdo circulado.

3. MEMES DAS OLIMPÍADAS NA INTERNET

De que modo os memes na internet noticiaram as Olimpíadas, configurando lugares de produção de sentido e engajamento acerca do megaevento nas redes sociais digitais *online*?

Essa pergunta norteia as reflexões deste trabalho na medida em que a produção e compartilhamento dos memes nas ambiências online foi intensa durante o período de 05 a 21 de agosto (período de realização oficial dos jogos). Vale ressaltar que o compartilhamento não se restringiu a esse intervalo de tempo, mas também se deu nos meses de realização do evento e no período posterior.

---

11. "Memes de internet: unidades de conteúdo digital com características comuns, criados com consciência uns dos outros, e circulados, imitados e transformados pela Internet por vários usuários. Ela diferencia memes de virais; analisa o que faz memes e virais bem sucedidos; descreve gêneros populares de memes; discute memes como novos modelos de participação política tanto em regimes democráticos quanto não democráticos; e examina os memes como agentes de globalização" (SHIFMAN, 2013, p. XX, tradução livre).

Durante pesquisa exploratória para o levantamento de memes relacionados aos Jogos Olímpicos do Rio, diversos veículos de imprensa chamaram nossa atenção pela elaboração de matérias que anunciavam a reunião de "melhores memes" ou "memes mais compartilhados" nas redes sociais. A partir de informações coletadas nas inserções jornalísticas e perfis aleatoriamente observados em redes sociais, como *Facebook* e *Twitter*, escolhemos usar o termo "memes Rio 2016" para realizar nossa busca na pesquisa do *Google*. Considerando que o resultado da pesquisa do Google associa outros vocábulos ao termo pesquisado inicialmente, vale ressaltar que outras expressões, como "*olympic memes* 2016"; "rio *olympic* memes"; "rio *movie memes*"; "memes 2016 *funny*"; "*best* memes *reddit*"; "memes 2016 *tumblr*"; "*best* memes 2015"; "2016 memes *so far*" também fizeram parte do resultado que o algoritmo nos ofereceu.

Para justificar nossa escolha, podemos ressaltar que a mineração de dados digitais varia de acordo com as especificidades de cada API[12] como no *Twitter,* por exemplo, em que as coletas de se dão a partir de termos chave. Contudo, como destaca d'Andréa (2014), esse tipo de coleta, muitas vezes, é limitado e insuficiente na reunião de conteúdo relevante sobre um assunto, já que uma imagem amplamente propagada pode ter sido compartilhada sem inserção de texto ou *hashtags,* por exemplo. Além disso, ressaltamos a dificuldade de coleta em redes sociais que foram centrais na produção de sentidos sobre a Rio 2016, como o *Instagram* e o *Facebook*, mas que são extremamente restritas com a liberação de dados compartilhados pelos usuários.

Assim, tais escolhas metodológicas refletem a tentativa de oferecer um panorama de memes populares, relacionados a aspectos amplamente noticiados e que também chamaram a atenção do público nas redes sociais online. Nesse recorte, consideramos os memes que apareceram mais vezes nas primeiras 90 páginas nacionais aleatórias, selecionadas a partir da busca realizada no *Google* com o objetivo de

12. A sigla API refere-se ao termo em inglês "Application Programming Interface" que significa em tradução para o português "Interface de Programação de Aplicativos" e refere-se a um conjunto de rotinas e padrões de programação para acesso a um aplicativo de software ou plataforma baseado na Web. Disponível em: <*https://goo.gl/85YQOn*>. Acesso em: 18 abr. 2017.

reunir os "melhores memes" sobre as Olimpíadas. Nesse repertório de *links,* consideramos tanto a seleção feita por jornalistas, quanto por outros produtores de conteúdo, que afirmaram pautar-se pelo compartilhamento massivo dos memes na internet. Vale reforçar, portanto, que nosso corpus não ficou restrito à coleta de dados em uma única rede social específica, ainda que exemplos retirados do *Twitter* tenham aparecido com mais recorrência.

Dentre as matérias que selecionamos no corpus, pudemos perceber o uso de hashtags, comentários, memes em fotos ou GIFs, entre outros. A coluna #hashtag do site Folha de S. Paulo, por exemplo, apresentada pelo jornal como um canal interessado em "Mídias sociais e a vida em rede"[13] nos mostrou conteúdos semelhantes àqueles encontrados na seleção dos 90 links mencionados anteriormente. Ao buscarmos "Rio 2016", o site trazia matérias compostas por várias postagens circuladas em redes sociais online e que também apareceram nos outros sites.

A matéria intitulada "Piada pronta: primeira medalha do Brasil no Rio vem no tiro"[14], por exemplo, trazia vários textos reproduzidos no *Twitter,* como a imagem da FIGURA 1. De modo geral, podemos dizer que nosso corpus reafirmou o estatuto de "Olimpíada dos memes" atribuído pela imprensa e repercutido na evidente mobilização em torno desse conteúdo.

Sobre a diversidade de assuntos que emergiram junto ao evento, podemos exemplificar com outros resultados apresentados pela busca da seção #hashtag, do site Folha de S.Paulo. Termos como "Alemanha"; "Cerimônia de Abertura"; "Eleições 2016"; "*Facebook*"; "Feminismo"; "Lava Jato"; "Lula"; "Redes Sociais"; "Zika"; "STF" e "*Twitter*", revelam

---

13. O site ainda disponibiliza uma seção de acesso ao arquivo do jornal a partir de categorias como: GIF da semana, listas, memes, mídias sociais, notícias, repercussão e outros não categorizados. Disponível em: <*https://goo.gl/jtvQdi*>. Acesso 16 mar. 2017.

14. "Em poucas horas de provas, depois de uma abertura elogiada, ganhamos nossa primeira medalha. Ela veio com o centrado atleta Felipe Wu, na prova de tiro esportivo. Você falou tiro? No Rio de Janeiro? Internautas perceberam a coincidência e inundaram a internet com a piada: "tinha que ser no tiro a nossa primeira medalha". Esse é o nosso "obrigado internet" de hoje" (BRAGA; SOUZA, 2016, s.p.). Disponível em: <*https://goo.gl/6NJENG*>. Acesso em: 18 abr. 2017.

algumas temáticas que foram associadas à cobertura do megaevento pelo site. Nos resultados, pudemos observar que os textos das matérias que acompanhavam a reunião de memes reforçavam seu potencial narrativo e noticioso, salientando para a ampla propagação dos conteúdos.

Figura 1: Meme referente à matéria da Folha de S.Paulo sobre a primeira medalha do Brasil.

Dentre as noventa páginas analisadas, observamos que alguns memes se repetiam em vários sites e escolhemos 36 deles que destacavam dois grandes pontos de repercussão nas Olimpíadas, segundo observamos no nosso corpus: 1) a cerimônia de abertura e 2) a participação de atletas, como Rafaela Silva (Judô), Marta (seleção brasileira de futebol feminino), Neymar (seleção brasileira de futebol masculino), Michael Phelps (Natação) e Usain Bolt (atletismo). Dentro do tema 1), podemos citar o desfile da modelo Gisele Bündchen; as imagens aéreas da cidade do Rio de Janeiro; o voo do 14-Bis em homenagem a Santos Dumont; e o desfile das delegações dos atletas como tópicos que apareceram com destaque sobre a cerimônia de abertura.

3.1 – Análise dos memes sobre a cerimônia de abertura

A seguir, apresentamos exemplos que retratam os temas que se destacaram no nosso corpus. Considerando todo o material coletado, podemos dizer que percebemos que a cerimônia de abertura foi extremamente elogiada pelos usuários e o Brasil foi referenciado como um bom anfitrião para os convidados, enfatizando como os brasileiros sabem promover uma boa festa.

Susana Vieira, atriz brasileira conhecida por declarações polêmicas e personagens marcantes nas novelas brasileiras da TV Globo, aparece em vários memes como o da FIGURA 2. Na imagem, vemos uma cena de uma das novelas estreladas por Susana sendo apropriada para elogiar a cerimônia. Tanto nessa, quanto na imagem representada na FIGURA 3, o sentido atribuído às imagens remete à aprovação popular da cerimônia de abertura.

Figura 2 - Fonte Vírgula Uol[15]

Figura 3 - Fonte: Congresso e Foco[16]

Dentre os memes feitos a partir de imagens aéreas, exibidas pela TV também durante a cerimônia de abertura das Olimpíadas, um dos destaques foram os pontos turísticos com iluminação especial para o evento, como representado na FIGURA 4. Na imagem, vemos que além da apreciação e comentários positivos sobre a cerimônia, uma das apropriações das imagens usou o humor referindo a uma situação coti-

15. Disponível em: <*https://goo.gl/MsSTUQ*>. Acesso: 15 mar. 2017.

16. Disponível em: *https://goo.gl/VGf3MM*. Acesso: 15 mar. 2017.

diana. Já na FIGURA 5, vemos a imagem de uma das crianças que participaram da cerimônia ser associada às situações relativas ao Exame Nacional do Ensino Médio – os comuns atrasos dos candidatos para a realização das provas, pauta recorrente anualmente durante coberturas jornalísticas sobre o ENEM.

Figura 4 - Fonte: OFF Humor[17]

Figura 5 - Fonte: Uol[18]

Outro assunto destaque foi o desfile de Gisele Bündchen, *top model* brasileira, que entrou na festa de abertura no Maracanã desfilando ao som da música 'Garota de Ipanema', cantada por Daniel Jobim, neto de Tom Jobim. A referência à beleza da modelo, com referências a humor,

17. Disponível em: <*https://goo.gl/9u6fWi/*>. Acesso: 15 mar. 2017.

18. Disponível em: <*https://goo.gl/J8tISt*>. Acesso: 15 mar. 2017.

sarcasmo e associações a situações do cotidiano, foi tema de vários memes como os das imagens das FIGURA 6 e FIGURA 7.

Figura 6: Fonte: Congresso em Foco[19]

Figura 7: Fonte: Congresso em Foco[20]

O humor também apareceu associado à homenagem feita a Santos Dumont na cerimônia de abertura, como na imagem da FIGURA 8 em que aparece um avião feito de chocolates "Bis", da marca Lacta, em associação ao nome da aeronave criada por ele – o 14-Bis. O aviador brasileiro faz parte de uma antiga polêmica entre brasileiros e norte-americanos sobre a invenção do avião e que foi representada na FIGURA 9 com a imagem do ator brasileiro Wagner Moura, em cena da série "Narcos", do *Netflix*. Os estadunidenses acreditarem que foram os irmãos Wright, e não Santos Dumont, os pioneiros da aviação mundial com voo realizado em dezembro de 1903 – a data do voo do brasileiro é de 1906. Porém, há discordâncias de caráter técnico sobre esse pioneirismo que datam de longo tempo. No *Twitter*[21], encontramos vários *posts* de usuários dos Estados Unidos reclamando que "Então o Brasil pensa que inventou o avião?", segundo declaração de Trevor Spangen-

19. Disponível em: <*https://goo.gl/VGf3MM*>. Acesso: 15 mar. 2017.

20. *Ibdem*.

21. Disponível em: <*https://goo.gl/UyZxGO*>. Acesso: 15 mar. 2017.

berg, goleiro do *Puerto Rico Football Club*, da Liga de Futebol Norte--Americana.

Durante o desfile das delegações dos países, as equipes da Jamaica foram esperadas ansiosamente pelos usuários. Em referência ao país, os usuários compartilharam imagens antigas de reações da jornalista Glória Maria, retiradas de uma reportagem especial do programa "Globo Repórter" sobre a cultura da Jamaica. A imagem da jornalista após experimentar maconha num ritual *Rastafari* e andar em uma montanha-russa foi apropriada e compartilhada com várias legendas, como na FIGURA 10, por exemplo. A entrada da delegação japonesa também foi tema dos memes, como representado na imagem da FIGURA 11. As equipes foram associadas à personagem *Pikachu*, monstro da série produzida no país – *Pokémon* – e que voltou a fazer sucesso com o lançamento do jogo de realidade virtual para *smartphones* em julho de 2016 – *Pokémon Go.*

Figura 8 - Fonte: G1[22]

Figura 9- Fonte: Congresso em Foco[23]

22. Disponível em: <*https://goo.gl/g7KtcW*>. Acesso: 15 mar. 2017.

23. *Ibdem.*

Figura 10 - Fonte:ESPN[24]

Figura 11 - Fonte: UoL[25]

Os jovens que anunciavam a entrada das delegações também fizeram parte do conteúdo circulado nas redes sociais. O jovem que pedalava a bicicleta da delegação grega, por exemplo, teve sua beleza exaltada inclusive em comentários com cunho sexual, como na imagem representada na FIGURA 12. A imagem do porta-bandeira da FIGURA 13, lutador de *taekwondo* representante de Tonga, Pita Taufatofua, também teve grande repercussão. Usando um traje típico da Polinésia, o lutador desfilou pelo estádio sem camisa com corpo untado de óleo gerando comentários[26] como "O que dizer de Tonga que nem conheço, mas já amo" ou usuários que diziam que ele tinha usado o bronzeador brasileiro, "Cenoura e Bronze", logo na entrada no país pelo aeroporto do Rio de Janeiro.

24. Disponível em: <*https://goo.gl/BaHTAm*>. Acesso: 15 mar. 2017.

25. Disponível em: <*https://goo.gl/g4HZUR*>. Acesso: 15 mar. 2017.

26. Disponível em: <*https://goo.gl/RKXGJD*>. Acesso: 15 mar. 2017.

Figura 12 - Folha de SP: Hashtag[27]

Figura 13 - Fonte: UoL[28]

Mas, como já destacamos, os memes também destacaram acontecimentos posteriores à cerimônia de abertura. Nas FIGURA 14 e FIGURA 15 vemos brincadeiras fazendo uso da imagem do corredor jamaicano que se tornou o primeiro atleta a vencer os 100 metros rasos olímpicos pela terceira vez consecutiva. Usain Bolt movimentou a internet com um dos memes mais comentados da Rio 2016. Na FIGURA 14, vemos o momento em que o atleta olhou para trás, atento aos adversários, e sorri ciente da sua vantagem capturado pelo fotógrafo Cameron Spencer, da *Getty Images*. Flagrante que rodou o mundo pelas redes sociais online[29] em forma de meme.

27. Disponível em: <*https://goo.gl/3FTlJX*>. Acesso: 15 mar. 2017.

28. Disponível em: <*https://goo.gl/EuKYXU*>. Acesso: 15 mar. 2017.

29. Disponível em: <*https://goo.gl/wrHvbl*>. Acesso em: 15 mar. 2017.

Figura 14 - Fonte: G1[30]

Figura 15 - Fonte: G1[31]

Figura 16 - Michael Phelps. Fonte: G1[32]

Figura 17 - Michael Phelps. Fonte: G1[33]

O close na expressão raivosa de Michael Phelps, maior medalhista da história das Olimpíadas, fotografado antes da competição também rodou pelas redes sociais. Olhando para o adversário sul-africano, Chad Guy Bertrand le Clos, a imagem da FIGURA 16 deu origem a

30. Disponível em: <*https://goo.gl/g7KtcW*>. Acesso em: 15 mar. 2017.

31. *ibidem.*

32. *ibidem.*

33. *ibidem.*

diversos memes e à hashtag *#PhelpsFace*[34]. Memes relacionados à invencibilidade sobrenatural do atleta nas provas de natação também tiveram ampla propagação, como representado na FIGURA 17.

Mas nem só de humor se faz os memes. Drogas, depressão, abandono familiar, machismo, racismo e superação circularam após as vitórias das atletas negras Rafaela Silva e Simone Biles. A judoca Rafaela, de 24 anos, foi a primeira medalhista de ouro do Brasil na Rio 2016, vencendo a atleta Dorjsürengiin Sumiya, da Mongólia. Oito anos antes, nas Olimpíadas de Londres, Rafaela chegou como favorita e foi eliminada na final da competição[35], sofrendo também com comentários racistas. Já a performance da ginasta norte-americana Simone Biles, de 19 anos, impressionou a plateia e atletas de outros países. Após vencer Alexandra Raisman, a atleta chegou à segunda medalha de ouro e falou sobre seu drama familiar na infância em decorrência do vício em drogas da mãe, o abandono e a vivência no orfanato na cidade de Ohio antes de ser adotada pelo avô e a esposa dele.

A FIGURA 18 mostra a exaltação da vitória de Rafaela, ressaltando a superação em relação à última Olimpíada. Já a FIGURA 19, mostra a imagem de Simone exalta como uma mulher forte e vencedora.

Nas FIGURA 20 e FIGURA 21 vemos referências à comparação entre Marta e Neymar representando, respectivamente, as seleções feminina e masculina de futebol. As imagens mostram Marta como uma atacante reverenciada e competente, em comparação a Neymar que representa o momento de descrédito em relação à seleção brasileira pós-derrota na Copa de 2014. Até a situação política apareceu nos conteúdos, como representado na FIGURA 21. Marta, figura positiva, associada à presidente Dilma Rousseff, e Neymar, figura negativa, comparado com o presidente Michel Temer.

---

34. Disponível em: <*https://goo.gl/g7KtcW*>. Acesso em: 15 mar. 2017.

35. O abatimento pela derrota nos Jogos Olímpicos virou depressão quando Rafaela recebeu mensagens racistas pelas redes sociais após essa derrota. Chamada de "macaca" e de " vergonha para a família", ela ia desistir da carreira. Antes da vitória em 2016, Rafaela conquistou a medalha de ouro no Mundial de Judô de 2013.

Figura 18 - Fonte: G1[36]

Figura 19 - Fonte: : G1[37]

Figura 20 - Fonte: Sputnik[38]

Figura 21 - Fonte: Sputnik[39]

Já o meme da FIGURA 22 refere-se à polêmica gerada pela invenção de uma situação de assalto no Rio de Janeiro pelos nadadores estadunidenses Ryan Lochte e James Feigen. Os atletas denunciaram um suposto assalto em um posto de gasolina, mas foram desmascarados por

36. Disponível em: <*https://goo.gl/592lOS*>. Acesso em: 15 mar. 2017.

37. Disponível em: <*https://goo.gl/g7KtcW*>. Acesso em: 15 mar. 2017.

38. Disponível em: <*https://goo.gl/592lOS*>. Acesso em: 15 mar. 2017

39. *ibidem*.

imagens da câmera de segurança, que mostraram que eles não só estavam bêbados como vandalizaram o local. O meme em questão também se refere ao episódio em que Maria Verônica Aparecida e o marido dela, Kléber Eduardo Melo, foram acusados de estelionato, em 2012, depois de anunciarem que Maria estava grávida de quadrigêmeos. A imagem da falsa grávida da cidade de Taubaté continua rendendo piadas pela internet após cinco anos do ocorrido.

Por fim, não poderíamos deixar de mostrar os memes sobre o ex-tenista Gustavo Kuerten (Guga). As FIGURA 23 e FIGURA 24 fecham nossa seleção com memes de destaque nas matérias jornalísticas do corpus analisado. Nas imagens, vemos como o atleta mobilizou admiradores não apenas por ser um esportista querido pelo público, mas pela simpatia e sorriso constante durante trabalho de comentarista na Rio 2016.

Figura 22 - Fonte: G1[40]

40. *Ibidem.*

Figura 23 - Fonte: Extra[41]

Figura 24 - Fonte: Sputnik[42]

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo da exibição dos memes, as associações de sentido atribuídas a eles reforçam ou confrontam estereótipos, ressignificam identidades - como o papel do jornalista, por exemplo – refletem o patriotismo, a vitória de barreiras de preconceito, e fazem relações ao cenário sociopolítico. A partir da nossa análise, pudemos perceber que esses elementos reforçaram e contribuíram para o potencial de propagação dessas imagens.

Henry Jenkins (2014) destaca que o trabalho dos criadores de conteúdo é essencial na propagação da mídia, como pudemos ver a partir dos exemplos apresentados acima – seja na produção ou na circulação desse conteúdo. Considerando os usuários como participantes e propulsores de tal propagação, podemos dizer que "a propagação, de todas as formas de mídia, depende tanto (ou mais) de sua circulação pelo público quanto de sua distribuição comercial, é determinada por

41. Disponível em: <*https://goo.gl/lBhpkM*>. Acesso em: 15 mar. 2017.

42. *Ibidem*.

processos de avaliação social e não técnica ou feitiçaria criativa, e com a participação ativa de públicos engajados." (JENKINS, 2014, p. 244).

Jenkins, Ford e Green (2015) salientam ainda que a visibilidade e a propagação de informações na internet se dão a partir de narrativas simples, não necessariamente institucionais, que propulsionam a "circulação" e "distribuição"[43] de conteúdos. Ou seja, conteúdos de mídia, são reconfigurados e remixados por parcelas engajadas de audiência, que por sua vez constituem a "Cultura da Conexão", como pudemos ver nos exemplos apresentados neste trabalho.

Os memes trazem repertórios da cultura da internet local (FIGURA 5 e FIGURA 22, por exemplo) e do momento vivido pelos usuários (FIGURA 21). Deste modo, para além das observações contidas nos jornais, ou das pautas associadas aos memes, os sentidos atribuídos pelos usuários conectados e os mecanismos que os articulam estão diretamente associados ao momento sociotécnico sobre o qual falamos inicialmente.

Nesse sentido, é possível chamar a atenção para os memes como um gênero midiático, aberto à participação de criadores de conteúdo que não necessariamente estão na internet, mas que perpetuam nuances do social por meio ou para além da internet. Ou seja, trata-se de um gênero que não se fecha às possibilidades de ordem técnica ou às referências apresentadas inicialmente.

Também é interessante ressaltar que os conteúdos apresentados associam tanto ações de colaboração e apreciação (FIGURA 18 e FIGURA 19, por exemplo), quanto de escárnio (FIGURA 17). O engajamento em torno dessas iniciativas denota também uma relação de sua circulação midiática com a "Cultura da Convergência" (JENKINS, 2008). Em entrevista a Rafael Grohmann (2015), Jenkins afirma que

43. Jenkins afirma que em "Cultura da Conexão" os autores distinguem circulação de distribuição: "Distribuição refere-se ao fluxo do conteúdo midiático estabelecido geralmente a partir dos interesses empresariais, que normalmente trabalham para restringir quem tem acesso a quais conteúdos. Circulação é um sistema híbrido e emergente feito de forma mais forte por atos de indivíduos e comunidades, uma vez que incorporam o conteúdo midiático em suas interações diárias com os outros, muitas vezes movendo as mídias de um lugar para outro sem a autorização de seus produtores. Esses dois sistemas de espalhar conteúdos interagem entre si de formas cada vez mais complexas." (GROHMANN, 2015, p.111).

compreende a "Cultura da Convergência" como a interação entre mídias tradicionais e emergentes, derivada da articulação "entre conteúdos de diferentes plataformas e práticas midiáticas que constituíram o ambiente midiático atual" (p. 108).

O esforço dos autores (JENKINS, 2008; JENKINS; FORD; GREEN, 2015) passa, então, por apreender lógicas culturais de formatos propagáveis de mídia, especialmente no que tange as tensões e mudanças relativas às atividades de indivíduos ligados à tecnologia e conectados entre si. Há nesse aspecto um diálogo entre o cerne da noção de meme e a produção, promoção e circulação que caracterizam a mídia contemporânea, e dentro do que os autores caracterizam como "Cultura da Convergência" e "Cultura da Conexão".

Tais culturas também se vinculam às redes sociais na internet, inclusive pelos modos com que os textos midiáticos dão a ver a interferência e o engajamento dos usuários. Isso diz da relação com a linguagem e com o cotidiano, em suas dimensões individuais, coletivas, institucionais, que por muitas vias constituem modos de produção de sentido sobre a movimentação do social[44], como tentamos mostrar neste trabalho.

REFERÊNCIAS

ALZAMORA, Geane. Entre a TV e a internet: mediações sobrepostas em iReport for CNN. In: SOSTER, Demétrio de Azevedo; JUNIOR, Walter Teixeira Lima. **Jornalismo digital: audiovisual, convergência e colaboração**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2011, p.84-104.

BLACKMORE, Susan. **The Meme Machine**. Oxford: Oxford University Press, 2000.

BOLTER, J. David; GRUSIN, Richard; GRUSIN, Richard A. **Remediation: Understanding new media**. MIT Press, 2000.

44. Segundo Santaella (2007, p.391) a linguagem é condição necessária na compreensão de qualquer processo mediador. Para Alzamora (2011) a linguagem encontra-se na natureza das intertextualidades midiáticas e dimensões institucionais e individuais, na natureza das conversações sociais em torno delas e dos processos de significação que emergem, dentre outros, das experiências cotidianas (p. 93).

CHAGAS, Viktor. **Entre criadores e criaturas: uma análise sobre a relação entre memes de internet e propriedade intelectual**. Disponível em *http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3314-1.pdf*. Acesso 15 mar. 2015.

DAWKINS, Richard. **O Gene Egoísta**; trad. Geraldo HM Florsheim. Belo Horizonte: Itatiaia, 1979.

D'ANDRÉA, Carlos. # vergonhabrasil: controvérsias midiatizadas no Twitter durante e após o jogo Brasil 1 x 7 Alemanha. **Intercom-Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 39, n. 3, 2016.

D'ANDRÉA, Carlos. CONEXÕES INTERMIDIÁTICAS ENTRE TRANSMISSÕES AUDIOVISUAIS E REDES SOCIAIS ONLINE: possibilidades e tensionamentos. **Anais**... Belém: Compós, 2014.

DIAS, Filipe; TELES, Natalia; KARIME, Pethalla; GROHMANN Rafael. Memes, Uma Meta-análise: Proposta a Um Estudo Sobre As Reflexões Acadêmicas do Tema. **Trabalho apresentado na XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação**, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em: <*http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2479-1.pdf*>. Acesso 15 mar. 2017.

FELINTO, E. Videotrash: o YouTube e a cultura do "spoof" na internet. In: **Galáxia**, 16, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Ed: Aleph, 2008.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. C**ultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. Aleph, 2015.

JENKINS, Henry et al. **If it doesn't spread, it's dead: Creating value in a spreadable marketplace**. Cambridge, MA: Convergence Culture Consortium, 2008.

GROHMANN, Rafael. Entrevista: O Selfie de Jenkins. In: **PARÁGRAFO**. JAN./JUN.2015- V. 1, N. 3 (2015) ISSN: 2317-4919. Disponível em: <*http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/288/295*>. Acesso 15 mar. 2017.

LAW, John; BIJKER, Wiebe E. Postscript: Technology, stability and social theory. IN: BIJKER, Wiebe E.; LAW, John. **Shaping technology/ building society: Studies in sociotechnical change**. MIT press, p. 290-308, 1992.

MARTINO, Luis Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes**. 2. ed.

Petrópolis,RJ: Vozes, 2015.

SANTAELLA, Lúcia. **Linguagens híbridas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SHIFMAN, L. An anatomy of a YouTube meme. In: **New Media & Society**, 14(2), 2011.

_____. **Memes in digital culture**. Cambridge: MIT Press, 2013.

_____; LEVY, H.; THELWALL, M. Internet jokes: the secret agentes of globalization? In: **Journal of Computer-Mediated Communication**, 19, 2014.

SÁ, S. P. The Numa Numa Dance e Gangnam Style: vídeos musicais no YouTube em múltiplas mediações. In: **Galáxia**, 14(28), 2014.

CORRÊA, Elizabeth Saad. Da remediação à premediação: ou de como a sensação de imediatismo da sociedade digital dos anos 1990 evoluiu para um clima de contínua antecipação do futuro no século XXI. **Matrizes**, v. 7, n. 2, p. 163-172, 2013.

SOUZA, Carlos Fabiano de. Memes: formações discursivas que ecoam no ciberespaço. In: **VÉRTICES**, Campos dos Goytacazes, volume 15, nº 1, p. 127-148, janeiro a abril de 2013

PARTE 2

GÊNERO, CORPO, SEXUALIDADE

SOMOS TODOS PARALÍMPICOS?

TRANSVERSALIDADES ENTRE CORPOS BIOCIBERNÉTICOS E PÓS-HUMANOS EM REDES SOCIAIS ONLINE

SÔNIA CALDAS PESSOA
CAMILA MACIEL C. ALVES MANTOVANI
VERÔNICA SOARES COSTA

1. Introdução

Este capítulo se debruça sobre as reverberações em redes sociais online, principalmente o *Twitter*, da campanha *#somostodosparalímpicos*, lançada pela revista *Vogue*[1] no dia 24 de agosto de 2016, pouco antes da abertura oficial dos Jogos Paralímpicos do Rio. Apesar de não constar na lista das campanhas oficiais no site do Comitê Paralímpico Brasileiro (CPB)[2], a entidade teria apoiado a iniciativa, que foi

1. A Revista Vogue, publicação da Globo Condé Nast, circula no Brasil desde 1975 com edições voltadas para o público feminino e temáticas relacionadas a moda, beleza e comportamento. Informações disponíveis em: <*http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2015/05/40-anos-de-vogue-brasil-relembre-capas-mais-surpreendentes-da-revista.html*>. Acesso em 27 out. 2016.

2. *http://www.cpb.org.br/web/guest/campanhas*.

produzida pela agência África com circulação[1] no site e perfis oficiais da revista nas redes sociais online[2].

A ação teve como meta aumentar a visibilidade da competição e incentivar a compra de ingressos para os jogos, tendo sido simultaneamente criticada e apoiada nas redes, contribuindo para a venda recorde de ingressos[3] em um único dia. Diante desse contexto, o objetivo da pesquisa foi compreender as relações, repercussões e ressignificações de corpos - cibernéticos e pós-humanos - e a representação das pessoas com deficiência na circulação de mensagens articuladas pela *hashtag* da campanha.

Trabalhamos em uma abordagem de inspiração etnográfica para uma análise qualitativa, compondo um *corpus sui generis* (PESSOA, 2015) com um conjunto de documentos, dados, informações, perfis e páginas que circularam de modo disperso e diversificado em redes sociais no período de 24 de agosto, data da primeira postagem, a 24 de outubro, momento final da observação. O corpus tem centralidade articulada pela postagem oficial da *Vogue* no *Twitter* e segue seu desdobramento em textos de pessoas comuns, empresas e instituições sobre a campanha, que chegou a ter alcance internacional[4].

No entanto, a análise não se limita às postagens no *Twitter*, nem às mensagens acompanhadas da hashtag *#somostodosparalímpicos*, mas busca textualidades por ela provocadas. Entendemos ser conveniente manter outras textualidades compartilhadas pelo entendimento de que os rastros das postagens nas redes não apresentam, necessariamente,

---

1. Disponível em: <vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2016/08/somos-todos-paralimpicos-campanha-com-cleo-pires-e-paulinho-vilhena.html>. Acesso em 27 out. 2016.

2. Entre os endereços da revista estão: *http://vogue.globo.com* (site); @ VogueBRoficial (*Twitter*); VogueBr (*Facebook*); voguebrasil (*Instagram*).

3. "Venda de ingresso da Paralimpíada bate novo recorde: 145 mil em 24h". Disponível em <*http://globoesporte.globo.com/paralimpiadas/noticia/2016/08/venda-de-ingressos-da-paralimpiada-bate-novo-recorde-145-mil-em-24h.html*>. Acesso em 2 nov. 2016.

4. "*Vogue Brasil Photoshopped able-bodied models instead of using actual Paralympians*", disponível em <*http://mashable.com/2016/08/25/vogue-brazil-photoshops-models-paralympians/#NsXtvLohtSqT*>. Acesso em 2 nov. 2016.

um início e um fim passíveis de identificação, apesar de elegermos um ponto inicial para economia desta pesquisa. Consideramos, também, textos verbovisuais, a partir da definição de Mendonça (2010, p. 183): "um somatório de textos verbais e visuais capaz de articular significações vindas de lugares e situações distintas, de inter-relacionar textualidades que estão para além das entidades linguísticas, de promover afetos, bem como estimular experiências estéticas".

Lembramos que esses textos verbovisuais circularam especialmente no *Twitter*, que é uma plataforma popular em termos de atenção midiática, comumente relacionado a uma "segunda tela", principalmente em função de eventos e competições com transmissão ao vivo pela TV, acompanhados segundo a segundo em sua dinâmica peculiar de *microblog*. Outro ponto relevante é o fato de a plataforma, na qual se articulam redes diversas, facilitar a recuperação de informações a partir de *hashtags* ou perfis em seu próprio sistema de busca avançada, sem necessidade de uso de softwares.

Se a campanha despertou a atenção para a visibilidade das pessoas com deficiência, provocou também questionamentos sobre a exigência de corpos com alta performance, vinculações cada vez mais presentes do homem com a máquina por meio dos corpos e representações das pessoas com deficiência na cultura digital. Nesse sentido, aliamos à nossa observação uma reflexão conceitual sobre atravessamentos entre as noções de corpos humanos e tecnologia a partir de autores como Rouanet (2003), Santaella (2002) e Haraway (2000) e promovemos um diálogo com representações, estigmas e estereótipos de Goffman (1975) e com reflexões de Campbell (2009) sobre corpos, deficiência e preconceito.

2. Breve histórico dos Jogos Paralímpicos

Os Jogos Paralímpicos do Rio foram realizados no Rio de Janeiro (RJ) entre 7 e 18 de setembro, após as Olimpíadas que ocorreram na cidade no mês de agosto. As disputas em 23 modalidades esportivas,

com 528 provas em 11 dias de competição[5], aconteceram em meio à instabilidade político-econômica do país, após o impedimento da ex-presidente da República, Dilma Rousseff, em 31 de agosto. Com a crise econômica agravada do estado do RJ, temores em torno da não realização das Paralimpíadas devido a inúmeras dificuldades financeiras e jurídicas chegaram a ser noticiados, aliados à expectativa de esvaziamento dos jogos em consequência da baixa venda de ingressos, que ainda provocou uma redução das receitas projetadas.

Como espetáculo esportivo midiático, as Paralimpíadas, historicamente, vêm ocupando lugar secundário nas grades de programação dos veículos de mídia tradicional, tanto com a redução da transmissão ao vivo das competições, quanto na cobertura rasa e estereotipada da figura do paratleta, conforme aponta estudo de Novais e Figueiredo (2010). Em pesquisa sobre a cobertura jornalística dos jogos de Pequim, em 2008, dentre 113 notícias analisadas, "cerca de 73% referiam-se aos atletas olímpicos e os restantes 27% aos paraolímpicos" (NOVAIS e FIGUEIREDO, 2010, p. 82), o que ressalta, segundo os autores, o maior tempo de antena concedido em ambos os países aos atletas olímpicos em detrimento dos paralímpicos.

Em estudo posterior, sobre as imagens dos atletas paralímpicos na *Folha de S. Paulo* durante os jogos de Londres, em 2012, Hilgemberg (2016) aponta para uma diferença notável em relação à cobertura das edições anteriores, principalmente na web. Para a autora, isso se deve "ao fato de o Brasil ser a sede do evento em 2016, e, portanto se justificar o aumento da cobertura a fim de apresentar os atletas para a audiência" (HILGEMBERG, 2016, p. 11). Assim, a questão da representação da deficiência torna-se uma estratégia de marketing, utilizada para aumentar a visibilidade e "vender" os Jogos, em um movimento semelhante ao analisado no presente artigo.

Ainda sobre a visibilidade dos atletas com deficiência, autores como Kell *et al.* (2008) questionam a necessidade de as Paralimpíadas serem projetadas como um evento paralelo aos Jogos Olímpicos, sugerindo que o formato perpetua estereótipos ultrapassados sobre a capacidade

5. Informações disponíveis em: <*https://www.rio2016.com/paralimpiadas/esportes*>. Acesso em 27 out. 2016.

e a incapacidade dos profissionais, reforçando certo grau de paternalismo e desvalorização de suas realizações. Os autores argumentam que grande parte dos protocolos e sistemas de classificação nos Jogos Paralímpicos contradizem o pensamento contemporâneo sobre desportistas e mulheres, pois concentram-se na noção de deficiência, num movimento contrário ao da valorização da alta performance dos atletas Olímpicos, cada vez mais rápidos, mais altos e mais fortes, conforme o lema em latim, *Citius, Altius, Fortius*[6].

Na Rio 2016, o evento paralímpico mobilizou uma diversidade de pautas sobre temas como inclusão, acessibilidade, visibilidade, representatividade e deficiência, muitas delas com grande repercussão midiática e capitaneadas pelos próprios organizadores e apoiadores do evento. No entanto, a campanha "Somos Todos Paralímpicos" mobilizou discussões que também se pautaram por visões conflituosas sobre a (in)visibilidade dos atletas, em especial, e das pessoas com deficiência, de modo geral, conforme veremos a seguir.

3. Somos todos o quê? Corpos cibernéticos e pós-humanos paralímpicos?

Antes do lançamento da campanha por nós observada, em 18 de agosto, a *Vogue* havia divulgado imagens do ensaio "Super-humanos"[7], publicado em sua edição impressa de setembro. Cleo Pires e Renato Leite, em poses sensuais, engajaram-se no ensaio fotográfico para garantir visibilidade à Paralimpíada, atrair o público para as competições e ampliar a venda de ingressos. Móveis e roupas escuras compõem um cenário de sedução entre os protagonistas da imagem. Não é possível visualizar, com muita clareza, o ponto de junção entre a perna mecânica de Renato e o restante do corpo do atleta. Por outro lado, a camisa

6. O lema olímpico foi criado pelo padre Henri Didon, quando da criação do Comitê Olímpico Internacional, em 1894, e incorporado ao COI pelo Barão Pierre de Coubertin. Disponível em: <*https://stillmed.olympic.org/Documents/Reports/EN/en_report_268.pdf*>. Acesso em 24 abr. 2017.

7. Disponível em: <*http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2016/08/cleo-pires-posa-com-paratleta-renato-leite-na-vogue-brasil-de-setembro.html*>. Acesso em 27 out. 2016.

branca põe em evidência o homem, objeto de desejo, que encara a câmera. Ele não fixa o olhar na mulher que está à sua frente e parece querer encarar uma plateia, demonstrando certo distanciamento de quem busca conquistá-lo.

Distante da vulnerabilidade, o paratleta estaria desempenhando um papel de homem superior aos demais, másculo e atraente fisicamente, um super-humano turbinado pela máquina. Estariam evidentes aqui as relações de poder propiciadas pelo homem, com deficiência, que desperta o fetichismo, o desejo sexual, um estimulante erótico-econômico, para usar as palavras de Campbell (2009) inspiradas em Haraway (1997) e Latour (1993).

Sensualidade e empoderamento foram os temas do depoimento da atriz à revista: "Quando você sensualiza uma história, também a empodera (...). É sexy essa superação".

Figura 1 - Fonte: Reprodução @VogueBRoficial

Nessa primeira publicação, a repercussão no *Twitter* da revista foi pequena, não alcançando o objetivo da iniciativa, que era dar visibilidade e impulsionar a venda de ingressos. Apenas nove perfis *retweetaram* (RT) a postagem e 46 a curtiram, conforme revela a imagem acima. Dois dias depois, em 20 de agosto, o perfil da revista no *Twitter*

ainda republicou a foto do ensaio, obtendo uma repercussão ainda menor de seus seguidores (apenas um RT e 20 curtidas). Para se ter uma ideia do corpus, na data da coleta, a *Vogue* registrava um milhão e 80 mil seguidores no *Twitter*, sendo que a postagem oficial que analisaremos a seguir recebeu 1.600 comentários, 1.200 curtidas e 553 *retweets* nos dois meses considerados nesta análise.

A partir de aspectos controversos despertados pelas discussões de *#somostodosparalímpicos*, propomos um questionamento para reflexão do leitor: a deficiência, assim como os Jogos Paralímpicos, estariam em um segundo plano do ponto de vista social se o ponto de comparação for um corpo sem deficiência e as Olimpíadas? Comparações neste sentido podem parecer arriscadas. Por outro lado, tornam-se presentes se seguirmos com a reflexão em direção aos autores nos quais nos apoiamos e se pretendemos abordar as repercussões da campanha. Lembramos que Goffman chamou de abominações do corpo ou deformidades físicas um dos tipos de estigma responsável pela discriminação e exclusão de pessoas com deficiência. Se esses corpos estão distantes de uma perfeição imaginária, eles extrapolam a condição humana. "Por definição, é claro, acreditamos que alguém com um estigma não seja completamente humano", diz Goffman (1975, p.15).

Estariam todos esses fatores associados à campanha protagonizada pela atriz Cleo Pires e o ator Paulo Vilhena, embaixadores dos Jogos Paralímpicos do Rio? Nas imagens eles estão sem um dos membros, com prótese e roupas de alta performance, em uma edição de imagens na qual a atriz teria incorporado a "pele" da paratleta de tênis de mesa, Bruna Alexandre, que teve um dos braços amputados, ao passo que Vilhena estaria "no corpo" de Renato Leite, atleta do vôlei sentado, conforme a imagem a seguir.

Figura 2 - Fonte: Reprodução @VogueBRoficial

Essa primeira imagem da campanha é o ponto de partida que nos conduz ao resgate de perspectivas desenvolvidas em torno da percepção do homem como máquina, o que remonta aos trabalhos de Descartes (ROUANET, 2003). No século XVII, o filósofo trouxe a ideia da máquina como um modelo para se refletir sobre o corpo humano e também animal. Antes de promover uma desvalorização do homem, a sua aproximação com a máquina oferecia a possibilidade de se desenvolver um estudo objetivo sobre o funcionamento do corpo. Ao deixar a alma (a substância espiritual e imaterial) para a teologia, o estudo da matéria, ou seja, do corpo, ficaria a cargo da ciência. Outro pensador que radicalizou o conceito homem-máquina foi filósofo e médico francês La Mettrie (ANDRADE, 2008). Sua obra *L'homme-machine* (O homem-máquina, de 1747), que lhe rendeu o exílio na Prússia, trazia a discussão, já adiantada pelo título, de que o homem seria uma máquina cuja natureza se reduziria a determinações mecânicas.

O desenvolvimento do conceito de homem-máquina no trabalho de La Mettrie é apontado por alguns autores como afinado à perspec-

tiva cartesiana, na medida em que este autor percebe o corpo como sendo composto por partes que interagem entre si, cuja complexidade só pode ser estudada a partir da sua "dissecação". Sendo assim, alguns autores viram no pensamento de La Mettrie a origem das discussões em torno do "materialismo biologizante", no qual o projeto do homem novo estaria mais a cargo dos laboratórios, do que dos contextos sociais de mudança. (ROUANET, 2003)

Contemporaneamente, destacamos um outro elemento a compor esse cenário, as tecnologias. A crescente penetração dos aparatos tecnológicos (macro e micro) nos mais diferentes aspectos da vida tem proporcionado a conformação de novas subjetividades e também incidido sobre a natureza humana. Nesse sentido, vários autores, de diferentes áreas, passaram a se debruçar sobre o tema. No campo da Comunicação e no que concerne às interações homem-máquina, Santaella (2002) discute a relação do corpo com as tecnologias chamando a atenção para o fato de que cada vez mais essa interconexão se dá de forma complexa, recebendo variadas denominações. A autora percebe um elemento comum nessas definições: a constatação de "que o ser humano está se tornando metaorgânico, quer dizer, uma mistura do orgânico com o eletrônico, informático e telemático, enfim, um ciborgue cognitivo" (SANTAELLA, 2002). Assim ela reflete sobre esse novo conceito de humano:

> Para me referir à atual necessidade de repensamento do humano na pluralidade de suas dimensões – molecular, corporal, psíquica, social, antropológica, filosófica, etc. – utilizo o termo "pós-humano". Em suma, nos meus escritos sobre o tema, tenho buscado evidenciar o papel que a transformação tecnológica do corpo vem desempenhando para a emergência do pós-humano, este entendido não só como resultado dessas transformações, mas, sobretudo, como desconstrução das certezas ontológicas e metafísicas implicadas nas tradicionais categorias, geralmente dicotômicas, de sujeito, subjetividade e identidade subjacentes às concepções humanistas que alimentaram a filosofia e as ciências do homem nos últimos séculos e que hoje, inadiavelmente, reclamam por uma revisão radical. (SANTAELLA, 2007, p.136)

O uso do termo ciborgue para se referir ao humano ressignificado pelas relações com as tecnologias e a ciência ganhou destaque na discussão trazida por Donna Haraway (2000), no Manifesto Ciborgue, publicado pela primeira vez em 1985. No texto, a autora ressignifica a relação homem-máquina a partir das relações de gênero, do feminismo, da tecnocultura e da política. No instigante debate trazido por Haraway, o que nos interessa salientar é o tensionamento proposto entre o humano e a máquina, o natural e o artificial.

De acordo com a autora, não é possível perceber os limites entre o humano e o maquínico. O ciborgue, que figurava até então distante, presente nas obras de ficção científica, já está entre nós, aliás, os ciborgues somos nós. Isso porque, para Haraway, ser um ciborgue tem a ver com um processo de autoconstrução, relaciona-se a escolhas, a uma reconfiguração do humano. Frequentar academias, usar roupas e calçados específicos para a melhora da performance durante os treinos, consumir alimentos com o objetivo de modelar o corpo, colocar próteses em procedimentos cirúrgicos, tudo isso, para a autora, já nos tornaria ciborgues.

Uma outra perspectiva, que também subjaz à noção dos ciborgues, é aquela que se vincula ao desejo de superar as limitações corporais e traz à tona a dimensão das tecnologias como extensões do corpo humano, remetendo aos corpos das pessoas com deficiência física e de seus usos das tecnologias, como nos Jogos Paralímpicos. Esses corpos, não raras vezes, são percebidos a partir de atributos comparativos com aqueles sem deficiência. Esse conjunto de atributos, constituído socialmente a partir de padrões binários centrados em capacidade/deficiência ou normalidade/anormalidade, por exemplo, desencadeia movimentos amplos de linguagem e de interação social muitas vezes relacionados a estigmas (GOFFMAN, 1975). Contemporaneamente, esse tipo de concepção pode ser considerada a partir da lógica do *capacitismo*.

Marcas físicas, ausências de membros, formações diferenciadas de partes do corpo, a paralisia de movimentos, entre várias outras, estariam relacionadas, *a priori*, em muitos ambientes e grupos sociais, à incapacidade do indivíduo de realizar determinadas atividades. Se esses corpos não estão aptos a desempenhar, como os demais, as funções supostamente humanas, eles seriam considerados inferiores, me-

nores, piores, incapazes, dependentes, inválidos. De acordo com essa concepção, seriam, portanto, menos humanos porque o estigma estaria neles vinculado à performance esperada, não só de um ponto de vista científico, mas também de parâmetros sociais que vêm sendo constantemente questionados e ressignificados. Parece-nos que tais *marcas* da deficiência teriam ganhado contornos diferenciados ao serem transferidas, nas imagens da *Vogue*, para os corpos de pessoas sem deficiência.

A campanha *#somostodosparalímpico*s chegou a ganhar destaque na página *Twitter Moments*[8], seção da plataforma que mostra sequências de mensagens e histórias organizadas a partir das postagens mais populares do próprio *Twitter*. Segundo o site da empresa, a guia *Moments* "é personalizada para mostrar os assuntos atuais que são populares ou relevantes, para que você possa descobrir o que está acontecendo no *Twitter* em um instante" (TWITTER, 2016). E pelo menos por alguns instantes a temática sobre corpos cibernéticos e paralímpicos esteve entre aquelas que despertaram a reação dos usuários do *Twitter*. Nosso interesse não está centrado no volume de postagens. Está, sim, focado em como essas postagens podem ser articuladas por meio de reflexões que nos parecem importantes para esta pesquisa tais como representatividade, ressignificações e repercussões sobre corpos e deficiência.

A maioria das manifestações no *Twitter* após o lançamento da campanha traz o estranhamento dos usuários da rede social em relação às escolhas em nome da divulgação das Paralimpíadas. Os argumentos de desaprovação usam termos como "mutilação digital", "ofensa [às pessoas com deficiência]", "bola fora", "close errado", dentre outros, e pontuam a falta de bom senso dos idealizadores da campanha. Usuários questionam os motivos que teriam levado os idealizadores a substituir a imagem dos paratletas pelos atores, ainda que, para muitos, a intenção fosse, claramente, gerar mais visibilidade conforme exemplos a seguir:

8. Disponível em: *https://twitter.com/i/moments/768512900776558592*. Acesso em 1 nov, 2016.

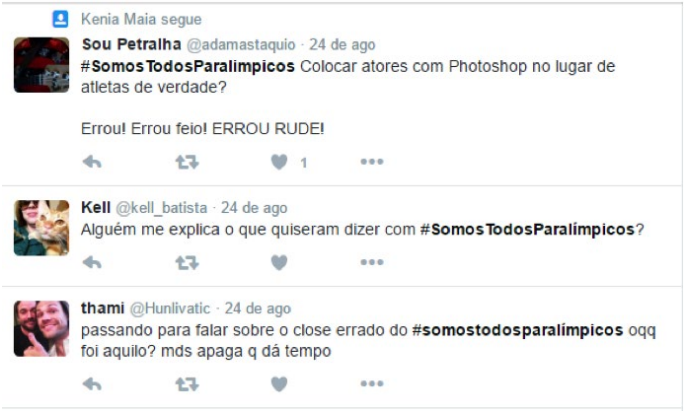


Figura 3 - Tweets de usuários contrários à campanha. Fonte: Reprodução *Twitter*

Os atravessamentos entre corpos e deficiência e visibilidade e invisibilidade surgem em outros *tweets*, como na sequência a seguir:

Figura 4 - Tweets de usuários contrários à campanha. Fonte: Reprodução *Twitter*

Horas após o lançamento da campanha, a reação negativa nas redes sociais levou a revista *Vogue* a atualizar seu site para incluir uma declaração de seu diretor de arte, Clayton Carneiro, em que creditava a concepção da campanha a Cleo Pires. Ao deslocar a autoria da campanha para a atriz, a revista dá um passo institucional que tenta isentá-la de possíveis questionamentos sobre a representação das pessoas com deficiência. A concepção é individual e personificada: "A gente sabia que seria um soco no estômago, mas estávamos lá por uma boa causa, afinal, quase ninguém comprou ingressos para ver os Jogos Paralímpicos", declarou o diretor.

Nessa atualização, a *Vogue* incluiu na página uma foto em que os atores posam junto aos paratletas. Os quatro corpos, que se fundiram em dois nas imagens da campanha, surgem aqui em movimentos de proximidade e de distanciamento. Estão unidos em ideias e nos bastidores em prol das Paralimpíadas. Distantes, porém, nas imagens oficiais da campanha nas quais a junção dos corpos humanos, cibernéticos e com deficiência conduziram a representação das pessoas com deficiência para abordagens controversas. Na imagem a seguir, os atores usam roupas curtas que deixam à mostra parte de seus corpos. Já os corpos dos atletas não estão em evidência; eles estão vestidos com a camiseta da campanha oficial realizada pelo Comitê Paralímpico Brasileiro #carreguenopeito. Renato Leite, que encarnou o homem sedutor (Imagem 1), incorpora agora o "homem comum", em comparação com o visual apresentado por Vilhena, que expõe o corpo fisicamente atraente de acordo com os padrões da revista.

Figura 5: Cleo Pires e Paulo Vilhena com os paratletas Bruna Alexandre e Renato Leite nos bastidores da campanha. Fonte: Reprodução Vogue Brasil

Em sua conta no *Instagram*[9], a paratleta Bruna Alexandre postou a mesma foto e saiu em defesa da campanha, argumentando que estava muito orgulhosa por fazer parte da ação, além de se sentir representada pela atriz Cleo Pires. Renato Leite também republicou a foto em sua conta pessoal[10] e convocou os seguidores a comprarem ingressos para os Jogos. A justificativa da revista e as manifestações favoráveis dos atletas abriram espaço para novas críticas, que questionavam tanto o fato de a *Vogue* colocar a responsabilidade pela campanha exclusivamente na atriz Cleo Pires, quanto os motivos de os atletas não terem sido protagonistas, já que estavam lá na hora das fotos.

Uma questão que permeia essas reverberações está centrada na representatividade dos corpos dos atletas com deficiência. Para além de serem capazes de competir estão aptos a protagonizar campanhas e

9. Disponível em <*https://www.instagram.com/p/BJgyEKyj9Ab/*>. Acesso em 2 nov. 2016.

10. Disponível em <*https://www.instagram.com/p/BJfwocjAr3N/?taken-by=renatoleite10*>. Acesso em 2 nov. 2016.

atrair a atenção do público a ponto de ampliar a venda de ingressos? Os comentários sugerindo que a revista escolhesse pessoas com deficiência no lugar dos atores traziam indicações de indivíduos famosos ou anônimos que poderiam ter participado da campanha, como a modelo mineira Paola Antonini[11], que teve a perna amputada após um acidente de carro em dezembro de 2014, em Belo Horizonte[12].

Figura 6 - Fonte: Reprodução *Twitter*.

Ao corpo com deficiência, muitas vezes, são vinculados objetos e artefatos impulsionados pela tecnologia para promover uma performance considerada melhor ou mais satisfatória do ponto de vista do desempenho de determinadas funções e habilidades. Órteses, próteses e produtos de tecnologia assistiva estariam no campo dos equipamentos que viabilizariam independência funcional nas chamadas ativida-

11. *https://www.instagram.com/paola_antonini/*. Acesso em 1 nov. 2016.

12. *http://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2014/12/29/interna_gerais,603237/jovem-atingida-por-carro-na-raja-gabaglia-tem-perna-amputada.shtml*. Acesso em 1 nov. 2016.

des da vida diária. Dois aspectos importantes nos interessam mais de perto e estão interconectados à tecnologia. O primeiro deles diz respeito à concepção cada vez mais moderna e mais adaptada ao corpo humano em uma articulação entre homem e máquina que, se não se faz imperceptível, desloca a ideia de separação brusca entre o corpo e o equipamento. Ambos parecem unidos, sem delimitações marcadas para o olhar leigo e com design sofisticado que, algumas vezes, desperta não só a atenção da sociedade, mas certo desejo. O segundo aspecto é que o corpo com deficiência, desnudo, mas equipado, teria sido aprimorado pela tecnologia. Garantiria uma condição especial à pessoa que pode ter sido discriminada por esse próprio corpo e que tem a possibilidade de colocá-lo em evidência de modos outros.

Se, por um lado, a tecnologia propicia a visibilidade do corpo com deficiência, apresenta-nos também pistas para refletir sobre a relação entre essa visibilidade e o preconceito. Associamos nosso pensamento ao de Campbell (2009), para quem a tecnologia media as condições de preconceito, remediando os caminhos por meio dos quais um corpo é reconhecido como capaz física e mentalmente. As pessoas com deficiência seriam as que mais tiveram uma ligação intrínseca com os artefatos tecnológicos nos últimos anos.

Se tecnologia e corpo estão tão próximos, no caso das pessoas com deficiência, não estaríamos diante de subjetividades tensionadas exatamente pelo atravessamento destas relações? E esses atravessamentos nos diriam de um olhar que concebe o corpo da pessoa com deficiência como aquele que precisa, necessariamente, da tecnologia, para se tornar semelhante, aceitável e reconhecido socialmente.

A questão da visibilidade alcançada pelos atores, em contraste com a invisibilidade das deficiências dos atletas, está presente nas manifestações de quem não apoiou a ação, mas também naquelas postagens que se manifestaram favoráveis. No segundo caso, justificou-se que o fato de terem usado atores era justamente o que estava causando repercussão e, por isso, a campanha teria sido um sucesso. Segundo esses argumentos, a presença de paratletas ou pessoas com deficiência não teria garantido a atenção necessária para que a campanha atingisse seu objetivo principal, que era aumentar a venda de ingressos para os Jogos Paralímpicos.

Figura 7 - Fonte: Reprodução *Twitter*

Celebridades e jornalistas como o escritor Marcelo Rubens Paiva, que é cadeirante, manifestaram-se a favor da campanha, destacando a visibilidade alcançada. Para Paiva, a campanha foi uma provocação[13] que surtiu o efeito prometido, aumentando a venda de ingressos para os Jogos Paralímpicos:

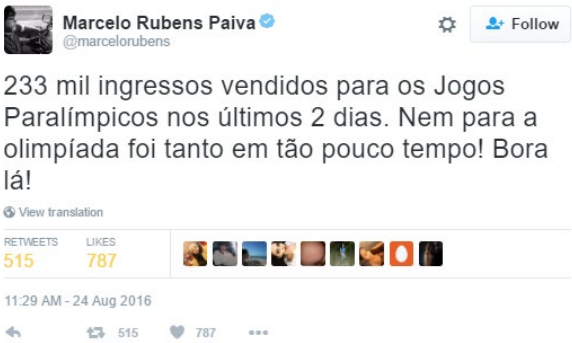


Figura 8 - Fonte: Reprodução *Twitter*

13. "Campanha da Vogue causa polêmica". Disponível em <*http://cultura.estadao.com.br/blogs/marcelo-rubens-paiva/campanha-da-vogue-causa-polemica/*>. Acesso em 2 nov. 2016.

Já o repórter esportivo Eric Faria repercutiu em sua conta no *Twitter* uma publicação da paratleta Natália Mayara em defesa da campanha. O mote do apoio vinha acompanhado de críticas a quem "quer polemizar tudo", já que a ação estava dando resultados.

Figura 9 - Fonte: Reprodução *Twitter*

Em sua conta no *Instagram*, a atriz Cleo Pires publicou um vídeo[14] em que explicava que seu papel como embaixadora era, justamente, gerar visibilidade. Em entrevista[15] ao site F5, da *Folha de S. Paulo*, ela afirmou que se sentia honrada por participar da campanha, confirmou que foi uma das idealizadoras, juntamente com o ator Paulo Vilhena, e que não voltaria atrás da decisão, além de chamar de preconceituosas as pessoas que a criticaram.

14. Vídeo disponível em: <*https://www.instagram.com/p/BJf9TjRD1Oy/?taken-by=cleopires_oficial&hl=pt-br*>. Acesso em 2 nov. 2016.

15. "'Preconceituosos são eles' responde Cleo Pires a críticos da campanha em que interpreta paratleta". Disponível em <*http://f5.folha.uol.com.br/celebridades/2016/08/preconceituosos-sao-eles-responde-cleo-pires-a-criticos-da-campanha-em-que-interpreta-paratleta.shtml*>. Acesso em 2 nov. 2016.

5. Considerações finais

Entre os achados da nossa pesquisa estão pistas que revelam subjetividades diversas mediadas pela tecnologia em ações variadas. Consideramos que as reverberações nas redes sociais online ganham dimensão que merece um olhar diferenciado na medida em que a distribuição e a conexão com fatores sociais múltiplos nos apontam para discussões dispersas, sem vínculo entre si, mas que estão ancoradas em postagens iniciais de uma campanha desencadeada por uma revista considerada referência em seu segmento. Pelas páginas e redes sociais da revista circulam, em geral, corpos considerados perfeitos de acordo com padrões estéticos do mundo da moda. Se a tecnologia, como componente fundamental das redes sociais online, é determinante para as dinâmicas que ali se estabelecem, é também presente no objeto em discussão. Ela está em sua essência, no interior dos corpos, no rompimento da fronteira entre os humanos e as máquinas.

A visibilidade para pessoas com deficiência nesses espaços é praticamente nula e se dá, no caso em análise, em um contexto de megaevento. Importante não desprezarmos, no entanto, que se trata de um megaevento que não está situado entre os de primeira grandeza. Ele ocupa um lugar secundário, após o evento principal. Carece de um impulso, de algo ou alguém que desperte a atenção do público para a sua importância e que seja capaz de impulsionar a venda de ingressos.

Se as Paralimpíadas não podem ser consideradas invisíveis se comparadas às Olimpíadas, impõem-nos um certo desconforto ao percebermos um apagamento das notícias a elas relacionadas tendo em vista a sua tímida midiatização, tanto nos grandes veículos de imprensa quanto nas redes sociais online. Os atletas paralímpicos, muitos invisíveis para o grande o público, precisariam, na ótica da campanha *#somostodosparalímpicos*, ser associados a atores famosos, dotados, eles próprios, de corpos reconhecidamente desejáveis de acordo com os padrões estéticos da revista.

Outro aspecto relevante para a discussão proposta é o fato de a campanha analisada ter sido considerada um sucesso devido ao incentivo gerado para a compra de ingressos dos Jogos Paralímpicos, mas não necessariamente pela mobilização pela visibilidade das pessoas com

deficiência. Se a campanha desencadeou textos sobre a questão da inclusão foi justamente pela sua ausência já que a revista *Vogue* não apresentou em qualquer um de seus canais de comunicação a descrição da foto ou outras ferramentas de leitura acessível para cegos, por exemplo. O fato suscitou comentários de usuários[16], mas não obteve grande repercussão nas redes, o que indica um esvaziamento da questão da acessibilidade em meio à polêmica.

Os corpos com deficiência, que não provocam a atenção e o desejo, mesmo associados aos artefatos tecnológicos, passam por um processo de metamorfose que os concebe a partir de uma junção entre deficiência, corpos supostamente belos e a tecnologia. Os atletas paralímpicos saem de cena, tornam-se ou permanecem invisíveis. Para além de emprestar suas próteses, cedem a sua deficiência para os atores. Esse movimento paradoxal entre a visibilidade da temática deficiência e Paralimpíadas e a invisibilidade da própria deficiência e dos atletas paralímpicos está, a nosso ver, sendo constituído de modo perverso mas não ingênuo nas dinâmicas que se estabelecem nas redes.

Ao participar das polêmicas, os usuários das redes exercem um papel importante na reverberação dessas ações controversas estimuladas pela mídia e discutidas por pessoas comuns. A fala deles diz de um participar, estar presente, fazer-se importante nos debates cuja temática envolve a própria rede estabelecida entre indivíduos, corpos, deficiência e tecnologia, com imbricamentos nem sempre compreendidos e trilhas ainda a serem percorridas nas relações que se estabelecem entre humanos e máquinas. E nesta inter-relação há um limbo no qual a deficiência tenta se firmar como lugar de representação e de debate.

6. Referências

ANDRADE, Graziela Corrêa de. Nós em rede: informação, corpo e tecnologias. 2008. 210f. Dissertação (Mestrado em Ciência da

16. Texto de Ana Clara Schneider, publicitária que escreve sobre temas como acessibilidade e inclusão, disponível em: <*https://medium.com/@anaclaraschneider/o-que-eu-achei-da-campanha-da-vogue-6af0559ed06a#.u8fy1rmaj*>. Acesso em 27 out. 2016.

Informação) - Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

CAMPBELL, Fiona Kumari. *Contours of ableism*> the production of disability and abledness. Great Britain: Palgrave Macmillan, 2009. Disponível em: <*https://www.academia.edu/18172536/Contours_of_Ableism_The_Production_of_Disability_and_Abledness_2009* >. Acesso em 23 fev. 2017.

GOFFMAN, E. *Estigma:* notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

HARAWAY, Donna. Manifesto Ciborgue: Ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. IN: HARAWAY, D.; KUNZRU, H.; TADEU, T. Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.

HILGEMBERG, Tatiane. Os Atletas Paralímpicos através das lentes do impresso e da web nos Jogos de 2012. In: *Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em: <*http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0606-1.pdf*>. Acesso em 29 out. 2016.

KELL, P., KELL, M.; PRICE, N. Two games and one movement? The Paralympics and the Olympic movement, in Kell, P, Vialle, W, Konza, D and Vogl, G (eds), *Learning and the learner: exploring learning for new times*, University of Wollongong, 2008. Disponível em: <*http://ro.uow.edu.au/edupapers/37*>. Acesso em 27 out. 2016.

MENDONÇA, Carlos M. Experiência e Significação In: LEAL, B.S.; MENDONÇA, C.M. GUIMARÃES, C. Entre o sensível e o comunicacional. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010. p-179-188.

NOVAIS, Rui Alexandre; FIGUEIREDO, Tatiane Hilgemberg. A visão bipolar do pódio: olímpicos versus paraolímpicos na mídia on-line do Brasil e de Portugal. Comunicação e Esporte. LOGOS 33Vol.17, Nº02, 2º semestre 2010.

PESSOA, S.C. Estética da diferença: contribuições ao estudo da deficiência e das redes sociais digitais como dispositivos de *mise en scéne*. Disponível em *http://150.164.100.248/poslin/defesas/1634D.pdf*. 2015. 330 p. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Letras, Belo Horizonte.

ROUANET, Sérgio Paulo. O homem-máquina hoje. In: NOVAES, Adauto (Org.). *O homem máquina*: a ciência manipula o corpo. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

SANTAELLA, L. "Cultura tecnológica & o corpo biocibernético". Interlab: Labirintos do Pensamento Contemporâneo, Lucia Leão (org.). São Paulo: Fapesp-Iluminuras, 2002, pp. 197-206.

SANTAELLA, L. Pós-humano por quê? REVISTA USP, São Paulo, n. 74, p. 126-137, junho/agosto 2007.

TWITTER, *Central de ajuda*. Sobre o moments, 2016. Disponível em <*https://support.twitter.com/articles/20174557?lang=pt*>. Acesso em 1 nov. 2016.

A MULHER NA COBERTURA DA ESPNW:

POSICIONAMENTO EDITORIAL E REVERBERAÇÃO EM REDES SOCIAIS

MARCELO FREIRE
DEBORA CRISTINA LOPEZ
LUANA VIANA
MATHEUS MARITAN

Assumimos como objeto neste capítulo a cobertura da ESPNW durante os Jogos Olímpicos do Rio. Partimos da proposta editorial do canal online, que se declara como um espaço para jornalismo não sexista, que represente a mulher como fonte e protagonista dos acontecimentos jornalísticos. Seu posicionamento como marca dentro do grupo ESPN deveria reverberar, segundo nosso pressuposto, no conteúdo jornalístico da página e em suas representações nas redes sociais na internet. Consideramos que este posicionamento é parte da estratégia central de engajamento e identificação do canal com sua audiência, o que poderia potencializar ou minimizar a propagabilidade das postagens. Assim, um dos pontos centrais do estudo é analisar qualitativamente as postagens do canal em redes sociais que apresentem maior engajamento, cruzando suas estratégias de construção jornalística com a proposta de posicionamento de marca que o projeto apresenta.

A pesquisa é construída em duas etapas: a primeira quantitativa em que serão observadas as postagens, menções e *replies* do perfil @

espnWBrasil no *Twitter* coletados com o *TAGS* entre os dias 03 e 23 de agosto e as estatísticas da página EspnW Brasil no *Facebook* coletadas com o *Netvizz*[1] no mesmo período. Analisamos também o site da ESPNW utilizando as ferramentas *GoogleNews Scrapper*[2] (do *Digital Methods Initiative*) para raspagem do conteúdo[3] durante o mesmo período e *Word Tagul Clouds*[4] para visualização, de modo a identificar os principais termos utilizados nas reportagens. A partir da análise destes *datasets* identificamos as publicações com maior grau de engajamento para observar como são representadas as mulheres, qual é o enquadramento e que sujeitos apresentados – fontes e comunicadores. Nossa ideia é confrontar o dado qualitativo da segunda etapa com a proposta de uma cobertura centrada nas atletas femininas com um olhar também de repórteres mulheres.

Redes Sociais na Internet

Mesmo sendo praticamente ubíquos no ambiente digital os sites de redes sociais como *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Snapchat* etc são mais do que formas de comunicação interpessoal e consumo de informações. Eles mantêm rastros que oferecem um manancial de dados sobre as relações sociais e que não poderiam ser recuperados de forma tão completa no ambiente offline. Sua definição no campo acadêmico vem sendo trabalhada por diferentes autores com termos às vezes muito próximos como mídia social, redes sociais digitais, plataformas sociais entre outros. Van Dijck (2013) vincula esse tipo de aplicação à fundação ideológica e tecnológica da web 2.0, permitindo a criação e circulação de conteúdos criados pelos usuários.

---

1. Ferramenta de raspagem de dados do *Facebook*, de acesso gratuito, disponível em *http://www.facebook.com/Netvizz*. Acesso em 03 ago 2016.

2. Ferramenta de raspagem de dados de sites desenvolvida pelo *Digital Methods Initiative*, disponível em: *http://wiki.digitalmethods.net/tools*. Acesso em 03 ago 2016.

3. O *dataset* gerado durante o período de 3 a 23 de agosto de 2016 contém 16 linhas – cada uma delas representando uma publicação jornalística do site.

4. Ferramenta de organização e visualização de termos, disponível em: *http://www.tagul.com*. Acesso em 03 ago. 2016.

Neste capítulo interessa-nos apenas um tipo de aplicação específico: os sites de redes sociais que se baseiam na relação entre indivíduos e grupos com laços fracos e em diversos aspectos da vida como profissional, geográfico, pessoal, familiar etc. (VAN DIJCK, 2013). Recuero et al (2015) destacam que as redes sociais na internet são uma "tradução" das relações dos indivíduos nos espaços off-line. "No espaço on-line, essas redes sociais são demarcadas não somente pelos rastros deixados pelos atores sociais e pelas suas produções, mas também pelas suas representações" (RECUERO et al, 2015, p.23).

Boyd (2010) atrela as características do espaço com as do público em rede. Ela marca quatro atributos a eles: permanência, a inscrição das interações no ciberespaço; buscabilidade, possibilidade recuperação automática dos rastros; replicabilidade, potencialidade de reprodução; e escalabilidade, potencial de multiplicação dos registros. Para ela, esse é um público reconfigurado pelas tecnologias em rede. "*As such, they are simultaneously (1) the space constructed through networked technologies and (2) the imagined collective that emerges as a result of the intersection of people, technology, and practice*" (BOYD, 2010, p.39). Estes rastros também se encontram na participação destes públicos nos meios de comunicação. Sua demarcação editorial é uma variável importante para a construção destes vínculos e das suas dinâmicas de interação.

O posicionamento editorial da ESPNW

Criado em 8 de março de 2016, no dia Internacional da Mulher, o portal ESPNW é focado no público feminino e fala diretamente às mulheres que praticam, assistem e são apaixonadas por esportes. O seu lançamento oficial foi marcado pela reprodução de um *teaser* nomeado "*Invisible Players*[5]" produzido pelo canal ESPN. O vídeo apresenta pessoas apaixonadas por esportes testando seus conhecimentos sobre diversos atletas, no entanto, ninguém acerta as respostas por não optarem pelas mulheres como protagonistas das modalidades apresen-

5. O *teaser* que promove a nova plataforma conta com mais de 1.250.000 visualizações no *YouTube*. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=XoZrZ7qPqio Acesso em 10 fev. 2017.

tadas. Termina com a mensagem: "você pode até saber sobre esporte, mas se não acertou as respostas precisa aprender mais sobre o poder da mulher". A plataforma reúne em sua equipe profissionais das mais diversificadas áreas relacionadas ao esporte: jornalistas, fotógrafas, atletas, ex-atletas, nutricionistas, médicas, fisioterapeutas, entre outras.

O site surge para reconfigurar a representação midiática que gira em torno das atletas e sua editoria preza por "fomentar o esporte feminino brasileiro, além do interesse das mulheres pelo esporte, reunindo matérias, artigos e conteúdo multimídia sobre o universo esportivo de maneira geral, não se restringindo somente às competições e atletas de alto rendimento[6]". Segundo o próprio site, o posicionamento ocupado pela marca busca valorizar uma composição de conteúdo jornalístico feito por mulheres para mulheres, destacando a participação e as conquistas femininas no esporte e o universo por traz desse comprometimento. Os assuntos explorados partem de pontos de vista sem a tradicional exploração da supervalorização do corpo feminino como objeto sexual e sem desdobramentos sexistas.

A produção editorial do portal perpassa por um caráter ideológico, "vinculada à escolha, ao tratamento e à disseminação de textos/ideias" (GRUSZYNSKI et al., 2014, p. 460). Observamos, dessa forma, que seu processo de design se constitui a partir do perfil de público feminino para o qual a produção se dirige e que as publicações explicitam sua proposta. Gruszynski (2011, p. 2) defende que "no caso do design de uma publicação, a definição do projeto gráfico tem como base o projeto editorial, que explicita as diretrizes de um periódico, evidenciando os princípios de produção do material jornalístico". Mesmo relativizando que a afirmação da autora se refere à publicação impressa, compreendemos que essa lógica de construção de editorias também se aplica aos produtos digitais.

Em relação ao ESPNW, essa identificação transparece nas produções segmentadas que são divididas em cinco seções: Notícias, *Lifestyle*, *Blogs*, Especiais e Agenda. Os conteúdos disponíveis nesses setores podem ser compartilhados individualmente via *Twitter*, *Facebook*, *Pinterest* e

6. Disponível em: *http://espnw.espn.uol.com.br/espn-lanca-novo-portal-com-foco-no-publico-feminino/* Acesso em 10 fev. 2017.

Google+. Todos os conteúdos possuem etiquetagem, palavras-chave em *tags* relacionadas ao tema, o que facilita a circulação desta produção por buscadores e amplia o contexto para os usuários quando têm seu primeiro contato com a produção. As seções podem ser acessadas por *hiperlinks*, assim como cada conteúdo disponibilizado por elas.

A linha editorial encontra potenciais de ampliação de seu papel a partir da inserção em redes sociais e da espalhabilidade, característica da cultura da conexão, sendo realizada de maneira participativa com base em usuários engajados. Com o olhar direcionado para a propagabilidade, definida pelo potencial que leva as pessoas a compartilharem determinado conteúdo midiático por vontade própria (JENKINS et al., 2014, p.25-26), o canal possui também página nas redes sociais *Facebook*[7] e *Twitter*[8].

O ESPNW possui 13.849 curtidas[9] em seu *Facebook* e, nesta rede, se apresenta como "a voz para mulheres que amam esportes". Já no *Twitter* possui 2.735 seguidores[10], denotando-se como "o portal da mulher que faz tudo pelo esporte". A variedade de redes sociais utilizadas proporciona maior circulação de conteúdo no ambiente digital e na consequente ampliação da audiência para além do site.

A mulher olímpica na ESPNW: um olhar comparativo

Durante os Jogos Olímpicos do Rio, a ESPNW publicou em seu site 16 produções, predominantemente textuais e acompanhadas de imagens na chamada e no conteúdo interno. Estes textos estão alinhados parcialmente com a proposta editorial do site, de representar e apresentar o esporte feminino tendo na mulher a protagonista dos acontecimentos. Ao analisarmos os termos predominantes nestas reportagens destacam-se os relacionados ao esporte de maneira geral e à atuação da mulher nele como, por exemplo, "Brasil", "Rio", "Ela", "Olímpico", "Atleta", "Mulher", "Futebol", "Jogo" entre outros (Figura 01).

---

7. Disponível em: https://www.facebook.com/espnwbrasil/ Acesso: 10 fev. 2017.

8. Disponível em: https://twitter.com/espnWBrasil/ Acesso: 10 fev. 2017.

9. Acesso: 10 fev. 2017.

10. Acesso: 10 fev. 2017.

Figura 1: Nuvem de termos.
Fonte: autoria própria, gerado através do software Word Tagul Clouds.

Embora não predominante, destacamos a presença da representação da mulher como um sujeito frágil ou dependente, com exposição de sua vida privada ou relativização de seu posicionamento por "questões do universo feminino", encaminhando o enquadramento para o olhar sexista que o perfil editorial anunciado pelo grupo se propõe a negar. É o caso de "grávida" (11 incidências, sendo a principal delas sobre o anúncio de gravidez de uma atleta). Importante lembrar que o olhar dado aos termos foi contextualizado, o que foi fundamental para compreender o uso de "menina" (38 incidências), compreendido como informativo em casos como as matérias sobre o crescimento da participação de atletas mais jovens nas próximas edições do megaevento e o uso considerado pejorativo da expressão "as meninas do Brasil" para identificar as atletas de esportes coletivos. Em um olhar cruzado com o tratamento dado às seleções masculinas, o uso dessa expressão aparece somente em casos de esportistas sub-20 ou sub-17, o que remonta a

uma reiteração da fragilidade e fraqueza da equipe feminina citada – no caso, a adulta. Destacamos, no entanto, a presença constante do termo "Mulher" (56 incidências) na amostra, o que reforça, mesmo com o uso de "menina" em algumas produções, a busca pela representação similar ao homem na cobertura esportiva.

Identificamos no texto um esforço para cumprir a proposta editorial, com foco nos esportes e apresentando situações da vida particular como secundárias. Um caso a ser destacado é o tratamento dado às campeãs olímpicas brasileiras de vela, Martina Grael e Kahena Kunze, apresentadas como atletas em si e não como filhas de ex-atletas, como observado em outras produções do grupo.

O posicionamento editorial construído pela ESPNW nas redes sociais não segue, necessariamente, o predominante do site – e, consequentemente, vai contra a proposta do meio. No *Facebook* foram 120 postagens durante o período, sendo 18 delas no dia 12 de agosto, influenciadas pela primeira fase dos esportes coletivos, especialmente handebol, vôlei de praia e futebol – modalidades de intensa atuação das atletas brasileiras (Figura 02). Observamos que o ritmo de postagens diminui com o avanço do megaevento e encerramento das modalidades coletivas.

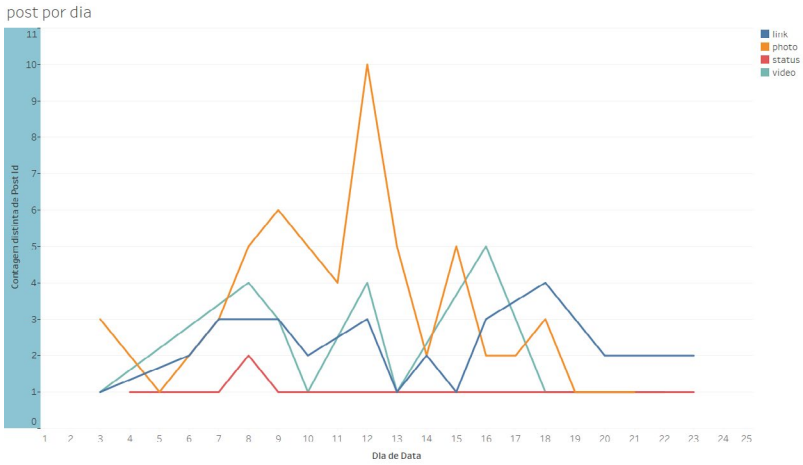


Figura 2: postagens por dia. Fonte: autoria própria, gerado através do software Tableau

Interessante observar que embora as postagens apresentem uma predominância de base imagética, a preferência da audiência da ESPNW no *Facebook* é pelo vídeo. Somente uma entre as dez mais curtidas não é um vídeo (a postagem de imagem "Ah, o esporte Diferentes culturas e o mesmo objetivo. #Rio2016NaESPN #espnW") – mesmo cenário das mais comentadas, com a mesma imagem. Trata-se da imagem de duas atletas, uma com *hijab* adaptado para a prática de vôlei de praia e outra com o uniforme de duas peças, seguindo o padrão adotado pelas atletas não islâmicas. Entre as postagens mais compartilhadas encontramos seis vídeos, duas imagens e dois *links*. Já ao analisarmos a somatória do engajamento, temos novamente nove *posts* de vídeos e um de imagem, a mesma citada acima. Embora seja uma das produções com maior engajamento no *Facebook* da ESPNW, destacamos a presença intensa de comentários sexistas, pejorativos, preconceituosos ou agressivos em relação à atleta e sua religião. Muitos deles também com tom reprobatório direcionado ao site por apresentar a imagem como representação de culturas. O tema que este *post* permeia pode ser um dos motivos para seu alto índice de espalhabilidade. Ainda que consideremos esta variável importante de ser observada, destacamos que não fala diretamente aos propósitos deste capítulo e por isso não foi mais desenvolvida.

O perfil destes *posts*, quando analisados qualitativamente revela um cenário interessante e uma distorção em relação à proposta assumida pelo site em seu contrato de comunicação. O protagonismo masculino entra em cena na maioria das produções. O *post* que gerou maior engajamento é um *gif* com imagens de comemoração da torcida do futebol feminino. No entanto, a torcida não conta com nenhuma mulher ou informação sobre elas, mas cinco homens com camisas que juntas formam o nome da jogadora brasileira Marta. A reverberação e o destaque dado a esta produção, que teve 17.768 curtidas e 968 compartilhamentos destaca o papel do homem como torcedor de futebol – lugar de embate para as mulheres brasileiras, cotidianamente desqualificadas quando se trata de torcer e compreender o esporte.

Ainda entre as postagens que tiveram maior engajamento há dois resumos diários, de 07 e 11 de agosto, com 5.147 e 3.760 curtidas e 778 e 246 compartilhamentos respectivamente. Em ambos, a lógica de

produção do conteúdo se contrapõe à proposta editorial da ESPNW, com a apresentação de um *voice-over*[11] masculino. As produções em vídeo postadas na rede social pela ESPNW têm baixa aderência editorial com sua proposta. Acreditamos que isso se deva à adoção de uma produção colaborativa com outros veículos do grupo, refletindo-se em uma dependência de conteúdo da ESPN – o que está marcado na produção pela assinatura, que não remete à ESPNW, mas ao grupo. Com isso, a presença da figura masculina e o descolamento do olhar construído a partir da mulher proposto pelo canal afastam editorialmente o conteúdo postado no *Facebook* daquele apresentado no site. Durante as peças de resumo, a identificação das atletas como "meninas" e "garotas" é predominante, voltando a remeter à fragilidade. Mesmo enquadramento observa-se na chamada do resumo do dia 11 de agosto: "**Lágrimas**, conquistas e **tropeços**: olha só um resumo de como as mulheres brasileiras estão nos jogos do Rio de Janeiro. #Rio2016NaESPN #espnW" [grifo nosso]. Embora no vídeo haja um número mínimo de informações sobre derrotas das brasileiras, as lágrimas aparecem em primeiro plano, remetendo novamente a essa fragilidade e descontrole que marca a estereotipação da mulher no seu cotidiano.

A quarta produção de maior engajamento, com 320 compartilhamentos e 2.794 curtidas, é uma transmissão ao vivo realizada por um repórter que faz a apresentação da área externa do estádio Maracanã no jogo Brasil x Suécia em 16 de agosto. A única fonte apresentada no vídeo é um torcedor conhecido por sua participação nos jogos da Copa do Mundo de Futebol Masculino, que além de ser retratado como celebridade instantânea analisa a atuação da seleção. Nenhuma informação sobre a seleção ou a partida é fornecida e a voz não é dada a nenhuma mulher durante a produção.

A postagem "É OURO! #espnW **Filhas de peixe, peixinhos são**! Martine Grael e Kahena Kunze dão show e são ouro na Vela" [grifos nossos] está entre as postagens com mais marcas de machismo naturalizado e menor aderência à proposta da ESPNW. Com produção de um jornalista da ESPN, a chamada do *post* já atribui protagonismo na

11. *Voice-over* "pode ser entendido como uma sobreposição de voz à imagem mostrada" (OLIVEIRA, 2013, p. 54) em uma produção audiovisual.

vitória das atletas brasileiras à sua herança genética e aos seus pais. Depois de um início em que apresenta o funcionamento da regata por quase um minuto, o jornalista, logo após dizer que Martine e Kahena conquistaram ouro na vela, destaca o desempenho histórico de seus pais. Com um olhar oposto ao encontrado nas produções do site, a família e os pais das velejadoras recebem tanto destaque quanto elas, principalmente nos primeiros dois terços do vídeo. Logo depois de relembrar todas as conquistas dos pais de ambas, o comunicador diz: "[...] então as duas têm muito a ver... a família das duas tem muito a ver com vela. Elas vem aí já pegando isso da família, dos pais, e deram um show aqui hoje". Com isso, transfere o valor da conquista e o peso do trabalho delas para seus pais. São sete segundos falando sobre elas e 24 segundos sobre os pais. Na sequência, quando fala da comemoração e do pódio, aparece o destaque para o fato de terem se emocionado, apelando mais uma vez para a fragilidade e emocionalidade femininas. Depois, retoma a questão familiar lembrando que Martine disse em entrevista que a família tem agora oito medalhas e, novamente, destaca que seu pai é Torben Grael, cinco vezes medalhista, e o tio é Lars Grael, duas vezes medalhista. Neste ponto, as medalhas são atribuidoras de valor e Martine "complementa" as conquistas familiares, minimizando seu papel. Sobre Kahena, embora não haja referência à entrevista que ela concedeu, novamente aparece uma remissão ao pai, indicando que ela faz o que o pai não conseguiu e agora, como diz o repórter, "dá um *up* na família Kunze". Desta forma, a conquista de Kahena não traz em si o valor atribuído às medalhas da família Grael.

Ao falar do ineditismo da medalha das velejadoras, o repórter da ESPN destaca que se trata de um dia histórico. Mas o que é na primeira menção um dia histórico para o Brasil se converte em um dia histórico para as mulheres e o argumento é construído a partir da comparação com o masculino "que já tem sim medalhas". Ao dizer isso, a expressão do jornalista no vídeo se altera, como se a reiteração das conquistas masculinas fosse óbvia, porém necessária. Destacamos a conquista feminina, novamente em uma mirada em perspectiva, comparando com a cobertura do esporte masculino. Conquistas de medalhas em esportes masculinos são apresentadas como conquistas do país, não dos homens. As do esporte feminino são, antes de mais nada, conquistas das

mulheres e menos do país. Esta relação com a conquista individual remete a outra angulação comum às coberturas sobre o feminino: a superação. Assim, as conquistas são mais individuais por serem histórias de superação e por serem, pelo seu caráter feminino, inesperadas.

A expectativa da emoção à flor da pele retorna quando o comunicador se refere às atletas espanholas que ficaram em quarto lugar. Segundo o vídeo, as atletas saíram "tristes, mas não no clima de 'o mundo acabou'", passando pela zona mista uma delas chorando e outra com "sorriso mais frio". Este tipo de representação estereotipada, que aponta para o descontrole ou a fragilização, é frequente nas produções realizadas por homens nas postagens analisadas e que integram as redes da ESPNW. Essa característica amplia o descolamento entre *Facebook* e site – seja em sua produção efetiva, seja em sua proposta editorial.

A postagem sobre a derrota do Brasil para Suécia nas semifinais do futebol feminino é encabeçada por Gabriela Moreira, que entrevista Igor Resende, repórter que acompanhou a partida em 16 de agosto. A produção traz um enquadramento alinhado com a proposta da ESPNW de atribuir protagonismo à mulher como cobertura com a jornalista colocada em pé de igualdade na discussão com o jornalista e com a partida de futebol sendo analisada em termos táticos e técnicos, sem subjetivações ou preconceito. Além disso, há uma análise contextual interessante que pretende discutir o cenário do futebol feminino e os desafios que pesam sobre as atletas quando entram em campo. Essa discussão é chamada pelo jornalista, que questiona a instabilidade de permanência e renovação da seleção brasileira feminina de futebol.

A penúltima postagem entre as dez de maior engajamento da ESPNW no *Facebook* é parte do projeto #Rio360, em que a jornalista Ardi Dwornik usa uma câmera 360 para fazer um vídeo de bastidores de uma entrevista com as atletas brasileira e norte-americana Juliana Cabral e Julie Foudy. Também transmitida no dia 16 de agosto, esta é uma produção de preparação para a partida entre Brasil e Suécia pelas semifinais. Pelo que indicam os comentários, a repercussão da produção deve-se principalmente à adoção da tecnologia do vídeo 360, mais do que ao conteúdo – embora o protagonismo feminino esteja marcado na produção e alinhado ao perfil editorial da ESPNW.

A última das dez produções de maior engajamento é um boletim de análise da prova de natação pela jornalista Flavia Delaroli. Embora produzido especialmente para a ESPNW, a chamada da peça destaca também a atuação masculina – com especial protagonismo de Michael Phelps, nadador norte-americano. Ainda assim, a alocação da mulher como especialista e a explicitação do lugar de fala de analista da modalidade reiteram o posicionamento editorial da marca. As mulheres aparecem com destaque e olhar profissional e não estereotipado no conteúdo informativo e na análise do boletim, que é organizado de acordo com a programação do dia e tem somente dois minutos de duração. O foco é nas provas femininas e a análise das provas do masculino aparece nos últimos 30 segundos do vídeo, quando trata da prova de nado borboleta masculino, com destaque para a atuação de Phelps. O destaque negativo fica por conta dos comentários do público, muito centrados na estética da jornalista, alguns deles desqualificando-a como especialista e a colocando no lugar de objeto de desejo mais do que de fonte qualificada de informações.

No *Twitter* o padrão de postagens da ESPNW difere do *Facebook* (Figura 03). As *hashtags* são mais variadas, embora somente uma delas diga respeito especificamente à mulher. Entre as principais encontram-se: #Rio2016NaESPN; #TudoPeloRio2016; #ESPNW e #BRA. Não há a preocupação em criar uma rede sobre o esporte feminino a partir das postagens da ESPNW que saia da sua página, recirculando por outros espaços da rede. O perfil de postagem de @espnWBrasil tem predomínio de postagens originais, seguido de *retweets* e *mentions*. O gráfico a seguir mostra que, como acontece com o *Facebook*, onde o número de compartilhamentos do conteúdo é baixo, o perfil da ESPNW no *Twitter* tem baixo nível de espalhabilidade em seus *posts* gerais.

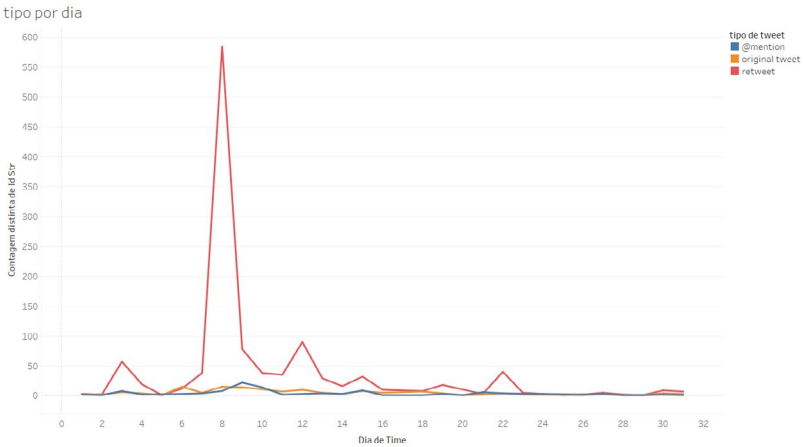


Figura 3: tipos de postagens por dia. Fonte: autoria própria

Observa-se uma variação na curva no dia 8 de agosto, quando o índice de *retweets* chega a quase 600 – bem acima da média do perfil. Trata-se de uma postagem de empoderamento e superação que apresenta os problemas pelos quais passou a judoca Rafaela Silva junto ao anúncio de sua chegada à final em 2016 (Figura 04). O *post* não é original da ESPNW, mas foi compartilhado por ela e recirculado em sua rede, já que dialoga diretamente com o posicionamento editorial do site. Este posicionamento editorial reforça o papel da mulher como atleta sem distingui-la dos atletas das modalidades masculinas nem atribuir mais importância a questões "supostamente femininas", como seus relacionamentos pessoais ou o protagonismo masculino nas conquistas das mulheres. Os demais *posts* são de autoria da ESPNW, mas apresentam, como permite visualizar o gráfico, uma reverberação reduzida quando comparados ao primeiro. O segundo mais compartilhado apareceu também nas postagens de *Facebook* e também trata da liberdade da mulher em decidir como se apresentar e superar obstáculos no esporte. Trata-se da fotografia das duas atletas do vôlei de praia com uniformes culturalmente diversos.

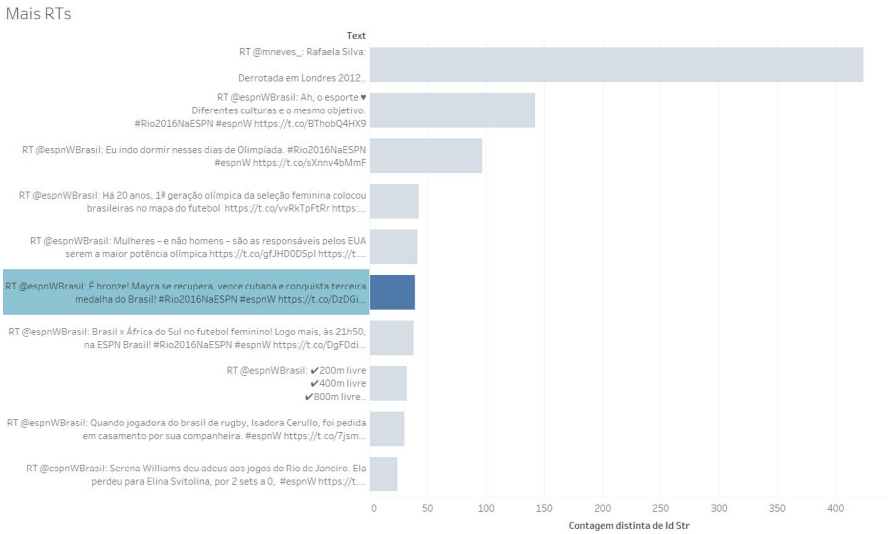


Figura 4: postagens mais compartilhadas.
Fonte: autoria própria, gerado através do software Tableau

A terceira postagem mais *retweetada* é um *gif* que brinca com o domínio dos Jogos Olímpicos do Rio no cotidiano das pessoas trazendo uma pessoa que deita na cama usando movimentos de ginástica olímpica e o texto: "Eu indo dormir nesses dias de Olimpíada". Embora na imagem a protagonista seja uma mulher, o *gif* configura-se mais como uma estratégia de viralização através do humor, como um meme, do que uma postagem com preocupações editoriais.

O ativismo e a valorização das mulheres no esporte, tão caros ao posicionamento editorial anunciado pela ESPNW, aparecem constantemente nas postagens do *Twitter*. Entre as mais compartilhadas, podemos destacar "Há 20 anos, 1ª geração olímpica da seleção feminina colocou brasileiras no mapa do futebol"; "Mulheres – e não homens – são as responsáveis pelos EUA serem a maior potência olímpica", com *links* para produções do site da ESPNW e especial destaque ao papel da mulher no esporte.

Sobre programações e conquistas, destacamos "É bronze! Mayra se recupera, vence cubana e conquista terceira medalha do Brasil!"; "Bra-

sil x África do Sul no futebol feminino! Logo mais, às 21h50, na ESPN Brasil!"; "✓200m livre ✓400m livre ✓800m livre ✓Revezamento 4 x 200 livre. Prazer, Katie Ledecky". Todas elas são postagens simples, com texto e imagens, sem *links*, centradas na força das atletas e sem vinculações ao "universo feminino" ou à sexualização dessas mulheres. A mesma linha segue a postagem "Serena Williams deu adeus aos jogos do Rio de Janeiro. Ela perdeu para Elina Svitolina, por 2 sets a 0 #espnW", que trata da derrota da tenista estadunidense, mas que não a representa imagética ou textualmente de maneira sexualizada, como se observa cotidianamente nas coberturas de tênis feminino, mas explorando sua expressão facial e a informação principal da partida.

Uma produção que trata da vida particular da atleta, mas que dialoga com o perfil editorial da ESPNW por se tratar de uma produção focada na liberdade de ser das mulheres e por ter ocorrido nas dependências do megaevento é "Quando jogadora do brasil de rugby, Isadora Cerullo, foi pedida em casamento por sua companheira". A postagem, sem *links* e acompanhada de uma fotografia do acontecimento, é questionada por alguns usuários por não ter uma relação direta com o esporte e recebeu também comentários homofóbicos, mas foi compartilhada por 33 pessoas e recebeu 88 *likes* na rede social. Observamos nas produções de maior repercussão no *Twitter* um alinhamento com a proposta editorial da ESPNW no site – ao contrário do que se apresenta no *Facebook*. Talvez se trate de uma característica da rede, talvez seja reflexo de uma decisão editorial e de gestão de compartilhar conteúdos imagéticos e em textos no *Twitter*, naturalmente construídos a partir do que se publica no site.

Importante destacar que @espnWBrasil não é o mais influente do grupo nesta rede social. O perfil tem alcance de 117.196 usuários, enquanto o principal do grupo, @ESPNagora, tem quase 1,25 milhões de seguidores e um alcance de 24,21 milhões de usuários. Algumas de suas postagens foram compartilhadas por outros perfis do grupo, mas não com destaque para a produção especificamente feminina.

Considerações finais

O olhar quantitativo e qualitativo sobre três espaços de transmissão de conteúdo do canal ESPNW nas coberturas dos Jogos Olímpicos do Rio revela uma inconsistência em relação ao atendimento a uma proposta editorial defendida pelo site e apresenta como seu diferencial em relação às demais coberturas esportivas do país: o olhar atento, respeitoso e não sexista ao esporte feminino. Embora a produção presente no site e no *Twitter* respeite em sua maioria esta proposta, detectamos neste estudo que a página da ESPNW no *Facebook* tem um perfil distinto. As produções são guiadas predominantemente pelos padrões do jornalismo esportivo, com marcas de naturalização do machismo, configuração da mulher como frágil e instável emocionalmente e, em alguns casos, com retirada do valor das conquistas das mulheres, atribuindo-as a homens que as cercam.

A análise qualitativa da amostra indica que os estereótipos aparecem na cobertura principalmente quando se tratam de produções realizadas por homens. O mesmo ocorre com a atribuição de protagonismo e valor de fala a sujeitos masculinos, diminuindo o papel da mulher na cobertura do esporte feminino. E essa presença do homem foi detectada, no corpus estudado, em produções realizadas em colaboração com o grupo ESPN, predominantemente no conteúdo em vídeo. Este conteúdo, por uma caracterização da rede e da audiência brasileira em redes sociais, teve ampla repercussão nas redes.

Importante destacar, embora esse contexto não forme parte do capítulo em questão, que os vídeos protagonizados por homens e apresentados no canal não continham comentários ofensivos, abusivos, violentos ou sexistas. Já os protagonizados por mulheres, mesmo quando vídeos de análise de conjuntura com enquadramento retrato e uma repórter vestindo o uniforme de transmissão - uma camisa polo, a mesma dos homens - têm uma alta quantidade de comentários desrespeitosos, sexualizados, grosseiros, que levam a crer que muitos não veem a mulher como profissional do jornalismo esportivo ou não a respeitam como tal.

As perspectivas abertas por um estudo que cruze o olhar qualitativo baseado na esfera editorial de um meio com a análise de redes sociais

são amplas. Consideramos, aqui, a necessidade de observar as redes sociais digitais como espaço de circulação e recirculação, mas também de construção de conteúdo editorial de uma marca. O compromisso assumido com a audiência deve ser, então, mantido em todos os espaços ocupados por um meio ou projeto de comunicação, de modo a construir um posicionamento editorial uníssono, a ser compartilhado por todos os comunicadores, mesmo quando integrados a um grupo de comunicação, e, assim, atender às expectativas do público, aos compromissos assumidos com a informação, com as fontes e com a ética editorial.

Referências

BOYD, danna. Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. In: PAPACHARISSI, Zizi (ed). **Networked Self**: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites, New York: Routlege, 2010. pp. 39-58.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. **A forma que (in)forma: o projeto gráfico do jornal impresso na contemporaneidade.** In: Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Recife: Intercom, 2011.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia; GONCALVES, Márcio Souza; RIBEIRO, Ana Elisa. A pesquisa em produção editorial: objetos, interfaces e perspectivas teóricas. In: MORAIS, Osvando J. (Org.). **Ciências da comunicação em processo: paradigmas e mudanças nas pesquisas em comunicação no século XXI: conhecimento, leituras e práticas contemporâneas.** 1ed.São Paulo: Intercom, 2014.

KOCHHANN, Roscéli; FREIRE, Marcelo; LOPEZ, Debora. Convergência tecnológica, dispositivos multiplataforma e rádio: uma abordagem histórico-descritiva. In: KLÖCKNER, Luciano; PRATA, Nair (orgs). **Mídia sonora em 4 dimensões**: 1ª ouvintes e falantes, 2ª memória política, 3ª programas de rádio, 4ª tecnologia e futuro. Porto Alegre : EDIPUCRS, 2011.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável.** São Paulo: Aleph, 2014.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

VAN DIJCK, Jose. **The Culture of Connectivity**. Oxford: Oxford University Press, 2013.

KEEP PLAYING #LIKEAGIRL

FLUXOS MERCADOLÓGICOS, INSTITUCIONAIS E POLÍTICOS NO DISCURSO DA IGUALDADE DE GÊNERO POR MEIO DO ESPORTE

VANESSA CARDOZO BRANDÃO

Introdução

A igualdade de gênero configura-se como um dos principais pontos da agenda de interesse público desta última década. A questão tornou-se uma das dezessete metas globais da ONU, que lançou durante a Cúpula das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável (2015) a Agenda 2030, um projeto para agenda mundial de objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) a serem buscados pelos países em políticas integradas de ação para transformação do mundo.

Figura 1: imagem do site ONU Brasil –
Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 5 - Igualdade de Gênero.

É interessante destacar que a igualdade de gênero não foi eleita apenas por uma organização de atuação mundial como a ONU, mas tem sido pautada, muitas vezes, pelo ativismo da própria sociedade, ainda mais intensificado em processos de comunicação digital. Através da ferramenta *Google Trends,* é possível verificar o crescimento constante na curva das buscas pela expressão "igualdade de gênero" desde 2012, e uma subida ainda mais acentuada nas buscas por "gender equality" desde o ano de 2014[1].

O processo de construção do aumento da visibilidade para a temática, visto tanto na ação institucional de organizações quanto pela ação de ativistas e comunidades articuladas em torno do interesse pela questão, aparece de forma mais evidente em processos de circulação de notícias e conteúdos diversos propagados nas redes sociais na internet, de modo tal que a questão passa a ser, ela mesma, uma forma de mediação sociotécnica entre diferentes atores. Tal como pretendemos apresentar a seguir, esse fenômeno parece ilustrar como os conceitos de midiatização e mediação se tornaram operadores importantes para a compreensão de objetos comunicacionais contemporâneos.

1. A ferramenta Google Trends permite consultar volumes de buscas por termos na web desde o ano de 2004, tendo sido usada como um indicador para confirmar o aumento do interesse pela temática através das buscas feitas na internet.

Por um lado, partindo da perspectiva da midiatização enquanto processo de mútua afetação entre mídia e sociedade, o estudo empírico sobre modos de visibilidade e engajamento com temáticas de interesse público pela comunicação digital (como o caso da igualdade de gênero) evidencia a necessidade de "não considerar a mídia um fenômeno isolado, mas descrever a evolução nas formas comunicativas que andam de mãos dadas com a mudança da mídia" (HEPP, 2013). Por outro, a midiatização solicita olhar para além dos meios técnicos e contemplar processos de mediação socioculturais, já que enquanto comunicação que envolve organizações, indivíduos e instituições em interação, ultrapassa a dimensão de como uma mídia vem a "regular" esse campo de interação a partir de sua "lógica da mídia" institucionalizada.

Hepp sinaliza para a importância de se ampliar a visão "institucionalista", abarcando também um olhar que contemple a dimensão da mediação, em especial a partir da leitura que faz da tradição socioconstrutivista de autores como Martín-Barbero e Silverstone (em que mediação é um processo mais extenso do processo de comunicação no ponto de encontro de forças de conflito e integração). Interessante apontar que, em sua leitura, Hepp sinaliza para a potência da TAR e retoma Bruno Latour para mostrar como em sua visão de mídia enquanto materialização em um aparato técnico articulado à ação humana, já não se torna possível conceber as dimensões da lógica midiática senão pela associação com a agência humana.

Esse imbricamento de agenciamento midiático e humano parece ser o caso da empiria trazido no trabalho a seguir. Em um processo de circulação de sentidos, a partir da temática da igualdade de gênero, uma ação publicitária da marca de absorvente *Always* (da multinacional *Procter & Gamble*) ganhou visibilidade, no contexto da véspera de abertura dos Jogos Olímpicos do Rio. O caso escolhido para ilustrar esse ensaio é emblemático, nesse sentido, porque emerge da marca mas não a pretende analisar como o centro de uma rede de relações comunicacionais. De fato, como se pode ver pela figura a seguir (imagens de postagens afixadas em perfil institucional da marca *Always* em *Twitter* e *Facebook)*, o que pretendemos observar é o modo como, a partir da associação da temática esporte e gênero, desencadeia-se uma rede de associações entre organizações de natureza diversa – empresa multi-

nacional (P&G), organização não governamental (Comitê Olímpico Internacional), organização intergovernamental (Organização das Nações Unidas, no seu braço *UN Women*) e outras fundações que atuam em projetos sociais de apoio aos esportes e à causa feminista.

Figura 2: reprodução de postagens feitas e afixadas pela marca *Always* em seu perfil oficial do *Twitter* e *Fanpage* no *Facebook*.

As imagens tornam notável o esforço de associação entre a marca de absorventes e outras organizações, que foi observado em diferentes ambientes digitais, dando a ver um movimento de actantes a partir das suas ações comunicativas no *Twitter*, *Facebook* e ainda em canais de mídia própria (site/blogs), a partir da oportunidade de visibilidade criada pelo evento Jogos Olímpicos do Rio.

Contexto: a igualdade de gênero como mediação

A contribuição da Teoria Ator-Rede será inspiradora de um gesto epistemológico e metodológico: a concepção das marcas e organizações vistas sob o prisma de Ator-Rede. Este termo, na TAR, é importante para compreensão do modo de ver da sociologia das associações. Na perspectiva da TAR, rede é um conceito que está diretamente liga-

do às associações ocorridas na dinâmica social, como afirma André Lemos:

> Rede, para a TAR, não é infraestrutura, mas o que é produzido na relação entre humanos e não humanos. Não estamos falando de redes de computadores, de redes sociais, de redes de esgoto... Rede é aqui um conceito dinâmico. Não é o que conecta, mas o que é gerado pelas associações. Não é algo pronto, por onde coisas passam, mas o que é produzido pela associação ou composição de atores humanos e não humanos. Rede não é estrutura, mas o que é tecido em dada associação. Quando falamos de rede, estamos falando de mobilidade. Ao olharmos o mundo, vemos redes se fazendo e se desfazendo a todo momento. O conceito de rede visa apreender algo pulsante, o que se forma e se deforma aqui e acolá pela dinâmica das relações. (LEMOS, 2013, p. 53).

Dessa dimensão viva do conceito de rede, deriva a importância do processo cartográfico como método para compreender o social: se um ator age e *é agido* em rede, a melhor forma de compreender a interação em rede não poderia enfocar apenas um actante e seu poder de agência, mas seria melhor vista a partir do mapeamento de fluxos de actantes em torno de uma determinada dinâmica social. Essa concepção parece ser rica e produtiva para se pensar o modo como as organizações têm formado/feito parte de associações dentro da rede – ou rede interorganizacional– de modo a ganharem alcance midiático *orgânico*[2], aproveitando do modo como os algoritmos das redes sociais na internet (actante tecnológico) tendem a tornar ainda mais visível uma

2. Utiliza-se o termo "orgânico" no sentido dado pela comunicação e marketing digital, da visibilidade construída para conteúdos de marcas que alcança um público por meio de distribuição não paga: por exemplo, o modo como uma pessoa pode chegar a um site de uma marca através de uma busca no Google, em que a marca aparece bem ranqueada nas primeiras ocorrências, fazendo com que seja mais vista por estar nas primeiras posições no buscador gerando, portanto, mais cliques. Destacamos como esse processo parece indicar um agenciamento em que algoritmos da plataforma tecnológica (Google, Facebook e outras redes sociais) agem sobre as organizações atuantes na web, configurando-se um importante actante que leva essas organizações a agirem de determinado modo na rede sócio-técnica, aproveitando as tendências de buscas dos usuários como, por exemplo, as buscas crescentes pela temática da igualdade de gênero.

organização para uma pessoa a partir da oferta de conteúdos similares ao que a pessoa já consome - elemento de particular importância na atração de um número crescente de marcas que têm se associado à pauta do gênero como modo de serem "carregadas" nos fluxos de interação social na web.

O cenário de ampla midiatização parece ter trazido para marcas e organizações alguns desafios. Por um lado, o excesso de informação circulante em diferentes plataformas, somado à possibilidade de o consumidor escolher suas redes de conexão com marcas e empresas, tornou a publicidade (no seu sentido tradicional, de inserção de campanhas em espaço comercial em veículos pagos) cada vez menos eficiente em fazer circular mensagens de apelo persuasivo claro para audiências massivas, criando espaço para canais próprios de informação sobre produtos e consumo (em uma estratégia hoje nomeada no mercado como *brand content*). Por isso, o pesquisador Vander Casaqui (2011) propõe o termo publicização no lugar de publicidade, de modo a mostrar como as transformações trazidas pela midiatização transformaram a comunicação publicitária: ele assinala a passagem da publicidade, enquanto discurso do consumo veiculado em canais de mídia pagos, para a publicização como processo de circulação de sentidos construídos em uma dinâmica de interações sociais estabelecidas por meio de conteúdos midiatizados sobre as marcas e seus universos de consumo.

Colocando em relevo a questão da ação da dinâmica sociocultural midiatizada pelas marcas, é notável que a popularização de redes como *Facebook* facilita o engajamento em torno de temas e interesses em comum por parte do público. Somado a isso, o uso de dados capturados pelos rastros digitais (Bruno, 2012), deixados pela ação das pessoas na web, transformam-se em fatores que facilitam para as organizações medir em tempo real os interesses e as tendências de buscas do público, para então possibilitar *insights* que levem à criação de estratégias de inserção de marcas e produtos em discursos sociais circulantes. Esse fato pode ser verificado no constante uso das ferramentas de medição de tendências online para monitoramento dos públicos, que passa a fazer parte da rotina da atuação de profissionais de comunicação publicitária, em especial dos gestores de marcas.

Com frequência, entretanto, os discursos circulantes em fluxos intermidiáticos não se referem a temáticas facilmente associadas ao consumo. O engajamento forjado em redes formadas no ambiente digital tem acontecido de maneira cada vez mais crescente com as temáticas de interesse público, com desdobramentos políticos e de ativismo social. Debates sobre questões culturais relevantes, como o empoderamento feminino, reverberam com a formação de comunidades engajadas, criando circuitos em que processos de mediação sociocultural ganham ampla visibilidade em processos de midiatização em rede.

A proposta da TAR, então, pode trazer um olhar mais atual sobre a leitura da atuação discursiva de marcas e organizações. Ela enseja um movimento de observação que nos parece mais coerente com o estudo de fluxos comunicacionais em rede. Afinal, ao procurar monitorar tendências em rede para se colocar como parte dessa temática midiatizada pela sociedade, uma organização já sinaliza para a compreensão de que faz parte de um processo de interações de sentido que a transcende, e dentro do qual uma marca pretende se inserir, por associação. No caso da temática do gênero, é notável o modo como variadas marcas têm se associado à pauta para dar visibilidade a seus discursos: no Brasil, destacam-se a marca de cerveja *Skol* e a marca de cosméticos O Boticário, no mundo, temos o caso da marca de absorventes *Always*.

O caso de *Always*, que aqui é apresentado a partir da atuação da marca em redes sociais digitais durante o período dos Jogos Olímpicos do Rio, traduz o movimento de organizações que buscam, ao mapear a crescente visibilidade de pautas nas redes digitais, inserir-se em fluxos de midiatização de conteúdos relacionados aos temas debatidos e propagados nas redes digitais. No caso da ação *Keep Playing*, a associação é dupla: aliada às questões de gênero, com clara associação aos produtos *Always* e sua segmentação mercadológica de público, aparece o evento esportivo Jogos Olímpicos do Rio, outro vetor de grande visibilidade midiática.

Portanto, mais do que analisar, com categorias levantadas *a priori*, a marca como um objeto de estudo na rede, partindo de sua centralidade do processo comunicacional, pode-se ampliar o escopo dos estudos ao se partir das ações desempenhadas por marcas em rede como impulso inicial de observação de uma dinâmica social mais ampla. Entendendo

a marca *Always* como um actante diante de uma mediação sociotécnica – a da igualdade de gênero e o empoderamento feminino, visível pela circulação dessa temática nas redes digitais - é possível pesquisar as associações dessa marca a outras organizações em torno da questão. Assim, coloca-se como proposição central da pesquisa em Publicidade a observação das interações em rede, tendo como gesto metodológico o olhar que, a partir de um evento inicial (a ação publicitária da marca de absorventes), revela uma rede maior de actantes, desencadeando um fluxo de interações com outras organizações e ainda outros atores em rede.

Então, parece-nos viável utilizar esse caminho para enxergar as organizações para além de si mesmas, enquanto atores que integram e compõem uma rede de conexões que se desdobra em associação com outros atores (organizações ou públicos) e com actantes não humanos, como a lógica algorítmica de recomendação de conteúdos visíveis na web. A pesquisa se inicia de um lugar, que é uma organização empresarial ou o discurso por ela apropriado em suas campanhas, mas ela não deve ser vista como o centro da análise: será apenas o ponto de partida para a observação de uma rede de outros actantes que entram em cena e desempenham ações em torno da mediação de sentidos estabelecida no processo de midiatização a ser estudado.

Associações discursivas entre marca, organizações e ativismo social

Após esta contextualização dos fundamentos da TAR e sua possível associação ao campo da comunicação publicitária e organizacional, aprofundaremos no modo como a ação publicitária de *Always* aponta para outro modo de atuação das organizações pela associação discursiva que parece se estabelecer no fluxo de discursos na internet, a partir de um compartilhamento de sentidos em torno da temática da igualdade de gênero.

Em julho de 2016, na véspera da abertura dos Jogos Olímpicos do Rio, o olhar de diversos pesquisadores ligados ao estudo das interações comunicacionais em rede voltava-se para o evento, já que seriam os

primeiros Jogos Olímpicos dos Influenciadores Digitais[3] e das redes sociais na internet em integração multitelas com o conteúdo esportivo, configurando-se, assim, em oportunidade de observar fenômenos de interação midiática em escala global e a atuação das marcas em ambiente digital, apropriando-se de grandes temáticas (como os debates de gênero) para engajamento em campanhas publicitárias online. Para acompanhar o jogo, sigamos os jogadores.

No final de junho, dias antes na abertura da Rio 2016, o vídeo *Keep Playing* (traduzido no Brasil como "Continue Jogando") foi postado em *Facebook*, *Twitter* e *YouTube*, e começou a ganhar grande visibilidade nas redes sociais, rapidamente alcançando o topo do ranking *YouTube Ads Leaderboard* (ranqueamento oficial do *YouTube* para visualizações entre canais de marcas):

Figura 3: impressão de tela do vídeo "*Keep Playing*" compartilhado no *Facebook* na semana anterior à abertura dos Jogos Olímpicos do Rio.

3. Várias notícias sobre a expectativa do investimento publicitário no uso estratégico de influenciadores para marcas durante os Jogos Olímicos Rio 2016 repercutiram em jornais do meio publicitário, como o Jornal Meio e Mansagem. Esse é um exemplo delas: http://www.meioemensagem.com.br/home/opiniao/2016/07/25/voce-esta-pronto-para-a-primeira-olimpiada-dos-influenciadores-digitais.html (acesso em 14 de abril de 2017)

Tratando-se de uma ação desenrolada no momento dos Jogos Olímpicos do Rio, é nítida a utilização da visibilidade do evento enquanto mediação com uma audiência global, somada ainda ao apelo da temática do empoderamento feminino (outra mediação sociocultural midiatizada em escala global), através do elo esporte-força-superação estrategicamente articulado por diferentes atores. Nesse caso, outros atores organizações foram convocados, a seguir, a se articular em rede de modo a potencializar a ação comunicativa a partir da convergência de forças criadas pelo contexto de midiatização global dos Jogos Olímpicos do Rio.

Embora seja notável a alta visibilidade alcançada tanto no *Facebook* como no *YouTube* (com a marca de mais de 28 milhões de visualizações), mais importante do que a análise de métricas do vídeo será importante acompanhar os caminhos digitais que estabelecem as relações entre outros diversos actantes que entram em cena. Apenas para início de nosso percurso de observação, partimos do acompanhamento das atividades da marca *Always* em seus perfis nas três redes sociais (*YouTube*, *Facebook* e *Twitter*) em que é ativa, durante o período dos Jogos Olímpicos do Rio. Dessa observação, realizando um processo cartográfico, localizamos trilhas de outros actantes chamados à rede de associações:

Figura 4: impressão de tela de postagem feitas pela marca *Always* em seu perfil oficial do *Twitter*.

Seguiremos, então, a trilha sugerida por essas interações em redes sociais digitais, feita dias após o sucesso do vídeo publicitário da campanha para as Olimpíadas *Keep Playing*, da qual a marca *Always* é patrocinadora oficial. Essa figura apresenta uma postagem feita no *Twitter* e, em específico, foi destacada no relato pois aponta para a formação de rede no sentido da TAR, revelando a associação a outros actantes organizações (Comitê Olímpico Internacional e UN Women enquanto atores-organizações), e ainda ao actante tecnológico, como se vê pela marcação o uso da hashtag #Rio2016 - agenciamento sociotécnico do evento esportivo. Aqui se revela a ação conjunta de uma organização com objetivos mercadológicos e institucionais a outras duas - através da ferramenta de menção do *Twitter*: o Comitê Olímpico Internacional (COI), caracterizado como organização desportiva mundial sem fins lucrativos (que aparece na marcação do perfil *Olympic*) e a Organização das Nações Unidas (ONU), em seu comitê de apoio às mulheres (que aparece na marcação do perfil *UN Women*). Todos esses actantes aparecem ainda atravessados pelo agenciamento midiático da rede *Twitter*, através das marcações por menção e da hashtag #Rio2016.[4]

A marca *Always* já havia se aproveitado do crescimento da visibilidade da temática de gênero em 2014, com um vídeo em que lançou a campanha *#LikeAGirl*. A campanha ganhou notoriedade rapidamente, primeiro pelo engajamento da audiência na internet, na ampla circulação do vídeo colocado no canal oficial da marca no *YouTube*, que depois se amplificou com o investimento em mídia paga (o vídeo se transformou em comercial no disputado intervalo do *Superbowl* 2015)[5]. O processo de circulação típico da cultura da conexão, descrito

4. Ressalta-se que a leitura desse fluxo foi feita no perfil do Facebook brasileiro, em função de restrições de acesso ao Facebook da marca em perfil oficial global (bloqueado para usuários brasileiros), mas o perfil de Twitter é global e reforça a leitura de que os mesmos discursos inter-organizações foram feitos tanto no Brasil como no mundo.

5. A campanha LikeAGirl consiste em um vídeo em formato curto primeiramente compartilhado no Youtube em junho de 2014, alcançando altos índices de visualização, tornando-se o quinto no ranking YouTube Ads Leaderboard para o ano de 2014 (https://youtu.be/XjJQBjWYDTs) e sendo posteriormente veiculado em televisão. A campanha continuou com outro vídeo em 2015, chamado #Unstopabble, novamente entrando para o ranking doYoutube como o sexto do ranking (https://

por Henry Jenkins (2015), levou a um grau de engajamento tão grande que a hashtag promovida pela marca ultrapassou sua propriedade de sentido e ganhou dimensões diversas, quando recebida e reinterpretada pelo público em rede, como se vê na imagem a seguir:

Figura 5: montagem criada pelo perfil de *Facebook* da organização "*Smart Girls*", da atriz e escritora Amy Poehler.

Entretanto, mais do que refletir sobre os sentidos construídos a partir do discurso dessa marca, interessa observar as interações entre outros atores-organizações associados a esse discurso – atores com diferentes pontos de vista e objetivos quanto à temática da igualdade de gênero. Assinala-se, então, o percurso metodológico, que compreende ainda uma visão epistemológica comunicacional da Teoria Ator-Rede: as redes sociais digitais e os registros de postagens da marca *Always* na divulgação da campanha *Keep Playing* durante o período das Olimpí-

youtu.be/VhB3l1gCz2E). A ação para os Jogos Olímpicos relatada nesse trabalho repetiu o feito: em 2016, o vídeo #KeepPlaying foi o sétimo do ranking de ações publicitárias mais vistas no youtube (https://youtu.be/Emawq64b0DU).

adas foram consideradas aqui como início de um percurso de observação. Embora seja importante caracterizar o sentido institucional da fala dessa marca, enquanto uma retórica do consumo que se vale de temáticas amplamente midiatizadas, ou seja, como elementos de visibilidade, nossa leitura se desdobra menos sobre os discursos institucionais e canais oficiais de uma organização e os sentidos agenciados a partir deles.

As postagens foram consideradas enquanto rastros digitais de uma rede maior de actantes (embora enfocados aqui neste trabalho os actantes de caráter organizacional) em torno da temática do esporte enquanto ferramenta para o empoderamento feminino. A partir do discurso de *Always*, acompanhou-se outros actantes - de natureza organizacional distinta - associados, agora considerando os sites das organizações em sua dimensão de narrativa histórico-institucional. Assim, pela busca de *#LikeAGirl*, hashtag que marca engajamento à causa feminista na rede, foi possível chegar a perfis ativistas, como o mostrado anteriormente.

Com essa abordagem metodológica, torna-se possível observar o modo como diferentes organizações se articulam, formando uma rede de associações, tornada visível a partir da Rio 2016:

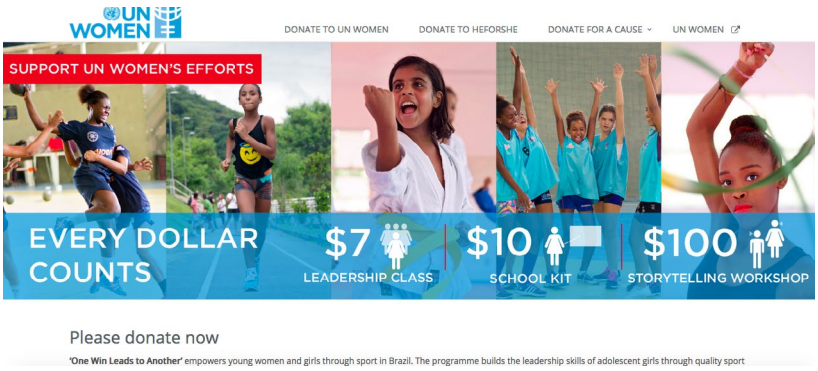


Figura 6: impressão de tela do site da *UN Women*, divulgado em link na postagem de Always.

Essa figura apresenta a impressão de tela da *landing page* do link compartilhado pelo perfil de *Always* em suas redes sociais (imagens reproduzidas na figura 2, já mostrada). Como se percebe pela construção do direcionamento de link, essa postagem da marca *Always* - que permaneceu na *fanpage* da marca como publicação fixada por bastante tempo após o término dos Jogos Olímpicos do Rio, pelo menos até o momento da conclusão deste artigo em abril de 2017 (e postagem similar também permaneceu no *Twitter* como *pinned tweet*) – torna-se porta de entrada para o site de projetos da ONU Mulheres, mais especificamente do projeto de empoderamento feminino através do esporte "*Girl Win*", e funciona ainda como convite à doação, levando o público ao acesso de documentos institucionais sobre projetos de suporte à igualdade de gênero que a ONU mantém em todo mundo.

A temática da igualdade de gênero, portanto, deixa de ser vista apenas sob o prisma do discurso publicitário de uma marca de absorventes e desliza para a dimensão da ação política de ONGs ativistas, e ainda da organização intergovernamental de maior relevância global, com dezenas de projetos para a igualdade de gênero em todo o mundo. Como queremos mostrar, por esse breve percurso a partir do fluxo entre discursos de diferentes organizações na internet, compõe-se uma rede híbrida, tanto no sentido da natureza distinta dos atores comunicacionais, como também no sentido da ação de plataformas de mídia digital, com lógicas próprias da recomendação de conteúdo agindo sobre a visibilidade alcançada para o tema, em processos de ampla midiatização em rede.

Contempladas as diferentes dimensões de cada ator, podemos também falar do sentido outro que emerge a partir da interação entre eles, enquanto rede. Nas trocas, uma dimensão política que vem da atuação da ONU parece demonstrar que essa organização, empenhada em alcançar a meta da desigualdade de gênero, entende a visibilidade midiática e o engajamento da sociedade em processos de comunicação em rede como meios – função mediadora – para se facilitar a transformação da dinâmica social.

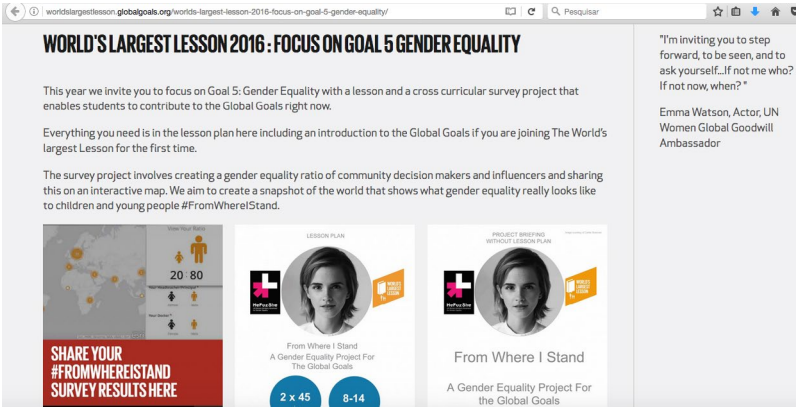


Figura 7: conteúdo criado pela *UN Women* (ONU Mulheres no Brasil) disponibilizado em site institucional.

A imagem do site é ilustrativa de uma prática frequentemente encontrada na navegação da plataforma da ONU Mulheres: o convite à participação do público e a disponibilização de material para compartilhamento em redes sociais, partes importantes na estratégia de engajamento para o ativismo digital. A ação comunicativa é feita pela ONU pensando nas possibilidades de apropriação e uso em redes sociais na internet, incentivando o engajamento do público na causa da igualdade de gênero, mais uma vez sinalizando para o modo como a organização já demonstra conhecer a lógica da midiatização como ação comunicativa ampliada a outros atores, inclusive planejando objetos comunicacionais que possam ser colocados em circulação na rede de associações a outros atores engajados com a temática.

Ao mesmo tempo, em paralelo a essa ação que demonstra o caráter de ativismo político em torno de uma causa, cabe assinalar que o poder mercadológico de investimento de uma marca comercial como *Always* parece catalisar a visibilidade para a temática, beneficiando a ONU no sentido da dispersão e circulação da mensagem de interesse e impacto social. Por outro lado, a marca comercial *Always*, da multinacional *Procter & Gamble* (com investimentos globais em responsabilidade social e sustentabilidade) parece ganhar na dimensão institucional - ou

seja, de legitimidade social. Com a incorporação da temática, de alto grau de controvérsia no campo sociocultural e, portanto, com grande potencial de geração de debates e envolvimento do público feminino, a marca promove trocas com grupos de pessoas a partir de seus interesses e afinidades. Mais do que mera visibilidade, no aspecto mercadológico e institucional, esse *branding* "ativista" parece emergir como forma de aumentar a relevância da atuação da comunicação das organizações com fins lucrativos na teia dos processos de mediação cultural, em um interessante entrecruzamento da dimensão da visibilidade (típica da preocupação da mediação do discurso publicitário) com a dimensão da reputação (mais afeita aos processos de mediação da atividade de Relações Públicas).

Talvez seja esse o sentido de complexificação que os campos de Comunicação Mercadológica e da Comunicação Organizacional parecem estar fazendo, através do estudo de discursos midiatizados na web: por um lado, o campo da Comunicação Organizacional se movimenta de modo a englobar as questões da estética e dos afetos, para aumentar as chances de mobilizar e engajar públicos. Por outro, o campo da Publicidade, na vertente mais direta e tradicional da comunicação mercadológica, parece fazer o caminho inverso, na aproximação com o *branding* e *brand content*, com o que vem sendo chamado mais recentemente de "Marketing das Causas". Mas o que parece mais interessante, enquanto reflexão que deriva do percurso que se abre a outros actantes na rede de associações, é a entrada mais forte de uma dimensão sociopolítica, que demonstra o total imbricamento da realidade social construída na interação em fluxo. Aqui, isso se manifesta pela entrada do projeto *UN Women* e como ele se articula com as metas globais (*Global Goals*) definidas pelas nações em 2015.

Considerações finais

Neste trabalho, buscamos apontar ainda em caráter exploratório como, no campo de estudos de Comunicação Mercadológica e Organizacional, que já vem investindo em um olhar complexo sobre processos de comunicação das marcas e organizações em rede, é possível incorporar contribuições teórico-metodológicas que permitam ultrapassar

a tendência de se analisar os discursos a partir somente dos textos engendrados em meios institucionais ou, de forma mais contemporânea (com a emergência dos métodos digitais), das interações entre público e organizações. Tais textos tendem a ser tomados como materializações prontas (logo, fechadas em si mesmas ou pouco articuladas com a rede de relações que as constitui) e não como parte de um fluxo, que os ligam a questões sociais mais amplas.

De modo geral, observamos que, mesmo que se enfoque no aspecto das interações sociais de outros atores externos à organização, o olhar da pesquisa ainda aparece muito centrado na perspectiva de uma marca ou organização (e de seus *públicos de interesse*). Fala-se bastante em processos de comunicação complexos, em fluxo de midiatização multidirecional, mas parece-nos paradoxal que, no gesto de análise, ainda persista o uso de abordagens epistemológicas e metodológicas que centrem na organização e, quando se voltam a seus públicos, esses estejam pré-concebidos *a priori* como seus *targets* e, assim, as análises das interações entre público e organizações, de certo modo, hierarquizam sua relevância nas relações e nas redes que formam.

O que se propôs aqui foi outro modo de entrada: inspirado pelo olhar da TAR, tentar um método de observação do fluxo discursivo interorganizações na internet, seguindo esses atores, o processo de mediação das temáticas de interesse público enquanto agente de visibilidade e ainda a ação dos algoritmos das redes sociais digitais na ampliação da circulação de conteúdos ligados à temática da igualdade de gênero para o público feminino. As ações de marcas e organizações parecem se aproveitar da visibilidade construída na web, seja pelas buscas ou pela segmentação por interesses em torno de determinada temática. Se para uma marca de venda de absorventes essa apropriação ainda segue uma lógica de interesses institucionalizados, ela só consegue se estabelecer reconhecendo-se como parte de um processo de mediação sociocultural maior da temática da igualdade de gênero, transcendendo a dimensão do consumo com a incorporação de não apenas um discurso ativista, mas também uma ação mais engajada com o social, pela associação a outras organizações de atuação, de fato, política, como a ONU.

Tal como percebemos, há um vasto campo para a investigação sobre a formação de redes de associações entre marcas e organizações de

interesse público, que têm sido formadas com cada vez mais frequência, na dinâmica de fluxos intermídia da comunicação digital. O que aqui se apresentou, de forma exploratória, pode ser aprimorado em cartografia das associações entre marcas e organizações em rede, com o objetivo de lançar um olhar mais amplo do que o institucionalista, buscando entender processos de midiatização em que atravessamentos discursivos trazem ao mesmo fluxo um jogo de intenções diversas - mercadológica, institucional e política. Tal olhar permitiria, em nossas análises, operar entre a lógica de mídia, enquanto campo de institucionalização dos sentidos estabilizados, e a lógica socioconstrutivista da mediação.

Assim, compreendendo uma possível sociologia das associações entre organizações a partir do olhar da TAR, poderíamos empreender estudos sobre os discursos de consumo atravessados de questões socioculturais relevantes, a partir de uma lógica que busca superar binarismos e conciliar a tradição de estudos de midiatização com uma abordagem mais integrada à dinâmica social. A abordagem da TAR mostra-se, então, rica para a concepção epistemológica de processos de mediação híbridos, tais como o que se articulou no caso trazido da atuação da rede de organizações *Always*/ONU/Comitê Olímpico nos Jogos Olímpicos do Rio, percorrendo fluxos mercadológicos, institucionais e políticos que se cruzaram através da temática da igualdade de gênero e do esporte.

Referências

BRUNO, Fernanda. **Rastros digitais sob a perspectiva da teoria ator-rede**. Revista Famecos, 2012, v. 19, n. 3, p. 681 a 704.

CASAQUI, Vander. **Por uma teoria da publicização: transformações no processo publicitário**. Significação: Revista de Cultura Audiovisual, 2011, v. 38, n. 36: p. 131-151.

FAUSTO NETO, Antonio. **Comunicação das organizações**: da vigilância aos pontos de fuga. In: OLIVEIRA, Ivone de L., SOARES, Ana T. N. Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações. São Caetano do Sul, SP, Difusão, 2008, p.39-63.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiatizados: pesquisa da midiatização na era da "mediação de tudo". **Matrizes**, v. 8, n. 1, p. 45-64, 2014.

HJARVARD, Stig. **Da Mediação à Midiatização: a institucionalização das novas mídias**. In: Revista Parágrafo Mestrado Profissional em Jornalismo do FIAM-FAAM - Centro Universitário. São Paulo: FIAM-FAAM, 2015. Jul./Dez.2015. (Versão eletrônica). Tradução: Lívia Silva de Souza.

LATOUR, Bruno. **Ciência em ação**. São Paulo: Unesp, 2000.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede**. Salvador: Edufba, 2012.

LEMOS, André. **Espaço, mídia locativa e teoria ator-rede.** Galáxia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica. ISSN 1982-2553, n. 25, 2013. JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. Aleph, 2015.

PEREZ, Clotilde; TRINDADE, Eneus. **Para pensar as dimensões do consumo midiatizado: teoria, metodologia e aspectos empíricos**. Contemporanea - Revista de Comunicação e Cultura, 2016, v. 14, n. 3: p. 385-397.

O OTIMISMO FORA DO ARMÁRIO:

A COBERTURA DE QUESTÕES LGBT NA RIO 2016

ROBERTO ALVES REIS
JOANA ZILLER

"Pódio para a diversidade", "a Olimpíada mais gay da história", "uma Olimpíada fora do armário". Desde antes da cerimônia de abertura até o final dos jogos, a Rio 2016 catalisou discussões variadas sobre a pauta LGBT. Perpassada por um viés otimista, a cobertura midiática sobre pessoas LGBT diretamente envolvidas nas Olimpíadas deixou de lado a homofobia arraigada na sociedade brasileira (LEAL & CARVALHO, 2012; MÁXIMO PRADO & VIANA, 2008) para focar no que seria uma *vitória do amor*.

Na Rio 2016, os casos de medalhistas declaradamente homossexuais, a saída do armário de casais compostos por atletas gays e lésbicas e a presença de pessoas trans na cerimônia de abertura tiveram muito mais destaque na imprensa do que o jornalista inglês que usou um aplicativo de encontros gays para tirar atletas do armário à força, o grito de *bicha* das torcidas (mesmo em jogos femininos), a política higienista que expulsou das ruas pessoas trans. Fora dos estádios, o acolhimento de pessoas LGBT destacado pela imprensa conviveu lado a lado com

a homofobia e a transfobia, ainda que essas tenham conseguido muito menos espaço nas páginas de veículos noticiosos.

É a essa cobertura que voltamos nosso olhar. Foram analisadas 54 publicações, veiculadas, em sua maioria, no mês de agosto de 2016 – (concentradas principalmente na primeira quinzena) tanto por grandes sites de comunicação quanto por aqueles voltados especificamente para o público LGBT. O período escolhido coincide com a realização da Rio 2016, que ocorreu entre os dias 5 e 21 de agosto.

Curiosamente, a invisibilidade cotidiana das homossexualidades e transexualidades inverteu seu sinal e se transformou, durante o período olímpico, em uma visibilidade excessivamente otimista. Nos veículos noticiosos, o armário coube à homofobia e à transfobia, que foram exceção nas notícias publicadas – mas que, como dissemos acima e discutiremos adiante, continuou a ter espaço fora das páginas e telas. Vale salientar que o olhar mais atento sobre o preconceito enraizado na sociedade brasileira encontrou lugar em perfis pessoais nas redes, sobretudo de militantes.

Nesse sentido, cabe destacar que os Princípios Fundamentais do Olimpismo determinam que não haja discriminação de qualquer tipo, citando nominalmente a orientação sexual[1]. Assim, o viés otimista da cobertura da imprensa não se deu por acaso. Ainda que não seja possível dizer que a Carta Olímpica determine um tom para a imprensa, o volume de investimentos envolvido nos megaeventos e a maneira como suas regras influenciam o funcionamento das instituições do país que recebe os jogos (DA SILVA, ZIVIANI & MADEIRA, 2014; TÁRCIA, 2016) certamente é elemento importante nos enquadramentos da cobertura midiática sobre as olimpíadas. Era de se esperar, portanto, que as violências que continuaram a compor o cotidiano durante os jogos, como a homofobia e a transfobia, não fossem amplamente repercutidas nos veículos noticiosos brasileiros.

1. "The enjoyment of the rights and freedoms set forth in this Olympic Charter shall be secured without discrimination of any kind, such as race, colour, sex, sexual orientation, language, religion, political or other opinion, national or social origin, property, birth or other status." (OLYMPIC CHARTER, 2015).

Otimismo da imprensa

A ampla cobertura de portais e blogs e a grande repercussão nas redes sociais, mostra a Rio 2016 como um momento de celebração da diversidade sexual e de gênero: a máxima de que "os Jogos do Rio se transformaram em uma bem-vinda manifestação de amor"[2] ditou o tom presente na cobertura. Assim, reportagem da IstoÉ defende que "o ideal olímpico de harmonia entre povos ganhou um companheiro de peso nos Jogos do Rio de Janeiro: a tolerância com a orientação sexual."[3]

O grande número de atletas abertamente LGBT na Rio 2016 em relação às olimpíadas anteriores foi destaque em diversos veículos. Algumas reportagens promoveram comparações entre a Olimpíada do Rio e a de Londres, em 2012, para demonstrar o aumento do número de atletas "fora do armário".

> Há quatro anos, só uma atleta brasileira foi a Londres como homossexual assumida. Mayssa, goleira do handebol, falou abertamente do assunto e se assustou com a repercussão. Hoje, ela está menos sozinha. De Londres para cá, o número de atletas LGBT nos Jogos Olímpicos quase dobrou, fazendo da Rio-2016 a edição com mais gays (sic) na história[4].

Com dados de um site voltado para o público LGBT, a reportagem do *UOL* detalha o avanço em relação à Londres: "O levantamento foi feito pelo site Outsports, especializado na cobertura esportiva da comunidade LGBT. Em 2012, o veículo havia listado 23 esportistas as-

---

2. BRANDALISE, Camila; BESSEL, Lucas. Pódio para a diversidade. Disponível em: *http://istoe.com.br/podio-para-diversidade/*. Acesso em: 24 fev. 2017.

3. Idem. É ´possível notar um desconhecimento a respeito da distinção entre orientação sexual e identidade de gênero na cobertura. Assim, em várias reportagens, fala-se em "orientação sexual" para se referir a todo o coletivo LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais). Outro equívoco foi utilizar a palavra "gay" para se referir a lésbicas e pessoas trans.

4. FRANCESCHINI, Gustavo. Atletas assumidos são dobro de Londres e Rio-2016 é a mais gay da história. Disponível em: *https://olimpiadas.uol.com.br/noticias/redacao/2016/08/12/atletas-assumidos-sao-dobro-de-londres-e-rio-2016-e-a-mais-gay-da-historia.htm*. Acesso em: 24 fev. 2017

sumidos, sendo só três deles homens. Desta vez, já são 49, 11 deles homens"[5].

Reportagem do site do *Estado de S. Paulo* intitulada "Olimpíada do Rio se consolida como os 'Jogos da Diversidade'" também utiliza a estratégia de comparar com o evento com versões anteriores para demonstrar o crescimento numérico, citando um "grupo de 64 atletas e técnicos abertamente gays, lésbicas, bissexuais, transgêneros ou transexuais que participam da Olimpíada" - "a cifra representa um aumento fabuloso em relação à Olimpíada de Londres, em 2012, quando eram 23 os assumidos, e à Pequim 2008, quando o grupo somava apenas 10"[6]. O número de atletas assumidamente LGBT também foi o mote de outros veículos como o *El País* ("Rio 2016 se transforma na Olimpíada mais gay da história"[7]) e do *Deutsche Welle* ("Olimpíadas fora do armário"[8]), que resgata os confrontos em Socchi: "Dois anos após os Jogos de Inverno de Sochi, na Rússia, marcados por boicotes e manifestações contra as leis homofóbicas do país, as Olimpíadas do Rio se transformaram numa grande celebração da diversidade sexual."[9] Veículos voltados ao público LGBT como o blog LGBT, espaço do *Dia Online*, também reforçaram essa abordagem:

> É lacre! São 44 os atletas nos Jogos Olímpicos que se declaram abertamente LGBTs. É o maior número já registrado no maior evento esportivo do planeta. (...) Se ainda há muito a conquistar em direi-

5. Idem.

6. BRASIL, Ubiratan. Olimpíada do Rio se consolida como os "Jogos da Diversidade". Disponível em: *http://esportes.estadao.com.br/noticias/jogos-olimpicos,olimpiada-do-rio-se-consolida-como-os-jogos-da-diversidade,10000069778*. Acesso em: 2 mar. 2017.

7. AVENDAÑO, Tom c. Rio 2016 se transforma na Olimpíada mais gay da história. Disponível em: *http://brasil.elpais.com/brasil/2016/08/09/deportes/1470774769_409560.html*. Acesso em: 2 mar. 2017.

8. OLIMPÍADA fora do armário. Disponível em: *http://www.dw.com/pt-br/olimp%C3%ADadas-fora-do-arm%C3%A1rio/a-19465500*. Acesso em: 22 fev. 2017.

9. Idem.

> tos civis e igualdade de condições com a maioria heterossexual, há também o que celebrar e os Jogos estão aí para isso.[10]

A pauta sobre a temática LGBT se fez presente em diversos veículos nos dias anteriores à cerimônia de abertura. No revezamento da tocha olímpica, notou-se a presença de gays, lésbicas e pessoas trans em diversos estados, o que foi motivo de comemoração pelo site Guia Gay São Paulo, ainda no dia primeiro de agosto.

> Diversos LGBT participaram do ato simbólico de carregar a tocha olímpica nas ruas brasileiras. Alguns deles: o ativista José Antônio Cattaneo, conhecido como Capitão gay (no Rio Grande do Sul), a professora transexual Bianca Lins (em Minas Gerais) e a ex-ginasta Lais Souza e a cartunista Laerte Coutinho (ambas em São Paulo). Essa semana a lista vai aumentar. Jordhan Less, primeiro guarda municipal trans do Rio de Janeiro, será uma das pessoas que conduzirá a tocha quando ela aportar na capital fluminense, assim como a cantora Simone e o produtor David Brazil.[11]

Foi justamente na capital fluminense que um beijo entre dois homens marcou o revezamento da tocha olímpica e teve grande repercussão nas redes sociais poucas horas antes da cerimônia de abertura. "A abertura das Olimpíadas deste ano já começou para nós. Nesta sex-

---

10. MARTINS, Felipe. 7 fotos que mostram que a Olimpíada do Rio é a mais LGBT da história. Disponível em: *http://blogs.odia.ig.com.br/lgbt/2016/08/12/7-fotos-que-mostram-que-a-olimpiada-do-rio-e-a-mais-lgbt-da-historia/* Acesso em: 22 fev. 2017.

11. GUIA Gay São Paulo. 7 fatos que tornam a Olimpíada do Rio a mais LGBT da história. Disponível em: *http://www.guiagaysaopaulo.com.br/1/n--7-fatos-que-tornam-a-olimpiada-do-rio-a-mais-lgbt-da-historia--01-08-2016--2975.htm*. Acesso em: 2 mar. 2017.

-feira (5), a passagem da tocha por Ipanema foi marcado por um belo beijo gay"[12]. No Twitter, a atitude foi comemorada[13].

O tema da diversidade sexual e de gênero foi um dos destaques na cerimônia de abertura dos jogos olímpicos do Rio. No estádio do Maracanã, um beijo capturado pelas câmeras antes do evento ter início provocou comoção do público presente e pareceu indicar para a cobertura jornalística uma tolerância da população brasileira para o assunto:

> No tradicional "telão do beijo", casais flagrados eram obrigados a dar, no mínimo, um selinho. Quando dois homens, namorados, apareceram e se beijaram, os mais de 40 mil espectadores foram ao delírio. A cena marcou a receptividade brasileira e a quebra de qualquer tipo de discriminação ou preconceito.[14]

O site de O Globo também enfatizou o beijo e falou em "aplausos incendiários" em comemoração à manifestação de afeto na matéria "Arquibancada vira palco e beijo gay faz sucesso no Maracanã":

> Primeiro, veio o beijo gay. Flagrado por câmeras na plateia e exibido num telão, poucos minutos antes do início da cerimônia de abertura dos Jogos do Rio. O beijaço esquentou o público, que já estava excitado à espera do espetáculo: aplausos incendiários arre-

---

12. DELCOLLI, Caio. #Rio2016: Revezamento da tocha olímpica em Ipanema tem um belo beijo gay. Disponível em: *http://www.huffpostbrasil.com/2016/08/05/beijo-gay-tocha-olimpica_n_11354728.html?ncid=fcbklnkbrhpmg00000004*. Acesso em: 2 mar. 2017.

13. No primeiro semestre de 2016, um beijo gay também ganhou espaço em um anúncio da Samsung, uma das patrocinadoras oficiais da Rio 2016. Intitulada "Brasil desafie barreiras", a peça traz um beijo entre dois rapazes enquanto a locução afirma "os jogos olímpicos não são apenas competições, são momentos em que desafiamos todas as barreiras". O vídeo pode ser visto em: *https://www.youtube.com/watch?v=s6Vs8Elztu0*.

14. ANDRÉ, Henrique. Selinho gay no 'telão do beijo' leva público ao delírio no Maracanã. Disponível em: *http://hojeemdia.com.br/esportes/selinho-gay-no-tel%C3%A3o-do-beijo-leva-p%C3%BAblico-ao-del%C3%ADrio-no-maracan%C3%A3-1.403699*. Acesso em: 24 fev. 2017.

> piaram o Maracanã. E aquele era só o início do clima de paixão que arrebataria as cerca de 45 mil pessoas ao longo da noite.[15]

Muito elogiada pela imprensa em função da criatividade e boa execução (em contraste com a Copa do Mundo de 2014, bastante criticada), a cerimônia de abertura da Rio 2016 foi compreendida como evento que passou a mensagem do Brasil como um país da diversidade social, cultural, racial, sexual e de gênero, como trouxe no título matéria do site do jornal Extra: "Cerimônia de abertura celebra a diversidade"[16]. Reportagem da *Folha de S. Paulo* também enfatiza esse diferencial:

> "O evento que abre a Rio-2016 tem um tom voltado para grandes questões sociais e ambientais do planeta. Em meio à tensão política, o país tenta se mostrar na festa de abertura dos Jogos como a nação das causas sociais. Empoderamento dos negros, dos jovens marginalizados, dos homossexuais, transgêneros, temas ambientalistas foram lembrados na festa"[17].

A estratégia de abordar a questão da diversidade na abertura dos jogos já havia sido divulgada pelos veículos de comunicação: "cerimônia de abertura promete tolerância e celebração da diversidade"[18]. Um dos diretores do espetáculo, o cineasta Fernando Meirelles, publicou poucas horas antes da abertura em seu perfil no Twitter: "A cerimônia de hoje terá índios, empoderamento dos negros e das mulheres, transgêneros e um alerta contra os riscos do uso de petróleo". O cine-

---

15. FILGUEIRAS, Mariana. Arquibancada vira palco e beijo gay faz sucesso no Maracanã. Disponível em: *http://oglobo.globo.com/esportes/arquibancada-vira-palco-beijo-gay-faz-sucesso-no-maracana-19866194*. Acesso em: 24 fev. 2017.

16. Disponível em: *http://extra.globo.com/esporte/rio-2016/cerimonia-de-abertura-dos-jogos-olimpicos-celebra-diversidade-fotos-19863883.html#img=0*. Acesso em: 26 fev. 207.

17. ABERTURA tem engajamento em causas sociais e vaias a Temer; Vanderlei Cordeiro de Lima acende pira. Disponível em: *http://aovivo.folha.uol.com.br/2016/08/05/4962-aovivo.shtml*. Acesso em: 2 mar. 2017

18. RIO 2016: cerimônia de abertura promete tolerância e celebração da diversidade. Disponível em: *http://istoe.com.br/rio-2016-cerimonia-de-abertura-promete-tolerancia-e-celebracao-da-diversidade/* Acesso em: 8 mar. 2017.

asta ironizou, referindo-se a dois personagens políticos, um no Brasil e outro nos Estados Unidos: "Bolsonaro vai odiar a cerimônia. Trump também. Pelo menos nisso acertamos"[19]

Era também esperada, na cerimônia de abertura, a participação da modelo Lea T, provavelmente a mulher trans brasileira de maior visibilidade internacional. O impacto de sua presença já havia sido anunciado em reportagens anteriores, como em "Lea T, a transexual que vai fazer história na abertura da Olimpíada"[20]. Na matéria do site da BBC, a modelo traz um discurso político em consonância com a pauta do movimento LGBT e mostra-se consciente da visibilidade proporcionada a ela pelo evento a favor da população Trans:

> Eu, como qualquer outra transexual, levanto uma bandeira. Falo da transexualidade porque faz parte da minha história, mas sou apenas mais uma integrante desta comunidade, sou mais uma. Sei que sou privilegiada por ter a mídia que me ouve, mas cada transexual em sua luta cotidiana tem igual importância para os LGBTs.[21]

O ineditismo foi destaque em vários veículos[22]. De bicicleta, Lea T. entrou à frente da delegação brasileira na cerimônia de abertura. A posição de destaque ocupada por uma mulher transexual repercutiu de maneira positiva por sites e colunas, principalmente naqueles que discutem a questão LGBT. Durante o evento, mais duas mulheres trans à frente de outras delegações:

> A entrada da modelo transexual Lea T à frente da delegação brasileira na abertura da Olimpíada, na última sexta-feira (5), foi o começo de uma semana em que a visibilidade da população LGBT

---

19. Disponível em: @fmei7777. Acesso em: 15 abr. 2017.

20. PUFF, Jefferson. Lea T, a transexual que vai fazer história na abertura da Olimpíada. Disponível em: *http://www.bbc.com/portuguese/brasil-36912561*. Acesso em: 3 mar. 2017.

21. Idem.

22. LEA T será primeira trans a participar de abertura das Olimpíadas**. Disponível em:** *https://catracalivre.com.br/geral/cidadania/indicacao/lea-t-sera-primeira-trans-participar-de-abertura-da-olimpiada/*. Acesso em: 2 mar. 2017.

> teve presença nos jogos do Rio de Janeiro. Outras duas transexuais também desfilaram à frente de delegações.[23]

O Me Salte, canal com temática LGBT do Correio24horas (plataforma online do jornal Correio), da Bahia, foi enfático: "A abertura da Olimpíada, que aconteceu na noite de sexta-feira (05), no Maracanã, entrou para a história por vários motivos. Mas, para nós LGBT, a participação da modelo transexual Lea T foi daquelas de ficar de pé de orgulho".[24]

A reclamação sobre a pouca visibilidade conferida à modelo trans pela Rede Globo, responsável pela exibição da cerimônia de abertura, foi feita por várias pessoas nas redes sociais. Veículos de informação também criticaram: "À frente do Time Brasil na Olimpíada, transexual Lea T. desaparece na TV": "A eleita para pedalar a bicicleta que antecedeu a entrada do Time Brasil no Maracanã foi mostrada em poucos quadros, em imagens distantes".[25]

Beijos olímpicos para a tradicional família brasileira

Histórias de amor foram amplamente retratadas em coberturas jornalísticas como forma de afirmar que, de fato, aquela era a Olimpíada da Diversidade. "O ponto alto da visibilidade LGBT foi o pedido de casamento à atleta do rugby Isadora Cerullo por sua namorada, Marjorie

---

23. RIO 2016: a Olimpíada mais LGBT da história. Disponível em: *http://www.correio24horas.com.br/blogs/mesalte/rio-2016-a-olimpiada-mais-lgbt-da-historia/#sthash.pwlUE7Ew.dpuf*. Acesso em: 2 mar. 2017.

24. GATHIER, Jorge. Modelo transexual Lea T puxa delegação brasileira na abertura da Olimpíada. Disponível em: *http://www.correio24horas.com.br/blogs/mesalte/modelo-transexual-brasileira-lea-t-puxa-delegacao-brasileira-na-abertura-da-olimpiada/*. Acesso em: 2 mar. 2017.

25. À FRENTE do Time Brasil na Olimpíada, transexual Lea T. desaparece na TV. Disponível em: *http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/08/1799624-a-frente-do-time-brasil-na-olimpiada-transexual-lea-t-desaparece-na-tv.shtml.* Acesso em: 2 mar. 2017.

Enya, depois do último jogo da seleção feminina do Brasil", sentenciou reportagem da Agência Brasil[26]

> A atleta de 25 anos conta que conheceu a noiva no rugby e fala com orgulho do pedido que rodou o mundo, registrado em vídeo e fotos. 'Foi muito emocionante. Eu não estava esperando e achava que ia só fazer uma entrevista. Foi muito importante poder pronunciar o amor e demonstrar publicamente'.[27]

Outro pedido de casamento que ganhou os holofotes foi o do corredor britânico Tom Bosworth ao seu namorado.

> "Depois de encerrar sua participação na Rio-2016 com um sexto lugar na marcha atlética, Tom Bosworth decidiu deixar a cidade carioca marcada de vez em sua vida. Nesta segunda-feira (15), ele pediu o namorado, Harry Dineley, em casamento, em plena praia de Copacabana[28].

Bosworh foi um dos muitos atletas LGBT que competiram na Rio 2016. Em outubro de 2015, ele havia se assumido gay com grande repercussão: "Em entrevista à BBC, rede de rádio e televisão de maior audiência do Reino Unido, o atleta se declarou homossexual e tornou-se um militante da causa LGBT"[29]. Ambos os pedidos de casamento resultaram em imagens que circularam amplamente por sites jornalísticos e nas redes sociais. Bosworh, por exemplo, postou, em seu perfil no Twitter, o exato momento em que, ajoelhado nas areias de Copacabana, fez o pedido ao namorado. Harry Dineley, por sua vez, postou

---

26. LISBOA, Vinícius. Com pedido de casamento, Rio 2016 dá visibilidade à causa LGBT. Disponível em: *http://agenciabrasil.ebc.com.br/rio-2016/noticia/2016-08/com-pedido-de-casamento-gay-rio-2016-da-visibilidade-causa-lgbt*. Acesso em: 4 mar. 2017.

27. Idem.

28. CORREDOR do Reino Unido pede namorado em casamento na praia de Copacabana. Disponível em: *https://olimpiadas.uol.com.br/noticias/redacao/2016/08/15/atleta-gay-do-reino-unido-pede-namorado-em-casamento-na-praia-de-copacabana.htm*. Acesso em: 4 mar. 2017.

29. Idem.

em sua conta uma foto da mão com a aliança: os sites reproduziram as imagens.

Os pedidos de casamento durante a Olimpíada não foram os únicos momentos em que o afeto LGBT ganhou espaço na cobertura jornalística e nas redes. O casal britânico Kate e Helen Richardson-Walsh, jogadoras de hóquei sobre grama, também recebeu muita atenção: "Kate Richardson-Walsh, a número 11, e Helen Richardson-Walsh, camisa 8, são donas de um feito inédito na história dos Jogos Olímpicos: o primeiro par casado no papel a competir junto em um mesmo time"[30].

O nadador britânico Tom Daley e seu noivo foram um dos casais acompanhados durante o evento:

> "A delegação britânica trouxe também o astro LGBT Tom Daley, que ganhou o bronze no salto sincronizado de 10 metros. Seu noivo, o roteirista Dustin Lance, estava na arquibancada, e os dois comemoraram juntos a conquista em fotos nas redes sociais compartilhadas com seus milhões de seguidores"[31].

Foi a maior visibilidade proporcionada pela Olimpíada que trouxe à tona a vida amorosa da judoca Rafaela Silva, que ganhou a primeira medalha de ouro para o Brasil. Em um primeiro momento, a orientação sexual de Rafaela não apareceu, mesmo quando ela ganhou o ouro olímpico. Vítima de racismo na Olimpíada de Londres, Rafaela, ao ser a primeira a ganhar o ouro na Rio 2016, foi retratada como uma síntese do Brasil batalhador, que enfrenta e vence as adversidades, como mostram os títulos das matérias do *El País* ("Negra, pobre e Silva: o primeiro ouro da Rio 2016 é a cara do Brasil"[32]) e do Globo Esporte

---

30. LEITE, José Ricardo. Inédito: elas são as primeiras casadas no papel a jogar juntas em Jogos. Disponível em: *https://olimpiadas.uol.com.br/noticias/redacao/2016/08/11/inedito-elas-sao-primeiro-casal-gay-casado-a-competir-numa-olimpiada.htm*. Acesso em: 4 mar. 2017.

31. LISBOA, Vinícius. Com pedido de casamento, Rio 2016 dá visibilidade à causa LGBT. Disponível em: *http://agenciabrasil.ebc.com.br/rio-2016/noticia/2016-08/com-pedido-de-casamento-gay-rio-2016-da-visibilidade-causa-lgbt*. Acesso em: 4 mar. 2017.

32. MONIZ, GUSTAVO. Somos todos Silva: Rafaela conquista 1º ouro do Brasil na Olimpíada do Rio. Disponível em: *http://brasil.elpais.com/brasil/2016/08/09/*

("Somos todos Silva: Rafaela conquista 1º ouro do Brasil na Olimpíada do Rio"[33]).

A questão da orientação sexual veio em um segundo momento, inclusive com entrevistas com a namorada da judoca. "Thamara é namorada de Rafaela há quase 3 anos - a data será comemorada no dia 27. Nas redes sociais, o romance era público, mas as duas nunca haviam falado abertamente sobre o assunto até que a vitória na Rio 2016 aumentou o interesse sobre a vida pessoal da judoca."[34] O site do Globo Esporte, então, traça um perfil da namorada e de sua importância na carreira da atleta ("O alicerce que ninguém vê: namorada cuida de tudo para que Rafaela só lute"[35]). O site Catraca Livre adotou um tom claramente de celebração na reportagem "Ouro no judô e no amor: conheça a namorada de Rafaela Silva": Podemos falar que estas são as Olimpíadas do amor? Podemos, sim! Uma das provas disso é a judoca Rafaela Silva (primeira medalha de ouro do Brasil nos Jogos Olímpicos do Rio) e sua namorada Thamara Cezar, uma ex-judoca".[36]

O preconceito dentro e fora dos estádios

O tom otimista e amoroso da maior parte das matérias, ainda que majoritário, não foi unânime. Em veículos noticiosos e nas redes so-

---

deportes/1470695638_790195.html. Acesso em: 4 mar. 2017.

33. ABRAMVEZT, David et al. Somos todos Silva: Rafaela conquista 1º ouro do Brasil na Olimpíada do Rio. Disponível em: *http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/judo/noticia/2016/08/somos-todos-silva-rafaela-conquista-1-ouro-do-brasil-na-olimpiada-do-rio.html.* Acesso em: 4 mar. 2017.

34. ALENCAR, Juliana. Namorada de Rafaela Silva diz que casal sonha em comemorar ouro na Disney. Disponível em: *https://olimpiadas.uol.com.br/noticias/redacao/2016/08/11/namorada-de-rafaela-silva-diz-que-casal-sonha-em-comemorar-ouro-na-disney.htm*. Acesso em: 4 mar. 2017.

35. ABRAMVEZT, David; REBELLO, Helena. O alicerce que ninguém vê: namorada cuida de tudo para que Rafaela só lute". Disponível em: *http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/judo/noticia/2016/08/o-alicerce-que-ninguem-ve-namorada-cuida-de-tudo-para-que-rafaela-so-lutee.html*. Acesso em: 4 mar. 2017.

36. Ouro no judô e no amor: conheça a namorada de Rafaela Silva. Disponível em: *https://estilo.catracalivre.com.br/comportamento/ouro-no-judo-e-no-amor-conheca-namorada-de-rafaela-silva/*. Acesso em: 4 mar. 2017.

ciais, houve repercussão, ainda que com menor destaque, de episódios e depoimentos sobre a homofobia, a transfobia e o machismo que constituem a sociedade brasileira. Um exemplo foi o registro noticioso dos gritos de "bicha" nos jogos de futebol feminino.

> O constrangedor grito de "bicha" nos estádios do Brasil tem incomodado também as atletas do futebol feminino. Megan Rapinoe, meio-campista da seleção dos Estados Unidos, reclama do canto homofóbico nas partidas do futebol olímpico da Rio-2016. (...) 'É pessoalmente doloroso', lamenta a jogadora, que assume publicamente sua homossexualidade"[37].

Os gritos ocorreram em outros jogos também. A reportagem do site UOL informa que "o Comitê Olímpico Internacional (COI) não se pronuncia sobre o comportamento das torcidas na Rio-2016"[38]. Mas o colunista Leonardo Sakamoto, em seu blog, defendeu que o "Brasil deveria ser punido por homofobia da torcida nas Olimpíadas": "Não, não é só esporte. Porque esporte é grande demais para ser só esporte. Pois ele é espelho da sociedade que somos e tratado como farol dos valores que desejamos ser. E quando o esporte é palco para agressão da dignidade, não é apenas um determinado grupo, mas toda a sociedade que é atacada"[39].

Episódios de preconceito não se restringiram aos estádios. Uma hashtag que circulou pelo Twitter causou indignação. "É, migos (*sic*). Ainda estamos no sétimo dia de Olimpíadas e já criaram a pior hashtag de todos os jogos. Figura nos trending topics do Twitter #GaysNoMerecenMedallas" (Gays Não Merecem Medalhas, traduzido do espanhol). Em relação a esse tema, um usuário do Twitter chegou a afirmar que

---

37. ATLETAS lésbicas da Rio-2016 denunciam homofobia da torcida no futebol. Disponível em: *Https://olimpiadas.uol.com.br/noticias/redacao/2016/08/06/atletas-lesbicas-da-rio-2016-denunciam-homofobia-da-torcida-no-futebol.htm*. Acesso em: 4 mar. 2017

38. Idem.

39. SAKAMOTO, Leonardo. Brasil deveria ser punido por homofobia da torcida nas Olimpíadas. Disponível em: *https://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2016/08/08/brasil-deveria-ser-punido-por-homofobia-da-torcida-nas-olimpiadas-2/?cmpid=copiaecola*. Acesso em: 8 mar. 2017.

"Se os gays podem ganhar medalhas, então deem medalhas também aos animais."[40]

Site da revista Galileu também criticou a ação na reportagem "Gays não merecem medalhas: hashtag gringa destila homofobia no Twitter": "O assunto começou por meio de usuários espanhóis que publicaram mensagem como "Viado Insignificante de Merda" com imagens do atleta britânico Tom Daley, que é gay e ganhou o ouro no salto sincronizado masculino na Olimpíada do Rio".[41]

Após perder a semifinal dos 200m medley, a nadadora pernambucana Joanna Maranhão, alvo de críticas preconceituosas em sua página no Facebook, trouxe à tona a verdade incômoda subjacente às "Olimpíadas da diversidade": "Joanna desabafa após ataques em redes sociais: 'Brasil é racista, machista e homofóbico'."[42] Também Caio Bonfim, que surpreendeu ao chegar em quarto lugar na marcha atlética masculina, desnudou as opressões cotidianas do país que se apresentava, naquele momento, como local da tolerância e do respeito.

> "Não teve nenhum dia que eu tenha saído na rua que não fui xingado por fazer a marcha atlética", disse Caio. "Dizem: vira homem, para de rebolar, viado, fora, vai pra casa, vai trabalhar, vagabundo... Todo dia! Estou há nove anos na marcha e não teve um dia que não tenham xingado", afirmou o atleta de 25 anos, bastante emocionado após o resultado, que nunca tinha sido alcançado por um marchador brasileiro.[43]

---

40. CRIARAM a pior hashtag das Olimpíadas Rio 2016. Disponível em: *https://catracalivre.com.br/geral/cidadania/indicacao/criaram-pior-hashtag-das-olimpiadas-rio-2016/*. Acesso em: 8 mar. 2016.

41. MOREIRA, Isabela. Gays não merecem medalhas: hashtag gringa destila homofobia no Twitter. Disponível em: *http://revistagalileu.globo.com/blogs/buzz/noticia/2016/08/gays-nao-merecem-medalhas-hashtag-gringa-destila-homofobia-no-twitterr.html*. Acesso em: 8 mar. 2017.

42. STRINI, Antônio; RESENDE, Igor. Joanna desabafa após ataques em redes sociais: 'Brasil é racista, machista e homofóbico'. Disponível em: *http://espn.uol.com.br/noticia/620664_joanna-desabafa-apos-ataques-em-redes-sociais-brasil-e-racista-machista-e-homofobico*. Acesso em: 8 mar. 2017.

43. WILSON, Adriano. "Me chamam de veado", desabafa Caio Bonfim após 4º lugar na marcha atlética. Disponível em: *https://olimpiadas.uol.com.br/noticias/*

Logo no início das competições, sites de jornais internacionais opuseram a maior abertura dos jogos olímpicos à diversidade sexual e de gênero ao contexto brasileiro, com números altos de assassinatos de pessoas LGBT, a "dura realidade homofóbica do país", como salientou site da alemã Deutsche Welle[44]:

> O destaque gay nas Olimpíadas contrasta com a dura realidade homofóbica do país em que um LGBT é morto a cada 28 horas, segundo dados do Grupo Gay da Bahia– foram 319 assassinatos no ano passado no país contra, por exemplo, 20 nos Estados Unidos – e onde um deputado como Jair Bolsonaro se sente confortável de dizer que prefere ter um filho morto a um filho gay[45].

O site do jornal espanhol *El País* compara também a Olimpíada com o próprio país-sede, "onde a homofobia cresceu nos últimos anos"[46], apresentando os números da violência divulgados pelo Grupo Gay da Bahia. Traz ainda a fala do especialista em direitos LGBT na América do Sul Javier Corrales, professor de Ciência Política da Universidade de Amhrest, em Boston, nos Estados Unidos. Sua fala é utilizada pela reportagem como forma de se criticar a atuação de parlamentares no Congresso Brasileiro:

> O Brasil esteve sempre aberto à inclusão dos homossexuais em comparação com outros países vizinhos: aceitou a união civil de pessoas do mesmo sexo em 2003 e legalizou o seu casamento em 2013, seguindo o exemplo do Uruguai e da Argentina. Mas a caminhada parece ter chegado a um platô e a explicação para essa paralisia estaria no papel que o Legislativo tem exercido nos últimos tempos, acredita Corrales. 'O bloco parlamentar evangélico [mais

---

redacao/2016/08/12/nao-teve-um-dia-que-nao-me-xingaram-de-veado-desabafa-caio-bonfim.htm. Acesso em: 8 mar. 2017.

44. OLIMPÍADA fora do armário. Disponível em: *http://www.dw.com/pt-br/olimp%C3%ADadas-fora-do-arm%C3%A1rio/a-19465500*. Acesso em: 22 fev. 2017.

45. Idem.

46. AVENDAÑO, Tom c. Rio 2016 se transforma na Olimpíada mais gay da história. Disponível em: *http://brasil.elpais.com/brasil/2016/08/09/deportes/1470774769_409560.html*. Acesso em: 2 mar. 2017.

> conservador] é um pouco mais da metade do que qualquer outro grupo político no Congresso', observa. Os deputados evangélicos têm defendido projetos polêmicos e excludentes, como o Estatuto da Família – que apenas reconhece casais heterossexuais – e até já propôs a cura gay.[47]

Nesse sentido, vale registrar que parte da imprensa, sobretudo internacional, remeteu aos Jogos de Inverno de 2014, realizados em Socchi, na Rússia[48], onde o viés da cobertura feita pela mídia estrangeira aparecia de forma oposta ao da Rio 2016: imagens televisionadas de manifestantes retirados à força dos locais dos jogos por estarem portando as cores do arco-íris, ativistas pró-direitos LGBT presos em Moscou e São Petersburgo e boicote de líderes políticos de outros países. ONGs internacionais de Direitos Humanos demonstraram preocupação e atletas, como protesto, fizeram declarações públicas logo antes de embarcarem para a Rússia. Algumas empresas também se posicionaram, como o Google, que, no dia da abertura dos jogos, no dia 7 de fevereiro, trouxe em sua página inicial, as cores do movimento LGBT e uma citação da Carta Olímpica que reforçava a ideia de diversidade.

A busca por uma cobertura contextualizada começou antes das Olimpíadas do Rio – ainda que, como vimos tenha surtido pouco efeito. No dia 3 de agosto, a *Glaad* (Gay e Lesbian Alliance Against Defamation), ONG dos Estados Unidos que monitora o modo como a mídia retrata as pessoas LGBT, publicou um relatório em seu site chamando a atenção da necessidade de uma cobertura mais contextualizada dos meios de comunicação na questão LGBT no país. Com o título "*Don't forget about Brazilian LGBT issues during Rio Olympics coverage*", o relatório cita o aumento de assassinatos de LGBT no país, especialmente

---

47. AVENDAÑO, Tom c. Rio 2016 se transforma na Olimpíada mais gay da história. Disponível em: *http://brasil.elpais.com/brasil/2016/08/09/deportes/1470774769_409560.html*. Acesso em: 2 mar. 2017.

48. O pano de fundo da polêmica foi uma lei aprovada em 2013 no país que proíbe a propaganda de orientação sexual "não-tradicional" para menores, o que inclui manifestações públicas de afeto ou ainda vestir, por exemplo, uma camisa com as cores da bandeira LGBT

mulheres trans, informando que o Brasil é o país com maior número de casos notificados de violência contra pessoas transexuais[49].

O texto ainda traz a atuação de políticos evangélicos com uma pauta anti-LGBT e a preocupação de ativistas brasileiros com o governo Temer. Esses ativistas, cujos nomes não são citados, afirmam que é o momento mais anti-LGBT que vivenciaram, pior mesmo que a ditadura militar. Além da atuação de religiosos fundamentalistas e da violência policial, o relatório aborda ainda a maior possibilidade de pessoas LGBT viverem na pobreza: "Porque a muitas pessoas LGBT não é dado acesso igual à educação, ao mercado de trabalho e à moradia, a taxa de pobreza é muito mais alta para a comunidade LGBT"[50].

A reportagem "Casa na Lapa vira refúgio para travestis expulsas das ruas durante os Jogos" do site UOL, de 19 de agosto, exemplifica as complexas exclusões a que a população LGBT - principalmente mulheres transexuais e travestis - está submetida conforme citado pela Glaad. Na reportagem, ficam evidentes a exclusão do trabalho formal e à falta de moradia. Pela fala das entrevistadas, percebe-se que os megaeventos que ocorreram na cidade do Rio de Janeiro tiveram um impacto negativo, agravando uma situação já precária.

> O projeto [a Casa Nem] foi criado pela ativista e prostituta Indianara Siqueira. Ela queria receber meninas desenganadas em busca de uma vida melhor. Durante os Jogos, abriu as portas para quem sentiu na pele a exclusão da Olimpíada.
>
> Vanessa Silva é uma delas. Hoje ela já consegue mostrar mais vezes o sorriso tímido. Passou a se montar com alegria. Bem diferente de quando chegou há algumas semanas, depois de ser enxotada das ruas do centro da cidade, onde morava com o marido. Ela conta que agentes da prefeitura colocaram em prática uma 'campanha

49. RYAN, Olivia Zayas. Don't forget about Brazilian LGBT issues during Rio Olympics coverage. Disponível em: *http://www.glaad.org/blog/dont-forget-about-brazilian-lgbt-issues-during-rio-olympics-coverage*. Acesso em: 12 mar. 2017.

50. Do original: "Because many LGBT people aren't given equal access to education, job opportunities and housing, the poverty rate is much higher for the LGBT community".

> de higienização', interrompendo até a distribuição de alimentos e cobertores que eles recebiam regularmente.[51]

O texto segue com as entrevistadas denunciando maus tratos durante a Copa do Mundo nos abrigos da cidade do Rio de Janeiro. "Elas relatam um histórico de desrespeito - não eram chamadas pelo nome social, tinham que usar o banheiro masculino e recebiam kits de higiene reduzidos, tanto que eram obrigadas a dividir a lâmina de barbear". A matéria do UOL destoa do tom mais otimista que dominou a cobertura sobre diversidade nos jogos olímpicos, principalmente ao colher as falas das travestis afetadas pela Rio 2016 e a Copa do Mundo de 2014.

Considerações finais

A Rio 2016 emergiu em sites e portais que fizeram sua cobertura como uma "Olimpíada fora do armário". De fato, a temática LGBT recebeu uma atenção positiva com pautas trazendo personagens diversos em muitos momentos. O aumento do número de atletas assumidamente LGBT, em relação às Olimpíadas de Londres, deu um tom otimista à maioria das reportagens – diferentemente, por exemplo do que ocorreu na Olimpíada de Inverno em Socchi, em 2014, quando a temática LGBT surgiu por meio de pautas que privilegiavam a polêmica e o confronto, devido à legislação russa restritiva a direitos LGBT.

Na cobertura da Rio 2016, predominou o enfoque em histórias de amor, casais apaixonados, histórias de vida e superação de atletas nacionais e internacionais, com a produção de imagens de beijos e pedidos de casamento, comemorados como um avanço no clima de respeito à diversidade que a Olimpíada inspirava.

Embora a cobertura tenha celebrado essas manifestações de afeto, ficou evidente que grande parte dos profissionais do jornalismo dominava pouco o assunto, confundindo conceitos básicos como orientação sexual, que se refere a gays e lésbicas, por exemplo, com identidade de gênero (quando se fala de travestis e homens e mulheres transexuais).

---

51. OLIVEIRA, Luiza. Casa na Lapa vira refúgio para travestis expulsas das ruas durante os Jogos. Disponível em: 12 mar. 2017.

Foi comum também o uso do termo "gay" para se referir a todas as pessoas LGBT (lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais), como ocorreu quando alguns títulos de reportagens falaram da Rio 2016 como a "olimpíada mais gay da história".

Usuários de redes sociais e sites especializados voltados para o público LGBT mostram-se mais atentos aos personagens LGBT que participavam do megaevento do que sites de jornais da grande imprensa. Na cerimônia de abertura, por exemplo, rapidamente passaram a circular nas redes, as fotos das outras duas mulheres transexuais que participavam, além da modelo Lea T. O pouco destaque na televisão que receberam foi motivo de reclamação (principalmente contra a *Rede Globo*, que fez a cobertura e não as mencionou e que exibiu pouco Lea T.).

Os números da violência contra LGBT e o aumento do fundamentalismo religioso no Brasil surgiram como contraponto às expectativas em relação à Olimpíada da Diversidade, principalmente em sites de veículos internacionais - mas longe do destaque dado às histórias de amor e superação. Pouco se falou sobre os impactos negativos da Rio 2016 na vida da população LGBT e sobre o que as travestis entrevistadas pelo site UOL chamaram de "campanha de higienização".

Referências Bibliográficas

OLYMPIC CHARTER. Disponível em: <*https://stillmed.olympic.org/Documents/olympic_charter_en.pdf*> . Publicada em 2015. Acesso em 01 mar. 2017.

LEAL, Bruno Souza; DE CARVALHO, Carlos Alberto. **Jornalismo e homofobia no Brasil**: mapeamento e reflexões. São Paulo: Intermeios, 2012.

MÁXIMO PRADO, Marco Aurélio; VIANA MACHADO, Frederico. **Preconceito contra homossexualidades:** A hierarquia da invisibilidade. São Paulo: Cortez, 2008.

DA SILVA, Regina Helena Alves; ZIVIANI, Paula; MADEIRA, Thaíse Valentim. Os megaeventos como arena: o jogo das identidades e os espetáculos das culturas. Disponível em <*http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT03_COMUNICACAO_E_CULTURA/artigo_compos_2014_vf_2157.pdf*>**. Acesso em: 01 mar. 2017**>.

TARCIA, Lorena. **Tramas da Convergência**: cartografia de dispositivos acoplados na cobertura dos Jogos Olímpicos de Verão pela BBC em 2012. 2015. Tese – Programa de Pós-Graduacao em Comunicação, Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, maio de 2015.

PARTE 3

CONTROVÉRSIAS SOCIOPOLÍTICAS E VISIBILIDADES

#RIO2016:

CURVAS DE VISIBILIDADE, TENSÕES E DISPUTAS NO DESVELAMENTO DO HIPERDISPOSITIVO OLÍMPICO

LORENA TÁRCIA

Espetacular. Pulsante. Icônico. Incrível. Impressionante. Deslumbrante. Vibrante. Assim o Comitê Olimpíco Internacional (COI) adjetiva oficialmente o evento de abertura dos Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro, em 5 de agosto de 2016. "Este é o momento da cidade maravilhosa", discursou o presidente Thomas Bach (in SPORTV, 2016).

> A Comissão Organizadora, as autoridades brasileiras em todos os níveis e todos os brasileiros podem se orgulhar muito esta noite com os Jogos Olímpicos como um catalisador de ter conseguido, em apenas sete anos, o que gerações antes só poderiam sonhar. Vocês transformaram a cidade maravilhosa do Rio de Janeiro em uma metrópole moderna e a tornaram ainda mais bonita. (BACH in SPORTV, 2016)

O presidente do Comitê Rio 2016, Carlos Nuzman (in GLOBOPLAY, 2016) , se disse o "homem mais orgulhoso vivo" por ser anfitrião dos jogos. "Neste mundo Olímpico, há uma lei universal para

todos. Neste mundo Olímpico, somos todos iguais. Neste mundo Olímpico, vemos que os valores da nossa humanidade compartilhada são mais fortes do que as forças que querem nos dividir."

Houve tempos em que discursos desta natureza seriam reverberados enquanto constituintes do que Foucault identifica como uma histórica lisa, isenta de brechas e sigilos, por uma mídia verticalizada, sujeita a rarefeitas manifestações conflitantes. Hoje, a complexidade das redes de relações *on* e *off-line* nos possibilitam desvelar e mapear linhas de força, fuga, fissuras e resistência do que consideramos um complexo hiperdispositivo enredado em regimes de forças, luzes e sombras.

A partir da proposta metodológica de nossa tese de doutorado (Tárcia, 2015), o presente estudo, busca cartografar os tensionamentos que constituíram a rede de relações no entorno dos discursos oficiais proferidos na cerimônia de abertura dos Jogos Olímpicos Rio 2016.

Partimos do resgate histórico e dos registros e discursos do Comitê Olímpico Internacional (COI ou IOC, em inglês), para cruzar curvas de visibilidade e enunciados com outras linhas de força e fissura identificadas por meio de pesquisas da memória do evento indexadas pelo Google. Cartografamos rotas a partir das quais reconhecemos as dinâmicas de relações dos dispositivos esportivo, jornalístico e midiático, destacando contrastes, conflitos e disputas entre os enunciados oficiais e os acontecimentos registrados nas redes digitais online.

Os resultados do nosso mapeamento mostram a conformação, a partir das táticas (De Certeau, 1994), das manifestações de resistência e questionamento inscritas nas memórias das redes, como mais uma camada na composição de um hiperdispositivo capaz de tensionar o já complexo dispositivo Olímpico, em suas relações com o jornalismo e as mídias. Revela ainda o silêncio, o embuste, a cumplicidade e a reprodução de construções narrativas centenárias enquanto estratégias (De Certeau, 1994) de manutenção das relações de saber-poder também identificadas em nossa tese.

1. Breve retomada

Em nossa tese de doutorado (Tarcia, 2015), nos propusemos a olhar o processo de convergência de mídias e suas relações com o jornalis-

mo, a partir da noção foucaultiana de dispositivo. Sugerimos o desvelamento de linhas enredadas, em regimes de forças, luzes e sombras e traçamos estratégias para compreender os jogos de poder e saber entranhados no cruzamento de dispositivos múltiplos no universo superlativo dos megaeventos, mais especificamente, as Olimpíadas de Londres em 2012. No nosso entendimento, a convergência de mídias pode ser mais bem compreendida a partir do reconhecimento de um hiperdispositivo, constituído por três dispositivos convergentes e potencializados entre si - o esporte, o jornalismo e as mídias - em um feixe de relações complexificado pelos processos contemporâneos de comunicação.

Para desvelar esse novelo em permanente estado de movimento, propusemos a construção de uma metodologia baseada na conjugação de dois processos, a nosso ver, complementares: a genealogia das relações de saber-poder (Foucault, 1999) e a cartografia de dispositivos (Deleuze; Guattari, 1995).

O que nos interessou no conceito de dispositivo de Foucault, assim como na abordagem do tema a partir de Deleuze e Guattari, foi a forma como se viabiliza um modo de observar episódios heterogêneos, diversificados e espraiados em rede por meio da captura dos discursos e não discursos representativos das relações de saber-poder que os constituem alinear e historicamente. Por entendermos, com base em Foucault, a importância das ausências, das inconsistências discursivas na constituição de um dispositivo, buscamos afastar uma perspectiva histórica lisa, isenta de brechas e sigilos, marca dos relatórios e das coberturas oficiais das Olimpíadas, hoje tensionadas pela lógica da horizontalidade (Jenkins, 2008) hiante nas redes digitais online.

Nosso movimento metodológico consistiu em um mapeamento genealógico das relações de discurso-saber-poder que conformaram os dispositivos em questão, procurando compreender a construção histórica do processo de convergência de mídias entre 1896 (primeiro Jogo Olímpico da era moderna) e 2008 (Jogos pré-Londres/2012), por meio da análise de documentos oficiais, notícias de jornais, publicações e comentários na *web*. Não apenas estes, mas também outros indícios não discursivos, como os prédios, as imagens, os silêncios etc., compu-

seram essa perspectiva. A este movimento de mapeamento de dispositivos em rede, nomeamos *cartografia de dispositivos on e off-line.*

2. O dispositivo Olímpico

Além do *status* econômico e internacional mobilizado no entorno olímpico, outras questões menos glamorosas têm sido levantadas nos estudos sobre megaeventos esportivos midiáticos, revelando fissuras analisáveis genealogicamente. A base desses questionamentos parece estar na crescente tensão entre a natureza elitista das competições e o caráter igualitário pregado pelas curvas de visibilidade e enunciados do Olimpismo (Girginov, 2013). Historicamente, as Olimpíadas têm sido palco de disputas políticas (Andranovich *et al.*, 2010; Hill, 1996; Lenskyj, 2012; Senn, 1999) - "Um grande parque de diversões da política internacional", nos dizeres de Senn (1999; 2008) - e econômicas (Barney, 1993; Preuss, 2008; Downward; Ralston, 2006; Crompton, 2004; Lawrence, 2006; Preuss, 2000; Tomlinson, 2005, 2014). Entretanto, poucos estudos embrenham-se nos bastidores desse intrincado dispositivo, justamente por suas estratégias protetivas.

Por proteção, não se deve compreender apenas defesa ostensiva ou desvirtuamento direto de informações, como têm sido os exemplos atuais na política pós-verdadeira[1] estadunidense. As estratégias dispositivas dos megaeventos passam também por mecanismos suaves, esteticamente aprimorados ou divertidos. Respostas inusitadas do IOC são uma amostra do refinamento permanente das estratégias utilizadas pelo Comitê Olímpico para atualizar suas técnicas de poder-saber no universo visual e simbólico, em tempos do que Crary (2012, p. 11) chama de "drástica reconfiguração das relações entre o sujeito que observa e os modos de representação". Não muito tempo atrás, qualquer uso público de imagens olímpicas como os cinco anéis e dos outros símbolos e rituais olímpicos estaria sujeito a penalidades jurídicas. As

1. Eleita palavra do ano pelo Dicionário Oxford, em 2016, pós-verdade foi definida por aquela universidade como "circunstâncias em que fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e crença pessoal." Segundo a Oxford Dictionaries, o termo "pós-verdade" com a definição atual foi usado pela primeira vez em 1992 pelo dramaturgo sérvio-americano Steve Tesich.

punições ainda existem para o uso comercial do símbolo máximo do Olimpismo, porém o controle de uso das imagens e suas apropriações, principalmente em *sites* de redes sociais, tem se mostrado inviável neste momento em que os "espaços visuais" fabricados são "radicalmente diferentes das capacidades miméticas do cinema, da fotografia e da televisão" (CRARY, 2012, p. 11).

3. Sobre apagamentos e memórias

No contexto contemporâneo de abundância e replicação algorítmica, nem todos os movimentos discursivos e imagéticos do Comitê Olímpico são capazes de promover apagamento das críticas relativas às suas controversas ações históricas. Na Wikipedia – observe-se que não a acionamos enquanto saber científico, mas como um arquivo *on-line* (Huyssen, 2010), uma camada de espessamento do hiperdispositivo, quarto *site* mais acessado do mundo, traduzido em 288 diferentes idiomas, com 500 milhões de visitantes únicos mensais –, sob o *sublink* "Olympics>Criticism", encontramos substantivos e adjetivos como: "racismo", "nepotismo", "corrupção", "intratável", "controversa", "suborno", "expulsão", "escândalo", "insentitivo". Na mesma página, no *sublink* "Olympics>Controversies", estão listadas fissuras históricas: "boicotes", "manifestações políticas", "doping", "discriminação", "terrorismo e violência", "colonialismo". No nosso entendimento, esse discurso, possibilitado pelas lógicas horizontalizadas da convergência de mídias, pode se configurar enquanto uma das muitas dobras de uma nova composição de forças. Não se trata, realçamos, de uma força externa ao dispositivo, porém uma alça, componente transversal, uma linha de fissura antes inerte no universo das mídias analógicas.

Esse *links* da Wikipedia, construídos de forma colaborativa, estão repletos de outros nós para notícias, *sites*, artigos, pesquisas, fontes, que corroboram ou contradizem cada um dos termos acima ao clique do *mouse*, fragmentos de linhas antes pouco visíveis na correlação das forças modeladoras das curvas de visibilidade olímpicas, midiáticas e jornalística. No complexo contexto contemporâneo de comunicações, os discursos de lógicas distintas se entrecruzam, são iluminados ou apagados ao sabor de algoritmos, recuperados não apenas pela impren-

sa, mas também por agentes em conexões de redes sociais diversificadas. Passado o furor olímpico, esses hipertextos continuam expondo as entranhas do aparato olímpico, acessíveis a quem possa se interessar, em regimes de visualidades impensáveis tempos atrás, quando os registros se encontravam incorporados a papéis ou fitas magnéticas, nos arquivos das empresas de comunicação, nas bibliotecas de alguns países ou, em sua maioria, arquivados pelo próprio COI e sujeitos à sua curatela. A cada edição olímpica – ou de outros megaeventos como a Copa do Mundo, em 2014 -, esses fragmentos digitais ressurgem em formas várias, mixados aos átomos de renovadas reportagens ou nas memórias *on/off-line* de cada localidade, fazendo aflorar discursos e não discursos de apoio ou questionamento, em regime de retroalimentação da imprensa e das mídias.

Nesta perspectiva, o discurso da "beleza a baixo custo"[2] do espetáculo de abertura da Rio 2016 já foi incorporado ao rol estratégico dos enunciados olímpicos, da imprensa e da própria audiência. Entretanto, outras perspectivas contrastantes e conflituosas tangenciam estas linhas discursivas. É neste universo que adentramos, na tentativa de desvelar nódulos deste intrincado novelo.

4. Cerimônia de abertura #Rio2016: visibilidades, contrastes, conflitos e disputas

Foucault não se ocupa em discutir o que é verdade. Para ele, cada sociedade possui seu regime de verdade. Podemos dizer que cada megaevento esportivo tem seu regime próprio de luzes e sombras. A genealogia do dispositivo Olímpico nos revela estratégias de construção de verdades que se encorpam na repetição de enunciados gerados e gestados desde os primórdios dos Jogos. As curvas de visibilidade são cuidadosamente redirecionadas e ricamente registradas, com fotografias, vídeos, relatórios e relatos curados para disposição nos canais oficiais e transmitidos pelas emissoras parceiras. Neste universo discursi-

2. Discurso dos diretores Fernando Meirelles, Andrucha Waddington e Daniela Thomas, responsáveis pela festa de abertura, e Rosa Magalhães, responsável pelo encerramento. Vide *http://www.ebc.com.br/noticias/2015/09/criatividade-vai-compensar-baixo-orcamento-na-abertura-dos-jogos-rio-2016*

vo, forja-se a superfície lisa de uma história que se pretende coerente, isenta de falhas e autocrítica.

No momento em que lógicas comunicacionais verticalizadas se vêm tensionadas pela horizontalidade e também pela perpetuação de características transmissivas nas expressões instantâneas em redes sociais online, verdades e pós-verdades se confundem nas críticas e ironias da web.

Entre repercussões irônicas da imprensa internacional na instantaneidade das redes sociais online e a cobertura televisiva focada em efusivos elogios às palavras dos dois dirigentes olímpicos expostas no início deste texto, os discursos de Bach e Nuzman podem ser observados enquanto uma dobra de verdade, uma linha de força com vistas a reconduzir e calar as inúmeras denúncias que tomaram conta da internet nos meses que antecederam a cerimônia de abertura.

Na perspectiva de enxergar a rede digital enquanto importante repositório do fluxo de discursos característicos da contemporaneidade, antes limitado pelo fragmentado universo das redes analógicas, cartografamos o termo "Olimpíadas", no Google[3], com período limitado entre 1/1/16 a 4/08/16, véspera da cerimônia. O resultado retornou, no momento da pesquisa, muitas informações oficiais, mas também um vídeo publicado no YouTube, de autoria do portal norte-americano Vox, com o título *What Rio doesn't want the world to see* (O que o Rio não quer que o mundo veja) (VOX, 2016).

Vox é um portal de jornalismo explanatório, característico do ideal de horizontalidade, lançado em 2014 pelo ex-colunista do Washington Post, o blogueiro Ezra Klein. É amplamente conhecido e analisado por sua perspectiva disruptiva e polêmica de desvelamento e profanação (Agamben, 2009) de discursos jornalísticos. Em sua versão americana, o vídeo tinha, no momento em que foi acessado para esta pesquisa, quase quatro milhões de visualizações (a título de comparação, o vídeo oficial do COI, sobre a abertura das Olimpíadas, disponível no YouTube, tinha cerca de 271 mil acessos; a transmissão pela televisão aberta

3. Importante ressaltar que esta busca foi realizada data determinada, a partir de um computador de uso coletivo, sem utilização da navegação anônima. Outras buscas, em outros momentos e computadores, trarão outros resultados, considerando-se as características de personalização do Google.

americana, onde está a Vox, foi assistida, segundo dados da emissora, por cerca de 26 milhões de pessoas. Cerca de 3,5 milhões foi a audiência da abertura em Londres. No Brasil, 8,7 milhões). O vídeo foi traduzido para o português e publicado na mesma plataforma. A versão legendada registrava, em março de 2017, 139 mil acessos. Vale ressaltar que esta memória em rede constitui-se importante linha de força na construção dos discursos enredados e nas camadas do hiperdispositivo ao qual nos referimos. São discursos adensados pelas múltiplas temporalidades das conexões digitais (Koselleck, 2001) em disputa com as seletividades das técnicas jornalísticas em regime de rotina produtiva.

O vídeo da Vox[4] tem cerca de oito minutos. Mostra a favela da Maré, na saída do aeroporto internacional do Rio de Janeiro. A comunidade foi coberta por um muro, chamado pelas autoridades de barreira de som (Fig. 1).

Figura 1: print-screen do frame do vídeo da Vox, mosrando o muro, que esconde a comunidade da Maré

Depoimento do morador Daniel, à Vox, reposiciona este discurso ao afirmar que o "único intuito dela é para que as pessoas que saem do aeroporto do Galeão e vão sentido Zona Sul não consigam ver a

4. O vídeo em sua versão inglesa tem mais de nove mil comentários no YouTube, o que, por si, valeria outra pesquisa.

realidade da cidade". (DANIEL in VOX, 2016). O documentário mostra ainda como o muro se torna transparente, quando a rodovia cruza uma escola construída pelo governo na comunidade, caracterizando a batalha de sombra e luz característica dos megaeventos esportivos, cujos esforços se multiplicam na perspectiva da sanitização dos acessos aos ambientes em que ocorrem os jogos e ampliação da visibilidade dos espaços públicos repaginados para o evento.

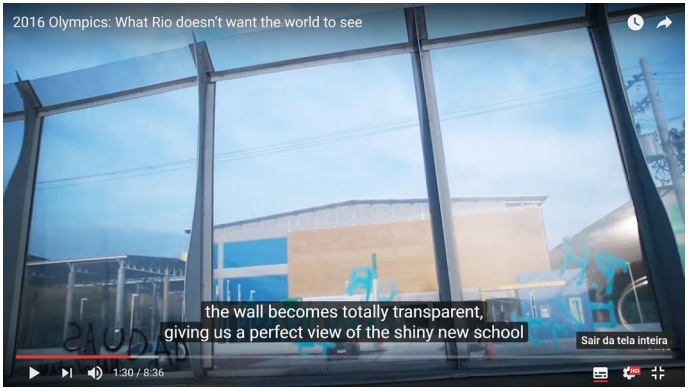


Figura 2: print-screen do do frame do vídeo da Vox, mostrando o muro transparente em frente à escola pública

Um marco nesse processo de conformação das cidades como "campo de disputa simbólica e discursiva por visibilidade no âmbito dos megaeventos" (SILVA; ZIVIANI; MADEIRA, 2014, p. 4) foi a Olimpíada de 1992, na qual foi forjado o chamado "Modelo Barcelona" de revitalização econômica e cultural. Esse modelo, replicado até hoje pelas cidades-sede, consiste na conformação de uma rede de discursos de visibilidade midiática como justificativa para mudanças significativas na mobilidade, recuperação urbana e embelezamento de áreas empobrecidas, os chamados "legados tangíveis". Segundo Silva e Ziviani (2015), "desde Barcelona o que temos são inúmeras denúncias de elitização de espaços urbanos, gentrificação de lugares antes 'deteriorados', remoção

de populações vulneráveis para desocupar espaços a serem reestruturados ou revitalizados".

Neste sentido, o vídeo da Vox denuncia também a mudança no traçado das linhas de ônibus que circulam no Rio de Janeiro, de maneiras a manter as comunidades periféricas distantes dos centros turísticos. Ainda nessa perspectiva, o vídeo relata o chamado "despertar cosmopolita", relacionado à região da Barra e aos empreendimentos imobiliários lançados na região. Carlos Carvalho, investidor imobiliário é indicado como proprietário de 64 milhões de metros quadrados em terrenos ociosos no local. Em entrevistas à imprensa internacional, Carvalho revelou planos de transformar a Barra em um "novo Rio de Janeiro", destinado à "elite de bom gosto", "casas nobres, não casas para os pobres". O conteúdo do vídeo nos encaminha para a comunidade Vila Autódromo, única comunidade com moradores que resistiram à política de sanitização e mudança da população de baixa renda da região para condomínios populares distantes da zona turística.

Vila Autódromo era uma comunidade com cerca de 600 famílias. Apenas 20 resistiram. Diante das imagens de confronto com a polícia que correram o mundo, foi permitida a permanência desses moradores, com a condição de que lhes fossem construídas novas moradias. 77.200 pessoas foram removidas de suas casas no processo de higienização da cidade desde 2009.

Em nosso processo cartográfico, desvelando ainda a linha do discurso de Bach, nos deparamos com uma *Carta aberta aos dirigentes do COI: deixem o Brasil e vão embora de vez,* assinada pelo jurista Jorge Bejá (2016). Segundo Bejá, às vésperas da cerimônia de abertura dos Jogos, em congresso realizado no Rio de Janeiro, os membros do Comitê Olímpico Internacional fizeram "duras críticas ao Comitê Rio-2016, relacionadas a problemas da organização dos Jogos, poluição das águas, fila intermináveis na entrada do Parque Olímpico, transporte, trânsito pesado, falta de decoração das arenas e muitas outras reclamações." Ainda segundo a carta, "não adiantaram nem os apelos de Thomaz Bach, presidente do COI, para que os membros do Comitê fossem mais amenos. Só faltaram xingamentos explícitos. O clima foi pesadíssimo." O site G1, parceiro olímpico, cobriu o mesmo evento, mas se limitou a falar dos problemas com a chamada *COI expõe problemas do*

Rio 2016 em Congresso: de trânsito a orçamento, numa perspectiva de uso da notícia para o enquadramento de uma realidade que caracteriza uma intensa rede de distribuição e de tensão entre discursos nos mais distintos e amplos campos da vida social (Bruck, 2012). No mesmo espaço binário, os enquadramentos hoje se sobrepõem e estão acessíveis em espaço virtual comum.

Em sua carta de protesto, Bejá repete as denúncias recorrentes relativas ao megaevento.

> Sabem os senhores que a Olimpíada Rio-2016, cuja cerimônia de abertura se dará amanhã, no Estádio do Maracanã, será o evento mais rentável da história de todas as olimpíadas e de todo do Comitê Olímpico Internacional, o COI, desde sua inauguração. Os senhores ganharão fortunas de euros e de dólares. Terão mão de obra graciosa, que são os voluntários. E a exemplo da vestal e honestíssima FIFA, os senhores também estão isentos do pagamento da pesada carga de impostos que todos nós brasileiros pagamos. O Brasil editou duas leis para beneficiar os senhores, a Lei 12.780/2013 e a Lei 13.284/2016. Os senhores não pagarão nenhum centavo de imposto. (BEJÁ, 2016)

Bejá lutou, desde 2004, contra a eleição do Rio como cidade-sede das Olimpíadas. Naquele ano, criou o Comitê Rio-Real. Chegou a elaborar um relatório em francês, anexando mais de 100 sentenças da justiça condenando o estado e o município do Rio por mortes nos presídios, por mau atendimento hospitalar, falta de medicamentos, erros médicos, retardo e ausência na prestação de serviços públicos essenciais e indispensáveis. Levou o documento a Lausanne e entregou ao COI.

> Meses depois, quando uma comissão de avaliação aqui esteve, fui chamado a comparecer no hotel Copacabana Palace. E lá os senhores me garantiram que o Rio não seria a cidade escolhida para sediar a Olimpíada de 2004. O próprio Thomas Bach estava lá e me recebeu. Me foi dito que o meu dossiê pesou. Me foi pedido que eu guardasse sigilo e não contasse a ninguém a notícia. Eu prometi. Cumpri. Guardei silêncio durante todos esses anos e que somente agora quebro e divulgo. (BEJÁ, 2016)

Embora a carta de Bejá se constitua como uma manifestação da internet em seu potencial anti-hegemônico (Millington e Darnell, 2014) uma linha de força tensionadora, Foucault destaca que o poder é luta, enfrentamento, disputa, relações de força, estratégia; como tal, objetiva acumular vantagens e multiplicar benefícios. O novelo constitutivo do dispositivo agrega tanto os enunciados, quanto as linhas de fissura. Bejá integra o dispositivo e contribui para questioná-lo, mas também para fortificá-lo e fortificar-se. São fios de uma mesma meada, a enredar-se e tensionar-se.

Ainda nas buscas anteriores à cerimônia de abertura dos Jogos, nos chama a atenção notícia da Anistia Internacional com o título *"Brasil insiste nos erros da Copa do Mundo nas operações de segurança pública e arrisca comprometer legado das Olimpíadas 2016*", de 2 de Junho de 2016. A partir desta notícia, um alerta para a necessidade de providências. Com base nas ações relativas a outro megaevento esportivo, a Copa do Mundo de 2014, fizemos uma busca por Olimpíadas dentro do site da Anistia, que nos revelou outras linhas de fissura tensionadoras do discurso oficial.

Por exemplo, próximo ao dia da cerimônia de abertura, 2 de agosto, a chamada *Olimpíada: aumento alarmante de assassinatos cometidos pela polícia e rotina de tiroteios comprometem legado da Rio2016* alerta para o aumento de 103% no número de mortes causadas pela polícia na cidade do Rio de Janeiro entre abril e junho de 2016, comparado ao mesmo período de 2015, o que, segundo a Anistia Internacional "compromete qualquer promessa de legado positivo dos Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro, a três dias da cerimônia de abertura."(ANISTIA INTERNACIONAL, 2016). Ainda segundo a reportagem, foi lançada uma petição global, exigindo dos organizadores dos Jogos Olímpicos e das autoridades brasileiras "medidas preventivas para evitar que as forças de segurança cometessem novas violações de direitos humanos." Na semana que antecedeu o evento de abertura, mais de 120 mil assinaturas de mais de 15 países foram entregues ao Comitê Organizador Local Rio 2016 reivindicando uma política de segurança pública que respeitasse e protegesse os direitos humanos.

Cinco dias depois da cerimônia de abertura, novo alerta da Anistia Internacional: "Rio 2016, a militarização como legado".

> Podemos dizer, sem medo de exagero, que o Estado declarou uma verdadeira guerra às favelas, em particular aos jovens negros. Os alertas de especialistas, a mobilização de moradores e famílias de vítimas, a grita nacional e internacional das organizações de direitos humanos e nem mesmo as ocasionais reclamações por falta de recursos e apoio do próprio secretário de segurança do estado do Rio de Janeiro foram capazes de produzir uma priorização efetiva da área de segurança pública como política de Estado. (ANISTIA INTERNACIONAL, 2016)

Em balanço final, no documento Um legado de violência: homicídios praticados pela polícia e repressão a protestos na Olimpíada Rio 2016, a Anistia Internacional afirma que

> Tiroteios e outros incidentes de violência armada continuaram ocorrendo diariamente no Rio de Janeiro durante as Olimpíadas, muitos em consequência direta de operações policiais nas favelas e em outras áreas marginalizadas da cidade. Algumas favelas, como o Complexo do Alemão, Acari, Manguinhos, Cidade de Deus e Complexo da Maré, entre outras, foram atingidas de forma desproporcional. (ANISTIA INTERNACIONAL, 2016b, p. 1)

A Anistia Internacional também foi informada de que, durante os Jogos Olímpicos, a polícia se envolveu em 217 confrontos (troca de tiros) em operações realizadas no estado do Rio de Janeiro. Apesar disso, a polícia considerou que "tudo correu bem em termos de segurança durante a Olimpíada, especialmente quando se leva em conta o número de pessoas que circulou na cidade". (ANISTIA INTERNACIONAL, 2016b).

A partir deste documento da Anistia Internacional, em busca sobre a segurança no Rio no período das Olimpíadas, nos deparamos com o documento *Megaeventos e Violações dos Direitos Humanos no Rio de Janeiro: Dossiê do Comitê Popular da Copa e Olimpíadas do Rio de Janeiro*, novembro de 2015.

Trata-se da quarta versão do dossiê *Megaeventos e Direitos Humanos no Rio de Janeiro*, documento elaborado pelo Comitê Popular da Copa e das Olimpíadas do Rio de Janeiro. A primeira versão, lançada em março de 2012, traçou um quadro abrangente das situações de violação

dos direitos humanos relacionadas às intervenções da Copa do Mundo 2014 e das Olimpíadas 2016, envolvendo as questões da moradia, mobilidade, trabalho, esporte, segurança pública, informação, participação e economia. Além disto, "são registradas as ações de resistência do Comitê Popular e as propostas alternativas para um projeto de cidade includente, com democracia e justiça social, e boxes contendo diversos casos de violações que ilustram a gravidade dos acontecimentos na cidade do Rio de Janeiro." (COMITÊ POPULAR DA COPA, 2015, p. 7)

O documento denuncia quatro questões que, segundo seus autores, se contrapõem ao discurso oficial do Comitê Olímpico Internacional, dos governos federal e estadual e, principalmente, da Prefeitura do Rio de Janeiro.

> Em primeiro lugar, diferentemente do discurso da Prefeitura, que tenta negar e mascarar as causas das remoções que estão sendo promovidas, este relatório demonstra que as remoções vinculadas à Olimpíada prosseguem atingindo ou ameaçando milhares de famílias, por meio da coação e da violência institucional, violando gravemente os direitos humanos, em especial o direito à moradia. (COMITÊ POPULAR DA COPA, 2015, p. 7)

Em segundo lugar, com base em visitas às instalações esportivas e conversas com atletas, usuários e ativistas, o dossiê denuncia a ausência de um legado esportivo que pudesse beneficiar o conjunto da cidade do Rio de Janeiro. "Pelo contrário, legitimado pelo discurso da Olimpíada, o que se verifica é um conjunto de violações associadas à privatização do espaço público, ao desrespeito a legislação ambiental, e ao fechamento de equipamentos esportivos utilizados por atletas e pela população." (COMITÊ POPULAR DA COPA, 2015, p. 8)

Em terceiro lugar, o documento aponta que, um ano antes do evento era possível observar

> [...] a crescente militarização da cidade, no âmbito de uma política de segurança belicista e racista, que atinge especialmente os jovens negros moradores de favelas e periferias, que são diariamente assassinados pela polícia. Mas todos e todas são atingidas por esta política que é baseada no medo, por meio da criação de muros visíveis e invisíveis que promovem a segregação socioespacial da

> cidade, e pela crescente criminalização dos movimentos sociais. (COMITÊ POPULAR DA COPA, 2015, p. 8)

Por fim, o dossiê alerta para a violação ao direito à informação e à transparência da gestão pública, já que a Prefeitura difundiu frequentemente a ideia de que os gastos públicos eram inferiores aos gastos privados na preparação da Olimpíada 2016.

> Este relatório desmascara a falácia desta informação, e demonstra que os custos da Olimpíada, além de serem superiores aos divulgados oficialmente, têm uma contrapartida pública bem superior aos gastos privados. Mais do que isso, por meio das parcerias púbico-privadas e da concentração de contratos com algumas grandes empreiteiras, pode-se dizer que a Olimpíada expressa a transferência de recursos públicos para o setor privado, subordinando o interesse público à lógica do mercado. (COMITÊ POPULAR DA COPA, 2015, p. 8)

Por fim, o documento conclui que, embora as violações dos direitos, em especial dos mais pobres, não tenha começado com os megaeventos esportivos, as intervenções na cidade por meio de grandes projetos urbanos foram aceleradas com as leis de exceção e com o direcionamento de volumosos recursos públicos, aumentando a escala e alcance desse modelo e agravando as diferenças, naquele que foi considerado como "os jogos da exclusão", pelo Comitê.

Reflexões finais

Millington e Darnell (2014) destacam a necessidade de estudos sobre atores "não-oficiais" que atuam tradicionalmente em movimentos anti-Olimpíadas. Os autores ressaltam que a ausência de pesquisas acontece apesar da percepção de que a comunicação online tem sido reconhecida "como espaço de significante atividade sociopolítica, particularmente na sociologia dos esportes e na conexão entre esportes e desenvolvimento internacional" (MILLINGTON e DARNELL, 2014, p. 192).

Os regimes de visualidade exacerbada dos megaeventos esportivos aclamados nos discursos de Nuzman e Bach estendem-se histo-

ricamente para além das arenas olímpicas, espraiando-se pelas praças e ruas, on-line e off-line. Enquanto ambientes de contestações, esses territórios são ocupados por forças antagônicas em disputas discursivas de luzes e sombras. Um dos aspectos relevantes dessa batalha pela ocupação dos ambientes urbanos passa pela sanitização dos espaços públicos. Enquanto evento midiático transmitido globalmente e ao qual são atraídos jornalistas e emissoras de televisão do mundo inteiro, as cidades, na perspectiva das entidades promotoras dos megaeventos, devem estar belas, isentas de quaisquer resquícios de pobreza ou manifestações que possam prejudicar as imagens ou tornar-se alvo de reportagens negativas.

Como observamos durante nossos estudos, o processo de convergência de mídias tem interferido de várias e amplas maneiras na cobertura do megaevento esportivo Jogos Olímpicos. Temos visto aflorar historicamente um complexo emaranhado de fios enredados e potencializados pelas forças e fissuras características dos embates entre regimes comunicacionais baseados nas culturas transmissivas e de compartilhamento, características dos fluxos contemporâneos de comunicação.

A investigação por meio da Cartografia dos Dispositivos On e Off-line aqui proposta, com base no diálogo entre a genealogia das relações de saber-poder (Foucault, 1999) e cartografia de dispositivos (Deleuze; Guattari, 1995) tem se mostrado frutífera por possibilitar a compreensão das diversas camadas constituintes dessas relações em um processo histórico complexificado pelos ambientes comunicacionais contemporâneos.

Por meio da noção de hiperdispositivo, tem sido possível desvelar uma intrincada relação polifônica, multimensional e fluida, conformada genealogicamente e atravessada por linhas de força sedimentadoras e fissuras desestabilizadoras.

Mostra-se fundamental nesse desvelamento, a identificação de alavancas deslocadoras de camadas discursivas e de silêncios, possibilitando entrever disputas e conflitos mobilizadores de estratégias de recomposição e recondução de curvas de visibilidade e enunciados nos dispositivos enredados.

Vozes advindas de territorialidades múltiplas, capturadas e analisadas nos interstícios on e offline, representam relevantes portas de acesso aos conflitos, caso das manifestações contra as intervenções nas cidades e das táticas de resistência da sociedade civil organizada.

Referências bibliográficas

AGAMBEN, Giorgio. O que é um dispositivo? *Outra Travessia*, [S.l.], n. 5, p. 9-16, jan. 2005. Disponível em: <*https://periodicos.ufsc.br/index.php/Outra/article/view/12576*>. Acesso em: 30 jul. 2013.

ANDRANOVICH, Greg; BURBANK, Matthew J.; HEYING, Charles H. Olympic cities: lessons learned from mega-event politics. *Journal of urban affairs*, v. 23, n. 2, p. 113-131, 2001.

BACH, Thomas. Thomas Bach discursa na cerimônia de abertura da Rio 2016. In: *SPORTV 2016*. Disponível em *http://sportv.globo.com/olimpiadas/videos/v/thomas-bach-discursa-na-cerimonia-de-abertura-da-rio-2016/5215642/*. Acesso em: 12 nov. de 2016.

BARNEY, Robert K. Golden egg or fools' gold? American Olympic commercialism and the IOC. *Proceedings of International Olympic Academy*, 1993, p. 123-133.

BEJÁ, Jorge. Carta aberta aos dirigentes do COI: deixem o Brasil e vão embora de vez. *Tribuna da Internet,* agosto 4, 2016.. Disponível em *http://www.carlosnewton.com.br/carta-aberta-aos-dirigentes-do-coi-deixem-o-brasil-e-vao-embora-de-vez/*. Acesso em: 29 out. 2016.

BRUCK, Mozhair Salomão. A notícia como dispositivo de enunciação contemporâneo. São Paulo, Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero, *Revista Contempo*, Volume nº 4, Ano 4 - Outubro 12.

COMITÊ POPULAR DA COPA. Megaeventos e Violações dos Direitos Humanos no Rio de Janeiro: *Dossiê do Comitê Popular da Copa e Olimpíadas do Rio de Janeiro*, novembro de 2015. Disponivel em *https://br.boell.org/sites/default/files/dossiecomiterio2015_-_portugues.pdf*. Acesso em: 11mar 2017.

CRARY, Jonathan. *Techniques of the observer.* On vision and modernity in the Nineteenth Century. Cambridge, MA: The MIT Press, 1992.

CROMPTON, John L. Sponsorship ambushing in sport. *Managing Leisure*, Londres, v. 9, n. 1, p. 1-12, 2004.

DOWNWARD, Paul M.; RALSTON, Rita. The sports development potential of sports event volunteering: Insights from the XVII Manchester Commonwealth Games. *European Sport Management Quarterly*, Londres, v. 6, n. 4, p. 333-351, 2006

GIRGINOV, Vassil (ed). *Handbook of the London 2012 Olympic and Paralympic Games:* Volume Two: Celebrating the Games. Londres e Nova York: Routledge, 2013.

GLOBOPLAY. Confira discurso de Carlos Arthur Nuzman na cerimônia de encerramento dos Jogos Olímpicos. 2016. *Rede Globo*. Disponível em *https://globoplay.globo.com/v/5251228/*. Acesso em: 13nov. 2016.

HAMBURGER, E. I. Visibilidade, visualidade e performance em 11 de setembro de 2001. In: BRASIL, A.; LISSOVSKY, M.; MORETTIN. E. (Orgs.). Visualidades hoje. Salvador: UFBA, *ECompós*, 2013. p. 41-58.

HILL, Christopher R. *Olympic politics.* Manchester: Manchester University Press, 1996.

HUYSSEN, A. *Seduzidos pela memória:* arquitetura, monumentos, mídia. Rio de Janeiro: Aeroplanos Editora, 2000.

HUYSSEN, A. Present Pasts: *Urban Palimpsests and the Politics of Memory.* Stanford, CA: Stanford University Press, 2003.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Susana Alexandria, 2006.

KOSELLECK, Reinhart. *Los estratos del tempo:* estudios sobre la historia. Barcelona, Buenos Aires, México: Edeciones Paidós, 2001.

LAWRENCE, G. *In the race for profit*: Commercialism and the Los Angeles Olympics. Essays in the sociology of Australian sport. Hale and Iremonger, Sydney, Australia, v. 1, 69, p. 204-214, 1986

LENSKYJ, Helen Jefferson. *The best Olympics ever?:* Social impacts of Sydney 2000. New York: Suny Press, 2012.

SENN, Alfred Erich. *Power, politics, and the Olympic Games.* Champaign: Human Kinetics Publishers, 1999.

SILVA, R. H. A.; ZIVIANI, Paula; MADEIRA, Thaíse Valentim. Os megaeventos como arena: o jogo das identidades e os espetáculos das culturas. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cultura do *XXIII Encontro Anual da Compós*, na Universidade Federal do Pará, Belém, de 27 a 30 de maio de 2014.

SPORTV. Thomas Bach discursa na cerimônia de abertura da Rio 2016. [vídeo]. *SporTV.* 2016. Disponível em *http://sportv.globo.com/olimpiadas/videos/v/thomas-bach-discursa-na-cerimonia-de-abertura-da-rio-2016/5215642/*. Acesso em: 10 nov. 2016.

TARCIA, Lorena P. T. *Tramas da Convergência:* cartografia de dispositivos acoplados na cobertura dos Jogos Olímpicos de Verão pela BBC em 2012. 2015. 345 p. Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015.

TOMLINSON, Alan. The commercialization of the Olympics: Cities, corporations and the Olympic commodity. *Global Olympics:* Historical and sociological studies of the modern Games, Londres, Chicago, Pequim, v. 3, p. 179, 2005.

TOMLINSON, Alan. Olympic legacies: recurrent rhetoric and harsh realities. *Contemporary Social Science,* Londres, v. 9, n. 2, p. 137-158, 2014.

VOX. What Rio doesn't want the world to see. [video] *Vox.* 27 de Jan. de 2016. Disponível em *https://youtu.be/1W_zM7koJy8*. Acesso em: 10 nov. 2016.

TERRORISMO E OLIMPÍADAS RIO 2016:

QUEM SÃO OS "TERRORISTAS" NO TWITTER?

ROBERTA FIRMINO DA SILVA
CARLOS D'ANDRÉA

A realização dos Jogos Olímpicos na cidade do Rio de Janeiro desencadeou um extenso conjunto de discussões sociopolíticas em todo o país. Entre essas discussões, destacamos neste artigo uma das controvérsias que, ao menos nos moldes em que se configurou em função da Rio 2016, parece ser inédita no Brasil: a suposta ameaça do país ser alvo de atentados terroristas internacionais. A realização de dois megaeventos esportivos (além das Olimpíadas, a Copa do Mundo FIFA 2014), as intensas manifestações de rua durante e após junho de 2013 e a onda de atentados em diferentes países da Europa são alguns dos motivos que levaram a um crescente investimento do Estado brasileiro em treinamentos e em equipamentos antiterror, assim como na elaboração de um aparato legal que respaldasse a punição a atores suspeitos. Segundo a Lei Antiterrorismo sancionada pelo Governo Federal em março de 2016, são atos terrorista no Brasil aqueles "cometidos com a finalidade de provocar terror social ou generalizado, expondo a perigo pessoa, patrimônio, a paz pública ou a incolumidade pública" (BRASIL, 2016).

Por outro lado, e também como desdobramento das Jornadas de Junho de 2013, cresceram as denúncias contra abusos e arbitrariedades cometidas pelas ações de intervenção urbana, em especial no Rio de Janeiro. De acordo com o relatório "Um Legado de Violência: homicídios pela polícia e repressão a protestos na Olimpíada Rio 2016", realizado pela Anistia Internacional, somente em junho de 2016 vinte e três pessoas foram mortas em operações policiais na cidade do Rio de Janeiro. Nesse contexto, surgiram denúncias e debates em torno de um terrorismo de Estado.

Motivado por este cenário marcado por incertezas, o presente artigo se debruça sobre as repercussões no *Twitter* em torno do tema "terrorismo" nas semanas que antecederam os Jogos Olímpicos Rio 2016. Mais especificamente, nosso objetivo é, a partir de um *dataset* de 483.503 postagens do *Twitter*, identificar que atores e referências são associados aos termos "terrorista" e "terroristas" durante um período de três semanas (7 a 28 de julho de 2016) antes das Olimpíadas. Este intervalo de tempo foi marcado por um acirramento das ações antiterror no país, por exemplo através de um alerta da Agência Brasileira de Inteligência (Abin) sobre como identificar terroristas (08 de julho) e, principalmente, do desencadeamento da Operação Hashtag (em 21 de julho).

Após identificarmos os dias de maior ocorrência dos termos "terrorista" e "terroristas", nos voltamos às *hashtags* que estão associadas aos *tweets* postados nestes dias. O *dataset* revelou uma grande diversidade de discussões em torno do tema em vários países de língua portuguesa e espanhola. Especificamente sobre o cenário brasileiro, destacaram-se os dias 21 e 22, nos quais *hashtags* como #Rio2016, #Brasil e #ForaTemer ganharam certo destaque.

Identificamos, então, que imagens (fotos, vídeos e *gifs*) foram mais associadas aos *tweets* publicados nesses dois dias. A análise qualitativa das postagens indicou que, especificamente no início da Operação Hashtag, as ações tomadas pelos órgãos federais com base em políticas antiterroristas foram alvos de críticas, ironias e provocaram ressignificações do termo "terrorista(s)" no Twitter. Na análise das imagens, gifs e vídeos, os "terroristas" são amplamente associados a autoridades brasileiras, o que ocorre em diálogo com o contexto político no país à

época (o impeachment da presidenta Dilma e a posse do governo por Michel Temer). Islamofobia e outras formas de preconceito são evidentes na maioria dessas críticas a políticos. Os dados coletados apontam ainda para uma apropriação de imagens de arquivo de personalidades da TV aberta, em uma prática marcada pelo humor.

Terrorismo, violência, Estado

Mas afinal, o que é terrorismo? A multiplicidade de significados que o nome agrega dificulta uma compreensão bem definida do que é esse fenômeno, o que leva, inclusive, ao uso do termo "terrorista" para simplesmente desqualificar oponentes políticos, já que "'terrorismo' é, ao mesmo tempo que um fenômeno político, um termo depreciativo" (DINIZ, 2002, p. 2, apud GIBBS, 1989, p. 329). Sem deixar de considerar as diferentes características assumidas pela prática do terrorismo de acordo com o momento histórico, os atores envolvidos, dentre outros aspectos, Eugênio Diniz (2002, p.2) busca estabelecer uma definição que forneça "critérios que nos permitam inclusive avaliar a plausibilidade da designação de um ou outro ator como terrorista, funcionando também como uma maneira de analisar criticamente discursos enviesados." (2002). Para este autor,

> podemos entender terrorismo como sendo o emprego do terror contra um determinado público, cuja meta é induzir (e não compelir nem dissuadir) num outro público (que pode, mas não precisa, coincidir com o primeiro) um determinado comportamento cujo resultado esperado é alterar a relação de forças em favor do ator que emprega o terrorismo, permitindo-lhe no futuro alcançar seu objetivo político — qualquer que este seja. (DINIZ, 2002, p. 15)

Em um esforço de compreender o fenômeno do terrorismo a partir de uma perspectiva histórica, Martin A. Miller (2013) aponta que as políticas da Europa moderna passaram a assimilar o terrorismo a partir da Revolução Francesa. Isso porque a ampla participação popular na nova forma de governo, em conjunto com um governo eleito, trouxe diversas alterações na maneira de pensar a sociedade à época - as pessoas se tornaram politicamente ativas e passaram a questionar a legi-

timidade de quem estava no governo. Somando-se a isso, as disputas em torno da manutenção do poder entre Igreja, monarquistas e realeza tornou a violência política uma alternativa para se alcançar determinados objetivos políticos.

Após 1991, com o fim da Guerra Fria, o "terrorismo se tornou fundamental para a política externa em círculos governamentais, o tema principal para insurgências ativas, e a preocupação suprema de cidadãos globalmente, possivelmente até mais do que no passado" (MILLER, 2013, p. 241, tradução nossa). A política estadunidense de intervenção externa, iniciada desde o reconhecimento do país como República e mantida durante todo o século XX, passou então a se apresentar como uma "responsabilidade de controlar a segurança mundial através da expansão de sua influência como 'o império da liberdade'" (MILLER, 2013, p. 242, tradução nossa). A diferença também se mostra no novo "inimigo", que ao invés de grupos comunistas, passou a ser a rede de células comandadas pela *Al-Qaeda*. Desde o aparecimento desta organização na mídia internacional, as políticas antiterroristas do governo estadunidense foram justificadas tendo como objetivo principal o combate desta rede politico-religiosa.

Porém, o que não faz parte da narrativa oficial do governo estadunidense sobre sua política de segurança é a repetição dos atos violentos que diz combater. Para Miller (2013), o conflito com a *Al-Qaeda* se trata de uma questão de legitimidade política, já que

> os EUA assumiram que possuem a obrigação de conter forças que ameacem seus interesses, particularmente no Oriente Médio, e de responder com violência. […]. Como consequência, Iraque e Afeganistão se tornaram os campos de batalha pós-soviéticos do terrorismo para os EUA e seus aliados da OTAN (MILLER, 2013, p. 243, tradução nossa).

Outra característica do terrorismo na contemporaneidade é a continuidade e o reforço de elaboração de políticas públicas por especialistas em questões de violência, o que hoje resulta em uma forte influência dos serviços de inteligência nas políticas de Estado. A segurança como fator fundamental da política de Estado aparece em conjunto com o surgimento do Estado Moderno, de acordo com Giorgio Agam-

ben (2001). Ao comentar a visão foucautiana sobre as "práticas políticas dos fisiocratas", ressalta que a ideia de segurança segue o desenvolvimento das ideias liberais, já que "a disciplina quer produzir ordem, a segurança quer regular a desordem" (AGAMBEN, 2001, s/p). Para o filósofo,

> hoje nos deparamos com desenvolvimentos extremos e muito perigosos quanto à idéia de segurança. Durante uma época de gradual neutralização da política e abandono progressivo das tradicionais funções do estado, a segurança se torna o princípio básico da atividade de estado. O que antes era apenas uma entre várias medidas definitivas de administração pública, até a primeira metade do século XX, agora se torna o único critério de legitimização política. A idéia de segurança traz consigo um risco essencial. Um Estado que faz da segurança sua única tarefa e fonte de legitimidade é um organismo frágil; ele é sempre passível de ser provocado pelo terrorismo, até se tornar ele mesmo terrorista. (AGAMBEN, 2001, s/p.)

Nessa perspectiva a redução da política à polícia minimiza e até mesmo acaba com a diferença entre Estado e terrorismo, sendo um utilizado para justificar e legitimar o outro. Agamben (2001) aponta ainda que as medidas de segurança atuais possuem o objetivo de controlar generalizada e ilimitadamente as pessoas, ressaltando a importância do controle de dados informáticos e comunicacionais dos indivíduos para isso. Tornamo-nos dependentes de "duas instâncias que sempre foram considerados pouco confiáveis": a polícia e os meios de comunicação, que se baseiam em informações fornecidas por ela. Isso gera imprecisões quanto à verificação de eventos e a formulação de inquéritos, o que demonstra um interesse do Estado de Segurança em manter os cidadãos desinformados, já que "incerteza e medo andam juntos". (AGAMBEN, 2001)

Por outro lado, sendo um termo sujeito a uma carga política e depreciativa, como destacado por Diniz (2002), o "terrorismo" tem a sua utilização, muitas vezes, atrelada a preconceitos e estereótipos. Um exemplo disso é o reforço da islamofobia, que, apesar de possuir origens muito anteriores às associações do mundo muçulmano ao terrorismo, é intensificada pela narrativa da guerra contra o terror. Como

aponta Farish A. Noor (2012, p. 76), "o temor ao ativismo islâmico foi aproveitado por alguns como a melhor maneira de despertar o sentimento antimuçulmano, disfarçado como parte da ágora global, guerra contra o terror". Já para Gema Martín Muñoz (2012, p. 42), o discurso islamofóbico é também reforçado pelas mídias ocidentais que, dentre uma série de enquadramentos que corroboram com estereótipos preconceituosos, também realiza "a busca e seleção do mais excepcional e extremista como a representação da maioria: a utilização do 'fundamentalismo islâmico' com caráter de representação global dos muçulmanos"

Terrorismo? No Brasil??

As ameaças de um possível atentado terrorista no Brasil provocaram estranhamento na população por conta, principalmente, de o país não possuir um histórico de ataques assumidos por organizações internacionais, como os ocorridos, por exemplo, nos Estados Unidos e em alguns países europeus. Sendo assim, mesmo com a crescente divulgação da possibilidade de um atentado durante os Jogos Olímpicos, as ações da Agência Brasileira de Inteligência, da Polícia Federal e de autoridades brasileiras foram entendidas por parte da população como desproporcionais e, como apresentaremos à frente, se tornaram alvos de críticas e ironias.

Por outro lado, reconhece-se cada vez mais uma atuação restritiva do Estado brasileiro, principalmente em áreas mais vulneráveis, como favelas, territórios indígenas e ocupações urbanas e rurais, o que por vezes é tomado como um terrorismo de Estado. Além disso, manifestantes e movimentos sociais têm sido alvos constantes de repressão e criminalização pelo governo e instituições policiais, assim como é comum a associação, por parte de grupos mais conservadores, entre terrorismo, vandalismo e táticas de manifestação, como a *black bloc* (SILVA et al, 2014) e a atuação do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST).

Um marco fundamental das discussões recentes sobre terrorismo no Brasil foi a preparação para os dois megaeventos esportivos sediados pelo país nos últimos anos: a Copa do Mundo FIFA 2014 e os Jogos

Olímpicos Rio 2016. Desde o histórico sequestro e assassinato de 11 atletas de Israel nos Jogos Olímpicos de Munique, em 1972, apenas dois episódios pontuais de "terror" foram registrados nas cidades-sede durante as competições (TAYLOR, 2016). Ainda assim, evidenciou-se no Brasil a adoção de um modelo de "urbanismo militarizado" já percebido em outros países (CARDOSO, 2016), por exemplo através da implementação dos Sistemas Integrados de Comando e Controle. As transformações promovidas pelos megaeventos nos ambientes públicos já foram sentidas pelo menos desde 2008, com o início da implementação das UPPs em comunidades no Rio de Janeiro. Outros marcos são as repressões às manifestações de junho de 2013 e a ocupação do Complexo da Maré pelo Exército, em 2014.

Já a aprovação da Lei Nº 13.260, conhecida como Lei Antiterrorismo (sancionada pela ex-presidenta Dilma e publicada no Diário Oficial em 17 de março de 2016) provocou muitas discussões por conta do risco de criminalização de manifestantes, organizações políticas e movimentos sociais. A Lei tipifica como "atos de terrorismo" o uso, ameaça de utilização ou porte de aparatos explosivos, venenos e gases tóxicos, boicote ou ataques cibernéticos a sistemas de comunicação e de transmissão de energia, dentre outros, e prevê penas de até 30 anos[1].

Apesar dos questionamentos acerca dos gastos relacionados aos megaeventos no Brasil frequentemente estarem relacionados à infraestrutura (estádios, por exemplo), muitos contratos importantes foram fechados entre o Estado e empresas de tecnologia, que vão além de meras prestadoras de serviços e adentram a estrutura governamental ao se tornarem responsáveis por operacionalizar os sistemas de segurança. Nesse sentido, aponta Cardoso (2016),

> os efeitos associados a esse legado de segurança, vistos pelos gestores públicos como positivos, são percebidos por parte da sociedade como negativos por estabelecerem um modelo militarizado de atuação das forças de segurança, e contraditório em relação a uma política de segurança baseada no respeito às liberdades individuais, de associação e aos direitos humanos. (CARDOSO, 2016, p. 6)

1. Disponível em *http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2016/Lei/L13260.htm*

O governo brasileiro adquiriu um amplo arsenal de tecnologias de segurança, como óculos de reconhecimento facial, drones e balões de vigilância. Apesar dos altos investimentos, esses equipamentos não parecem ter sido efetivamente utilizados nos locais onde ocorreram os jogos - em vez disso, o que mais se destacavam eram as armas. Como observado pela jornalista e ativista Dia Kayyali (2016), "os legisladores brasileiros não pareciam exatamente preocupados com o terrorismo durante os jogos."

Nos meses que antecederam a Rio 2016, no entanto, narrativas alarmistas tomaram os meios de comunicação e influenciaram diversas medidas de segurança e prevenção tomadas pelas autoridades, que alardearam a possibilidade de um atentado não necessariamente promovido por um grupo organizado. Em novembro de 2015, a presença de "lobos solitários" já era identificada como a principal ameaça às Olimpíadas Rio 2016 pela Agência Brasileira de Inteligência (Abin) e preocupava o Comitê Olímpico Internacional (COI), o comitê organizador e o governo federal, que discutiam aumentar a verba para o Plano de Segurança dos jogos. Os "lobos solitários" (que mais tarde passaram a ser chamados também de "ratos solitários" ou "loucos solitários") são indivíduos que não fazem parte de uma organização, mas sim agem individualmente de acordo com a ideologia de algum grupo radical terrorista.

A preocupação aumentou quando, no dia 12 de abril de 2016, a Abin confirmou a veracidade de um *tweet*, postado por Maxime Hauchard, francês de 22 anos, dizendo *"Brasil, vocês são nosso próximo alvo. Podemos atacar esse país de merda"*. A publicação fora feita em novembro de 2015, uma semana após atentados terroristas coordenados na França pelo Estado Islâmico (EI). No dia 13 de abril, o diretor de Contraterrorismo da Abin, Luiz Alberto Sallaberry, afirmou, durante a Feira Internacional de Segurança Pública e Corporativa (LAAD Security), que o número de pessoas que juram lealdade ao EI no Brasil havia crescido, o que aumentaria a possibilidade de um ataque durante os Jogos[2].

2. *http://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,abin-confirma-ameaca-do-estado-islamico-ao-pais,1856278*

À apreensão, seguiram-se diversas medidas com base em investigações da Polícia Federal (PF) e de agências de inteligência nacionais e internacionais, como o monitoramento de um morador de Santa Catarina por tornozeleira eletrônica, após indícios identificados pela Polícia Federal - um manual apreendido em sua casa com informações sobre tiros, anotações sobre treinamento realizado de madrugada com *sniper*, um vídeo em que ele aparecia enaltecendo o ataque terrorista à revista *Charlie Hebdo* e mentiras contadas à polícia, de acordo com os investigadores. Destacou-se também a deportação de um professor da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), como resultado de um monitoramento que era realizado desde 2013, quando ele chegou ao Brasil. O professor havia cumprido pena após ser condenado por terrorismo na França.

No dia 8 de julho, a Agência Brasileira de Inteligência (Abin) divulgou em sua página oficial no *Facebook* uma imagem com a descrição de como seria e como agiria uma pessoa suspeita: "Utilizam roupas, mochilas e bolsas destoantes das circunstâncias e do clima. Agem de forma estranha e demonstram intenso nervosismo"[3]. Muito criticada, sendo acusada de islamofobia e de incitar medo sem motivos na população, a publicação foi editada, por usuários do *Facebook* e *Twitter*, e ressignificada com imagens de personagens de desenho, de policiais, de políticos, apontando, por vezes, um tom irônico, humorístico e de crítica à publicação.

Já a Operação Hashtag foi uma das maiores e mais controversas ações antiterrorismo pré-Rio 2016. No dia 21 de julho, a Polícia Federal prendeu 10 supostos suspeitos que faziam parte de uma lista de 100 pessoas monitoradas a partir de ações na internet, de acordo com o jornal Folha de S. Paulo[4]. A operação, realizada em 10 estados, foi a primeira tipificada dentro da Lei Antiterrorismo. Segundo o ministro da Justiça, Alexandre de Moraes, além de viver em estados diferentes, os suspeitos não se conheciam e eram amadores. Mais tarde, o ministro

3.*https://www.facebook.com/abin.oficial/photos/a.1445642199064519.1073741828.1445580885737317/1577535405875197/*

4. *http://www1.folha.uol.com.br/esporte/olimpiada-no-rio/2016/07/1793782-governo-monitora-cem-suspeitos-de-simpatia-com-o-terror-no-brasil.shtml*

da Defesa, Raul Jungmann, afirmou que as "prisões foram para dissuadir outros terroristas". Os supostos "terroristas" ainda tiveram seus advogados impedidos de vê-los no dia 22, mesmo dia em que mais um dos suspeitos, que estava foragido, se entregou à PF. Segundo notícia do site UOL[5], "as autoridades no local não deixaram que os presos sequer assinassem as procurações que tornariam os advogados formalmente seus representantes legais.". O último procurado foi encontrado no dia 24, totalizando 12 presos na operação. Sete dias após a prisão em penitenciária federal de segurança máxima, os 12 suspeitos continuavam incomunicáveis[6].

Se de um lado o medo era dos ataques que poderiam ser realizados por lobos solitários ou por organizações terroristas internacionais, de outro as denúncias vinham de bem perto, do cotidiano nas favelas do Rio de Janeiro e dos impactos trazidos pelas construções olímpicas. Publicações em redes sociais online apresentando relatos de violência policial, dizendo que a narrativa de antiterrorismo estava sendo construída como uma ferramenta de criminalização dos movimentos sociais e os apontamentos do Estado como verdadeira organização terrorista também se multiplicaram mesmo antes de os Jogos começarem (exemplo na Figura 01).

5. *http://olimpiadas.uol.com.br/noticias/redacao/2016/07/23/advogados-sao-impedidos-de-ver-presos-suspeitos-de-preparar-atos-de-terror.htm*

6. *http://olimpiadas.uol.com.br/noticias/redacao/2016/07/27/sete-dias-apos-prisao-suspeitos-de-terrorismo-seguem-sem-acesso-a-advogado.htm*

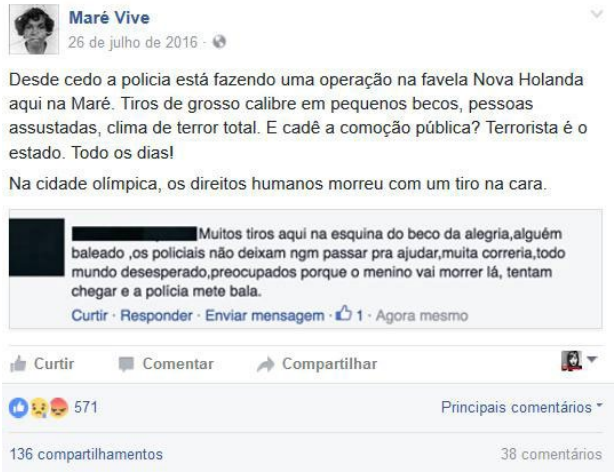


Figura 01 – Reprodução de *post* do perfil "Maré Vive" no *Facebook*[7]

Metodologia

Por meio da ferramenta *Twitter Capture and Analysis Toolset* (DMI--TCAT) (BORRA; RIEDER, 2014), que coleta *tweets* e gera arquivos que permitem a análise de seus componentes (como *hashtags*, URLs e *mentions*), foram coletados 8.397.278 *tweets* com os termos "terror", "terrorismo, "terrorista" e "terroristas" antes, durante e depois das Olimpíadas. No recorte temporal (7 a 28 de julho de 2016) dado para este artigo, que compreende o período em que ocorreram diversas ações no Brasil relacionadas à política antiterrorismo, foram identificadas 483.503 postagens com os termos "terrorista" e "terroristas".

Inicialmente, identificamos os dias em que o número de publicações com os termos selecionados ("terrorista" e "terroristas") foi mais alto. Como apresenta a Figura 2, os dias com maiores picos de *tweets* coletados foram 15, 21, 22 e 27 de julho.

7. Disponível em: <*https://www.facebook.com/Marevive/posts/1065157983519653:0*>. Acesso em: 18 jun. 2017

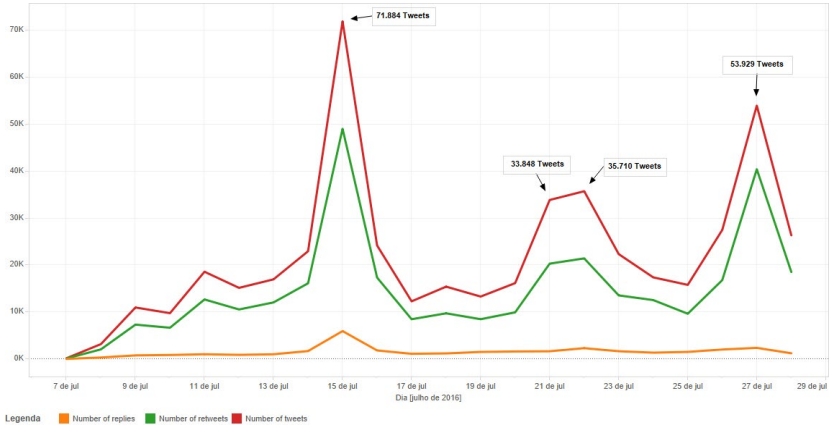


Figura 2 - Número de *tweets*, *retweets* e *replies* coletados por dia[8]

Compreendendo o uso das *hashtags* como um recurso que tematiza das discussões no *Twitter*, identificamos então quais foram as 50 *hashtags* mais utilizadas nos tweets publicados nos quatro dias com maior número de postagens.

Em três dos quatro dias com maior número de postagens sobre "terrorista" e 'terroristas", as *hashtags* mais populares não tinham relação direta com os acontecimentos no Brasil ou com os Jogos Olímpicos[9]. No dia 15 de julho, por exemplo, as *hashtags* que mais se destacam (#Niza, #PrayForNice e #francia) dizem respeito ao atentado em Nice, município da França, realizado na véspera e posteriormente reivindicado pelo Estado Islâmico. Já no dia 22/07 *hashtags* como #Munich remetiam ao tiroteio que matou 10 pessoas, incluindo o atirador, nesta cidade alemã. No dia 27/07 a hashtag mais usada foi, de longe, #PrayForArgentina, que foi utilizada com o intuito de fazer piadas, questionar

8. Disponível em *https://public.tableau.com/profile/roberta.firmino.da.silva#!/vizhome/Linhadotempoterroristaeterroristas-07_07a28_07/LinhadoTempo* Acesso 14 jun. 2017

9. Para visualizar as 50 hashtags mais populares dos quatro dias em questão, acesse *https://public.tableau.com/profile/roberta.firmino.da.silva#!/vizhome/Frequnciade-15-21-22-27_07terroristaeterroristas-07_07a28_07/15-21-22-27_07*

acontecimentos políticos, dentre outras apropriações, após rumores de um possível atentado terrorista na Argentina.

Buscando olhar mais atentamente para as temáticas que possuem algum tipo de relação com o contexto brasileiro, selecionamos os dias 21 (quando a Operação Hashtag iniciou a detenção dos doze "suspeitos" de terrorismo no Brasil) e 22 de julho para a análise a seguir. No dia 21, as *hashtags* #Rio2016, #Paz e #Brasil aparecem em primeiro, segundo e terceiro lugar, respectivamente, nos *tweets* com os termos "terrorista" e "terroristas" (Figura 3). Entre as cinquenta primeiras, também se destacam as *hashtags* #OperaciónHashtag, #JuegosOlímpicos, #JJOO, #tropa e #URGENTE. Estas duas últimas, assim como a #Paz, nem sempre estão relacionadas a assuntos brasileiros.

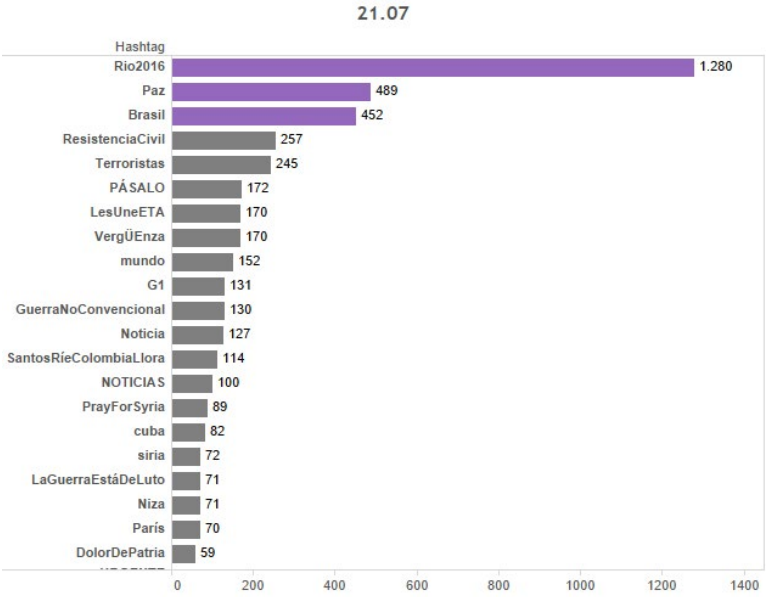


Figura 3- *Hashtags* com maior frequência no dia 21 de julho de 2016[10]

10. *https://public.tableau.com/profile/roberta.firmino.da.silva#!/vizhome/Frequnciade-21e22_07terroristaeterroristas-07_07a28_07/15-21-22-27_07*

A hashtag #envivo, que é utilizada para marcar, dentre outras, notícias relacionadas ao Brasil, fica em 5° lugar no dia 22, seguida por #Rio2016 e #ForaTemer (Figura 4). As *hashtags* #Brasil, #Paz, #OperaçãoTabajara, #TeimaDilma, #Brasil2016, e #JJOO também aparecem entre as cinquenta mais frequentes nesse dia.

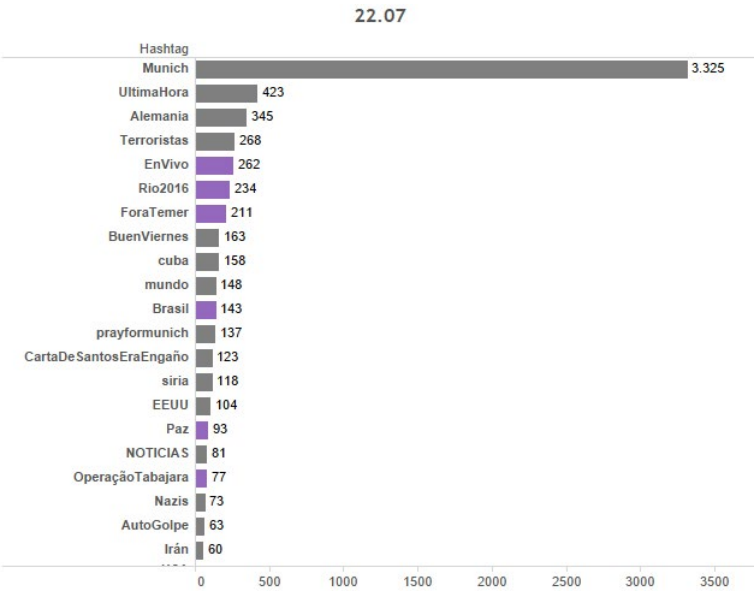


Figura 4 - *Hashtags* com maior frequência no dia 22 de julho de 2016

Apresentadores de TV "terroristas"

A partir das imagens, vídeos e *GIFs* que aparecem com maior frequência nas publicações compartilhadas nos dias 21 e 22 de julho, buscamos então identificar que indivíduos e grupos são os "terroristas" nas discussões que dizem respeito ao Brasil no *Twitter*. As figuras 5 e 6 apresentam os gráficos das imagens e *GIFs* com maior ocorrência, respectivamente, nos dias 21 e 22 de julho de 2016, sendo o tamanho do quadro proporcional à frequência de compartilhamentos da publica-

ção, e os quadros cinzas referentes à publicações relacionadas a outros países – com destaque à Colômbia, no dia 21, e ao ataque em Munique, no dia 22.

Figura 5 – Imagens com maior frequência no dia 21 de julho de 2016[11]

Figura 6 – Imagens com maior frequência no dia 22 de julho de 2016[12]

11. https://public.tableau.com/profile/roberta.firmino.da.silva#!/vizhome/MediaFrequency-21_07-tweets/MediaFrequency-21_07

12. https://public.tableau.com/profile/roberta.firmino.da.silva#!/vizhome/MediaFrequency-22_07-tweets/MediaFrequency-22_07

Uma das imagens que mais se destaca, ficando posicionada em primeiro lugar no dia 21, e em segundo no dia 22 é um *GIF* animado com imagens do programa Mais Você, exibido pela Rede Globo durante as manhãs de segunda a sexta, em que a apresentadora Ana Maria Braga e o personagem Louro José, que a acompanha durante o programa, estão usando trajes similares aos tipicamente islâmicos (Figura 7). A publicação traz o texto *'Polícia federal prende grupo que planejava ataques terroristas no Brasil'*, muito próximo às manchetes que, naquele momento, noticiavam a Operação Hashtag em diversos portais de jornais brasileiros.

Figura 7 – *Tweet* com a imagem da apresentadora Ana Maria Braga[13]

13. https://twitter.com/duducaico/status/756151270805676036/photo/1

Assim como a Ana Maria Braga, imagens de outros apresentadores de telejornais e programas televisivos de entretenimento foram utilizadas para fazer referência à Operação Hashtag. Um exemplo é a fotografia d'Os Trapalhões que, das imagens mais compartilhadas, está posicionada em quarto lugar no dia 21 e em terceiro no dia 22. O grupo apresentava um programa de humor, exibido pela Rede Globo de 1969 a 1994, e era composto por Renato Aragão (Didi), Mussum, Zacarias e Dedé Santana. A publicação, realizada pelo jornalista humorístico José Simão, também possui uma descrição parecida com diversas manchetes que noticiaram a Operação Hashtag: *Revelado grupo de terroristas brasileiros presos pela PF!* (FIGURA 8).

Figura 8 – *Tweet* com a imagem do grupo Os Trapalhões[14]

14. https://twitter.com/jose_simao/status/756169239539560448

Uma das respostas a este *tweet* de José Simão sinaliza uma tendência que detalharemos à frente: a associação entre políticos e terrorismo. No caso da Figura 09, o ex-presidente Lula, em uma aparente montagem que aparece com um lenço de origem árabe (e um broche com a Estrela de Davi), é tomado como um "líder" terrorista.

Figura 09 - Resposta à publicação com a imagem dos Trapalhões

Com menor destaque foi ainda compartilhada, no dia 21, uma montagem com fotografias dos jornalistas José Luiz Datena e Marcelo Rezende, que apresentam os programas policiais Brasil Urgente e Cidade Alerta, e do apresentador do Domingo Legal, Gugu Liberato. Nas imagens, todos aparecem segurando armas durante a apresentação dos programas. A publicação traz em sua descrição *PF prende grupo que preparava atos terroristas na Olimpíada*., também realizando uma nítida referência às notícias da Operação Hashtag (FIGURA 10).

Figura 10 – *Tweet* com imagens de apresentadores de televisão[15]

Diferente das publicações com imagens de apresentadores de programas televisivos, outro *tweet* em destaque traz as fotografias de quatro cachorros vestindo trajes e portando equipamentos semelhantes aos de soldados em situação de guerra. Porém, a publicação também referencia as notícias da Operação Hashtag com o texto *'polícia federal prende grupo que planejava ataques terroristas no Brasil'* (FIGURA 11). Posicionada em segundo lugar no gráfico do dia 21, e em sétimo lugar no dia 22, a publicação foi feita por um destacado usuário do *Twitter* - @luanlovato contava com 957 mil seguidores no dia 26 de fevereiro de 2017.

15. https://twitter.com/chrisds_/status/756144835720077312

Figura 11 – *Tweet* com imagens de cachorros[16]

Políticos "terroristas"

A imagem que aparece em terceiro lugar das mais compartilhadas no dia 21 é uma chamada do jornal O Globo com o link para a notícia da Operação Hashtag. Com a palavra "URGENTE" em destaque ao centro da imagem, a publicação cita a manchete da notícia - *PF prende grupo que preparava atos terroristas nas Olimpíadas* - menciona o jornalista redator da notícia, Lauro Jardim, e é acompanhada da hashtag #Rio2016 (FIGURA 12).

Nas respostas a este *tweet*, aparecem algumas associações do termo terrorismo a políticos brasileiros, mencionados de forma geral ou nomeadamente, como é o caso de Michel Temer. "Terrorismo" ainda é associado a problemas de infraestrutura nos hospitais e de insegurança nas favelas, como mostra a Figura 13.

16. https://twitter.com/luanlovato/status/756145977849843713/photo/1

Figura 12 – *Tweet* do jornal O Globo[17]

Figura 13 – Montagem com respostas ao *tweet* d'O Globo sobre a Operação Hashtag

17. https://twitter.com/JornalOGlobo/status/756127353907077121

A associação de políticos brasileiros a terrorismo é comum em diversos *tweets* que se se destacam por possuírem as imagens mais compartilhadas. Em quinto lugar no dia 22 de julho, uma edição das fotos do presidente do STF, Gilmar Mendes, do juiz Sérgio Moro e do ex-deputado Eduardo Cunha, utilizando vestimentas similares às tradicionalmente islâmicas é integrante de uma postagem com o texto *Divulgadas as fotos dos terroristas que estão em solo brasileiro. Vamos divulgar pra expulsar os bandidos do País* (FIGURA 14). A crítica aos políticos brasileiros também é reforçada nas respostas deste *tweet*. A montagem foi ainda repetida em diversos outras postagens, já que aparece pelo menos mais sete vezes no gráfico de imagens compartilhadas no dia 22.

Figura 14 – Publicação com edição de imagens de políticos brasileiros[18]

Análise e considerações finais

A descrição das imagens e dos *tweets* mais frequentemente associados aos termos "terrorista" e "terroristas" às vésperas dos Jogos Olímpi-

18. https://twitter.com/EdmilsonOlivei8/status/756300175086383104

cos Rio 2016 nos permitem identificar pelo menos duas formas predominantes de apropriação da temática pelos usuários dessa rede social online. Uma das práticas é o uso de imagens antigas protagonizadas por celebridades televisivas para, através de associações inesperadas, fazer humor. A aparição de personalidades como Ana Maria Braga, Louro José, Os Trapalhões e apresentadores de programas de auditório ressalta o forte vínculo do *Twitter* com a cultura midiática de massa, e em especial com as TVs abertas e seus programas mais populares. Esta relação, no entanto, não está isenta de contaminações políticas e preconceitos, como no caso da associação da dupla de apresentadores do programa Mais Você com o terrorismo em função dos trajes de origem muçulmana.

Outra prática frequente no período estudado é a associação entre o Estado brasileiro e, em especial, os políticos eleitos com o terrorismo. Diferentes personalidades do mundo político do país à época - com certo destaque para o ex-presidente Lula - são associados ao terrorismo em função de supostos "ataques" à sociedade brasileira, como por exemplo as crescentes denúncias de corrupção que emergiram com a Operação Lava-Jato. Também nesses *tweets* chamam a atenção a associação entre terrorismo e as características físicas (barba, especialmente) e trajes típicos da cultura muçulmana, o que reforça a uma leitura islamofóbica do terrorismo. Para reforçar insatisfações com os rumos da política partidária e com os serviços públicos do Estado brasileiro, esses *tweets* exemplificam bem a tendência apontada por Diniz (2002, p.2) de uso do termo "terrorismo" para "desqualificar politicamente adversários".

De forma mais pontual, os termos "terrorista(s)" são também associados a organizações (como a Polícia Federal e a Rede Globo) e situações (como o estado dos hospitais, o "pós-olimpíadas"), o que nos permite identificar um certo reconhecimento de que o Estado também é terrorista nos moldes que discute, por exemplo, Agamben (2001). Assim, as ressignificações de quem são "terrorista(s)" apontam, para além da disputa de sentidos em torno do termo, uma forte reação em relação às questões políticas em destaque no país, às insatisfações públicas, às discordâncias com o Estado. Isso ressalta que, apesar da importância de se recortar um significado do terrorismo para a compreensão do

fenômeno *stricto sensu*, é importante observar e buscar compreender suas apropriações implicadas nas mais diversas formas na política, nos discursos midiáticos, nas ações governamentais, nas condições de vida e na manutenção do Estado, que também é compreendido como terrorista a partir do momento em que institui políticas de vigilância e militarização que levam ao cerceamento dos direitos principalmente de pessoas em situação de vulnerabilidade social[19].

É importante lembrar, por fim, que além do debate em curso no Brasil, muitas outras temáticas se destacaram nas publicações dos dias analisados tanto nas imagens mais compartilhadas, quanto nas *hashtags* mais utilizadas. Entre elas, estão questões relacionadas às Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia, que à época era assunto da aprovação de um plebiscito para um possível acordo de paz no país, o atentado em Munique e o conflito na Síria, junto com seus atores e implicações, como o presidente al-Assad e o envolvimento estadunidense na guerra. Esta diversidade de situações e apropriações simultâneas envolvendo o terrorismo nos sinaliza a importância desse fenômeno para compreensão de debates e controvérsias em curso em diferentes localidades na contemporaneidade.

Referências bibliográficas

AGAMBEN, Giorgio. O flerte do Ocidente com o totalitarismo. Disponível em: <http://outraspalavras.net/posts/agamben-o-flerte-do-ocidente-com-o-totalitarismo/>. Acesso em 15 set. 2016.

19. A denúncia do terrorismo de Estado está presente em vários tweets que, pode terem sido menos compartilhados, não foram citados na apresentação dos dados. Um exemplo é uma postagem de 22/07 do site HuffPost Brasil com link para a matéria "Prisão de supostos terroristas é justificativa para militarizar o Rio de Janeiro". Nela, o fotojornalista e co-fundador da agência Democratize, Francisco Toledo, afirma "Ação da PF tem apenas um objetivo: conter manifestações e militarizar ainda mais as comunidades do Rio. […] Com uma mão, o governo interino vende a imagem de segurança e de entretenimento com a realização dos Jogos. Com a outra, utiliza de um velho mecanismo chamado 'medo' para controlar a população e justificar atos violentos do Estado contra a sociedade civil." Disponível em *https://twitter.com/huffpostbrasil/status/756301760055181313*

AGAMBEN, Giorgio. Sobre segurança e terror. Disponível em: <http://imediata.org/?p=70>. Publicado em 20 nov. 2001 Acesso em 15 set. 2016.

ANISTIA INTERNACIONAL. Um Legado de Violência: homicídios pela polícia e repressão a protestos na Olimpíada Rio 2016, Rio de Janeiro: Anistia Internacional Brasil, 2016, 15 p.

BORRA, E.; RIEDER, B. Programmed Method. Developing a Toolset for Capturing and Analyzing Tweets. **Aslib Journal of Information Management**, v. 66, n. 3, p. 262-278, 2014. Disponível em: < http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/AJIM-09-2013-0094>. Acesso em: 28 nov. 2016.

BRASIL. Lei Nº 13.260, de 17 de março de 2016.

CARDOSO, Bruno de Vasconcelos. Segurança pública e os megaeventos no Brasil. **Fundação Heinrich Böll Brasil.** Disponível em: <https://br.boell.org/sites/default/files/seguranca-publica-megaeventos-brasil_bruno-cardoso.pdf>. Acesso em 15 set. 2016

DINIZ, Eugênio. Compreendendo o fenômeno do terrorismo. In: 3o Encontro Nacional da ABCP – Associação Brasileira de Ciência Política, 2012, Niterói. **Anais...,** 2002

KAPLAN; LÖÖW; MALKKI. Introduction to the Special Issue on Lone Wolf and Autonomous Cell Terrorism.**Terrorism and Political Violence**, v.26, n.1, 2014.

KAYYALI, Dia. Saí para caçar equipamentos de vigilância no Rio Olímpico. Disponível em: <https://chupadados.codingrights.org/sai-para-cacar-equipamentos-de-vigilancia-no-rio-olimpico/>. Acesso em 18 jun. 2017.

MILLER, Martin A. **The foundations of modern terrorism**: State, society and the dynamics of political violence. Nova York: Cambridge University Press, 2013.

MUÑOZ, Gema Martín. La islamofobia inconsciente. In: GROSFOGUEL, Ramón; MUÑOZ, Gema Martín. (orgs). **La islamofobia a debate**: La genealogía del miedo al islam y la construcción de los discursos antiislámicos. Madri: Casa Árabe, 2012.age

NOOR, Farish A. El terror y la política de contención: análisis del discurso de la guerra contra el terror y los mecanismos del poder. In: GROSFOGUEL, Ramón; MUÑOZ, Gema Martín (orgs). **La islamofobia a debate**: La genealogía del miedo al islam y la construcción de los discursos antiislámicos. Madri: Casa Árabe, 2012.

SILVA, Regina H. et al. Vandalismo e política nas redes sociais: o caso dos Anonymous e Black Blocs. In: SILVA, Regina H. (org.) **Redes e ruas: dinâmicas dos protestosBR.**. Belo Horizonte: Autêntica, 2014. p.141-186.

TAYLOR, Adam. 5 facts about the Olympics and terrorism. **Washington Post.** Publicado em 06 ago. 2016. Acesso em 21 abr. 2017. Disponível em <https://www.washingtonpost.com/ *news/worldviews/wp/2016/08/05/5-facts-about-the-olympics-and-terrorism/*>

~~FORA TEMER~~ VAZA VÉI:

TÁTICAS CONTRA A CENSURA OLÍMPICA NO BRASIL

JOANA ZILLER
REGINA HELENA ALVES DA SILVA
DANIEL FELIPE EMERGENTE LOIOLA

Uma cena é sempre acionada quando falamos de protestos em Olimpíadas: dois atletas negros no pódio com os braços levantados e os punhos cerrados, nas mãos, luvas pretas.

A repercussão deste protesto durante os Jogos Olímpicos do México, em 1968, tomou conta da mídia internacional e fez com que o Comitê Olímpico Internacional (COI) viesse a público dizer que o gesto era um protesto político que discutia uma questão interna de um país e que os jogos e o comitê eram "apolíticos". O gesto foi considerado "uma deliberada e violenta infração dos princípios fundamentais do espírito olímpico" [1] e os atletas foram suspensos da equipe olímpica dos EUA.

Os jogos da era moderna sempre foram atravessados por nacionalismos e disputas entre os países e foram profundamente afetados pelas duas Guerras Mundiais. O Comitê Olímpico passou a tentar construir

1. «*1968: Black athletes make silent protest*». BBC. 9 de novembro de 2016. *http://news.bbc.co.uk/onthisday/hi/dates/stories/october/17/newsid_3535000/3535348.stm*

uma imagem de "campo neutro" de disputas esportivas que teriam um *espírito* de superação dos conflitos, um lugar onde as imensas diferenças seriam suplantadas pela competição e a busca de uma integração maior pelo esporte. Uma superação individual e coletiva dos limites físicos e políticos da convivência humana é sempre ressaltada quando se anunciam os Jogos Olímpicos.

Mas nas disputas entre nações desde a primeira Olimpíada da era moderna o COI tomou decisões que oscilaram entre os interesses políticos e econômicos das nações envolvidas.

> Coubertin e o os sucessivos responsáveis do COI pregaram o caráter apolítico acima de tudo. No entanto, as ingerências políticas de alguns estados têm acontecido durante praticamente toda a história dos Jogos Olímpicos.
>
> É difícil encontrar uma Olimpíada livres delas. E, o que é mais problemático, sucessivas decisões do COI não se isentaram de capitulações políticas, sendo usadas politicamente por organizações internacionais ou pelos próprios Estados (FAJARDO, 2003) [1].

Desde as Olimpíadas de Melbourne (Austrália) em 1956, quando alguns países se recusaram a participar por razões de disputas políticas internacionais (invasão soviética na Hungria, guerra Árabe-Israel), o COI passou a lidar com questões políticas que afetavam a realização dos Jogos Olimpícos. Essas disputas atravessaram violentamente os jogos e colocaram os atletas como contendores em guerra. Foi em 1956 que os nacionalismos passaram a ser claramente atravessados pelos aspectos ideológicos advindos da chamada Guerra Fria.

Questões inter-nacionais causam, desde essa época, profundos impactos nas tentativas do Comitê Olímpico de se colocar acima e aparte das intensas disputas políticas que conformaram o século XX. Mas

---

1. "Coubertin y los sucesivos responsables del COI, predicaron el apoliticismo por encima de todo. Sin embargo, lãs injerencias políticas de unos y otros Estados han existido prácticamente durante toda la historia de las Olimpiadas.
Es difícil encontrar unos Juegos libres de ellas. Y, lo que es más problemático, las sucesivas decisiones del COI no han estado ausentes de ciertas claudicaciones políticas, siendo también utilizadas políticamente por parte de organizaciones internacionales, o por los mismos Estados." Tradução nossa.

as questões políticas internas e de direitos foram os maiores desafios para as chamadas "regras internas" dos participantes dos Jogos Olímpicos. Segundo Rial e Grossi (2016) podemos observar mudanças nas questões de raça e gênero ao longo da historia das Olimpíadas da Era Moderna. Do gesto dos atletas em 1968 à atitude de Muhammad Ali de jogar fora sua medalha, passando pela vitória de Jesse Owens nas olimpíadas de 1936 na Alemanha nazista, a luta contra o racismo marcou várias das edições olímpicas.

As questões de gênero são tão importantes que desde a exclusão da participação de mulheres nas Olimpíadas, passando pela renuncia do Barão de Coubertin nos Jogos Olímpicos de Amsterdã, em 1928, quando foram admitidas em apenas dez modalidades, desembocamos em 2016 no Rio com o maior numero de participantes femininas e com as chamadas Olimpíadas "fora do armário", em referência ao grande número de atletas que se declararam homossexuais[2].

Tárcia (2015), em seu trabalho sobre as Olimpíadas de Londres, em 2012, aponta para outros traços de protestos que são grafites pelos muros e paredes da cidade um "novo foco de resistência às Olimpíadas contra os processos sanitários de embelezamento urbano" produzidos pelas intervenções para a preparação da cidade para o megaevento. Londres 2012 inaugura os protestos em rede, um grande movimento contrario às Olimpíadas, com camisetas de "manifestante oficial", sites de campanhas contrárias e de defesa do direito de protesto contra a repressão, manifestações de rua, marcações de lugares e ocupações de espaços a serem afetados pelas intervenções urbanas para preparar a cidade para os Jogos Olímpicos.

Grafites, faixas, bandeiras são formas de questionamentos das várias ações e intervenções feitas em nome de um espírito olímpico que trará a união de todos. A questão é: como lidar com a afronta a direitos e a imposição de medidas restritivas que são impostas por sobre as leis que regem os países-sede?

Em Londres, inauguraram-se as formas de prevenção de protestos, um sistema de repressão com base na *Antisocial Behaviour Order*

2. EL Pais, *Rio 2016 se transforma na Olimpíada mais gay da história*, 12 AGO 2016. Acesso em 27 fev 2017.

(*Asbo*) que são medidas restritivas a cidadãos que a polícia prevê que possam cometer ações que impactem a realização dos jogos de alguma maneira. Vários cidadãos que já haviam participado de algum protesto político, ciclistas, grafiteiros, *Ocuppys*, ativistas ambientais etc passaram a ser alvo de vigilância e atos de *Olympic Asbo*.[3]

No Brasil, os já conhecidos *Olympic Asbo* foram precedidos por medidas do mesmo tipo tomadas durante a Copa das Confederações, em 2013, e a Copa do Mundo de 2014. As polícias, treinadas e armadas para megaeventos, agiram para coibir protestos nas ruas e agentes privados, com pouco ou nenhum treinamento[4], dividiram com a Guarda Nacional a segurança interna dos locais de competição.

Os Jogos Olímpicos transcorreram sem problemas marcantes no que tange à segurança do público e os protestos de rua foram pouco numerosos. Mas, se é possível dizer que as medidas de segurança e de prevenção de protestos nas ruas alcançaram o que se pretendia, o mesmo não vale para a condução da tocha olímpica e para os protestos políticos dentro dos estádios, como discutiremos mais à frente.

Contexto político

Os Jogos Olímpicos do Rio foram realizados em um momento politicamente conturbado no Brasil. No dia 17 de abril de 2016, quase quatro meses antes do começo dos jogos, que aconteceu no dia 05 de agosto, a Câmara dos Deputados autorizou a abertura de processo de impeachment contra a então presidente Dilma Rousseff. Seu vice-presidente, Michel Temer, assumiu como interino – apenas em 31 de agosto, com a conclusão do impeachment de Rousseff, Temer seria empossado como presidente.

---

3. THE GUARDIAN. Protester receives Olympics asbo. 17 de Abril de 2012. Disponível em: <*http://www.theguardian.com/society/2012/apr/17/protester-receives-olympic-asbo*>. Acesso em: 27 fev. 2017.

4. Ver *http://veja.abril.com.br/brasil/olimpiada-governo-contrata-3-000-militares-as-pressas/*, *https://olimpiadas.uol.com.br/noticias/redacao/2016/07/30/seguranca-olimpica-sofre-com-improvisos-a-uma-semana-da-rio-2016.htm* e *http://www.bbc.com/portuguese/brasil-37030121*.

O impeachment foi resultado de um longo processo[5], que teve início formal em 21 de outubro de 2015, quando o então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, recebeu pedido assinado pelos juristas Hélio Bicudo, Miguel Reale Jr. e Janaína Paschoal. No começo de dezembro, Cunha, do mesmo partido do então vice-presidente Michel Temer (PMDB), acolheu o pedido, dando início ao processo formal.

Após meses de articulação política, o PMDB rompeu com o governo da presidente Dilma Rousseff em 29 de março de 2016, poucas semanas antes da Câmara autorizar a abertura do processo de impeachment. Tal abertura significa o afastamento imediato da presidente em exercício até o final do processo – o vice-presidente é, então, conduzido como interino.

As articulações do processo de impeachment de Dilma Rousseff despertaram manifestações públicas de ambos os lados. Enquanto os favoráveis ao impeachment argumentavam que o afastamento da presidente culminaria com o fim da corrupção no país, os defensores de Rousseff lembravam os grandes avanços sociais pelos quais o país havia passado nos 12 anos em que a presidência ficou a cargo de membros do Partido dos Trabalhadores – Lula, que cumpriu dois mandatos, de 2003 a 2011; e Dilma, de 2011 a 2015 e cujo segundo mandato, iniciado em 2015, foi interrompido em 2016.

O papel central do PMDB, tanto no governo, quanto na articulação do impeachment, rendeu ao então vice-presidente Michel Temer a pecha de golpista – alcunha amplamente repetida nos estádios durante os jogos. A possibilidade de repercussão de suas ações pela mídia nacional e internacional causaram grande incômodo ao então presidente interino, que se apoiou na legislação específica das Olimpíadas e em medidas estranhas ao protocolo dos Jogos Olímpicos visando a impedir que protestos relacionando o processo de impeachment à ideia de golpe de Estado ganhassem visibilidade.

5. *http://www12.senado.leg.br/noticias/infograficos/2016/04/veja-como-caminhou-processo-de-impeachment-ate-chegar-ao-senado*

Vigilância e legislação

Em 2015, a prefeitura do Rio de Janeiro, através do Centro de Operações da Cidade (COR), anunciou que iria monitorar as redes sociais em 44 eventos esportivos anteriores à realização das Olimpíadas de 2016. O monitoramento foi justificado como forma de prevenir ou identificar com rapidez problemas que poderiam impactar a realização do evento: mobilidade, limpeza de áreas urbanas e de áreas nos setores de realização de competições, segurança pública. Os monitoramentos foram desenvolvidos a partir de várias festas ao ar livre, eventos de várias modalidades e em vários lugares do Rio de Janeiro. Estes testes visavam inicialmente organizar a tecnologia escolhida – Geofeedia – que permite o monitoramento por áreas geográficas.

Essa plataforma de inteligência relaciona postagens nas redes sociais – as escolhidas foram *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Flickr*, *YouTube* e *Picasa* – com localizações geográficas. A escolha desse tipo de ferramenta era fundamental para que se pudesse contar com o monitoramento específico dos locais onde se deveria intervir em caso de necessidade. O monitoramento feito por palavra-chave foi sendo desenvolvido ao longo da captura de termos mais usuais nesses eventos. Essa ferramenta, desenvolvida para a gestão urbana, tornou-se, durante os Jogos Olimpícos do Rio, uma plataforma inteligente de monitoramento, identificação e intervenção em atuações específicas de usuários das redes sociais.

Aliada a esta estrutura para o monitoramento da internet, o Centro Integrado de Comando e Controle (CICC)[6] integrava varias áreas de inteligência e segurança e passou a ter o controle de 3200 câmeras de vigilância fixas e móveis para monitorar a cidade durante as Olimpíadas.

---

6. Inspirado em modelos integrados de segurança adotados em Londres, Nova Iorque, México e Madri, o CICC vai abrigar diferentes órgãos do estado, município e governo federal, como Polícia Militar, Polícia Civil, Corpo de Bombeiros, Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (Samu), Polícia Federal, Polícia Rodoviária Federal, Guarda Municipal, Defesa Civil e Companhia de Engenharia de Tráfego do Rio (Cet-Rio). Para a Copa da FIFA foram inaugurados 12 CICCs no Brasil, um em cada cidade-sede.

Para além das preocupações afetas aos megaeventos – segurança e terrorismo, mobilidade urbana, deslocamento de multidões –, o Brasil tinha nesse momento uma questão que passou a ser também foco de atuação do aparato de vigilância desenvolvido para megaeventos: a situação política do impeachment e os ecos das manifestações de 2013 ligadas às intervenções da Copa da FIFA nas cidades brasileiras.

No Dossiê Megaeventos e Violação dos Direitos Humanos no Rio[7] (2014), lançado pelo Comitê Popular Rio Copa e Olimpíadas, já estava apontado um dos chamados "pontos polêmicos" das intervenções feitas na cidade, que era a permanência dos sistemas da vigilância depois da realização da Copa. Ao final da Copa, o governo do Rio anunciou o investimento de R$ 80 milhões

> em câmeras de segurança nos estádios, onde as tecnologias de segurança têm a finalidade de vigiar e controlar o torcedor e os cidadãos, dando visibilidade ao seu comportamento nos estádios, enquanto o arcabouço institucional de gestão do futebol permanece opaco. Não há garantias que as imagens coletadas pela FIFA e por seus parceiros comerciais sejam apagadas depois do evento. Há um grande perigo que as técnicas e tácticas utilizar para "proteger", "controlar" e "vigiar" violarão direitos de privacidade individual e de associação coletiva.

O aumento da vigilância aconteceu concomitantemente com o conhecimento pela população de um outro instrumento que passou a ser fundamental durante os megaeventos brasileiros: a Garantia da Lei e da Ordem (GLO). A GLO é uma operação militar conduzida pelas Forças Armadas (nesse caso em conjunto com a Polícia Militar), que acontece de forma episódica, em área previamente estabelecida e por tempo limitado, e que tem por objetivo a preservação da ordem pública. Em dezembro de 2013, entrou em vigor o Manual MD33-M-10[8], em que

7. Megaeventos e Violações dos Direitos Humanos no Rio de Janeiro Dossiê do Comitê Popular da Copa e Olimpíadas do Rio de Janeiro junho de 2014 *https://comitepopulario.files.wordpress.com/2014/06/dossiecomiterio2014_web.pdf*

8. *http://www.defesa.gov.br/arquivos/File/doutrinamilitar/listadepublicacoesEMD/md33_m_10_glo_1_ed2013.pdf*

apareceram duas definições fundamentais para entendermos as ações policiais durante as Olimpíadas: "forças oponentes" e "ameaças".

> — Forças Oponentes (F Opn) são pessoas, grupos de pessoas ou organizações cuja atuação comprometa a preservação da ordem pública ou a incolumidade das pessoas e do patrimônio.
>
> — Ameaça são atos ou tentativas potencialmente capazes de comprometer a preservação da ordem pública ou a incolumidade das pessoas e do patrimônio, praticados por F Opn previamente identificadas ou pela população em geral.

Em conjunto com a definição da GLO, vieram as legislações específicas ligadas aos megaeventos e as reações oficiais aos movimentos de 2013. Toda a legislação com relação aos megaeventos foi reordenada a partir da lei 13.284, de 10 de maio de 2016, que dispõe sobre as medidas relativas aos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016 e aos eventos relacionados. Essa lei alterou a chamada primeira lei olímpica, de 2009 (lei 12.035), feita para que o Brasil pudesse concorrer a sediar as Olimpíadas, e a lei 12.780, de 2013, que é sobre as medidas tributárias referentes aos Jogos Olímpicos.

A lei 13.284 passou a ser a que trata de todas as instâncias ligadas aos Jogos Olímpicos e foi utilizada para a proibição das manifestações *Fora Temer* que aconteciam nos locais olímpicos, principalmente estádios de futebol. Em seu artigo 28, podemos ver que entre as "condições de acesso e permanência nos locais oficiais", está a de "não portar ou ostentar cartazes, bandeiras, símbolos ou outros sinais com mensagens ofensivas, de caráter racista ou xenófobo ou que estimulem outras formas de discriminação" e a de não poder "entoar xingamentos ou cânticos discriminatórios, racistas ou xenófobos".

> 'Se você se manifestar com uma faixa 'fora Temer', vamos pegar a faixa". Foi assim que um agente de segurança do estádio do Engenhão, no Rio de Janeiro, iniciou uma discussão com dois torcedores que assistiam à partida da seleção brasileira feminina de futebol contra a China, na quarta-feira 3. "Dentro do estádio não pode", disse o funcionário, conforme vídeo que circula na internet.

> Protestos contra o presidente interino Michel Temer (PMDB) têm sido reprimidos nos Jogos Olímpicos, e alguns manifestantes chegaram a ser expulsos das arenas. No sábado 6, ao acompanhar uma prova de tiro com arco, um brasileiro foi retirado do Sambódromo por agentes da Força Nacional de Segurança. Motivo: um controverso grito 'fora Temer'."[9]

Essa foi uma das atuações conjuntas das forças de segurança com base na GLO que mais polêmicas causou durante as Olimpíadas no Rio de Janeiro. A justiça reverteu o entendimento da lei, mas o Comitê Olímpico Internacional (COI) fez questão de relembrar os preceitos da Carta Olímpica, documento aceito e assinado pelo Brasil para poder sediar as Olimpíadas.

Na Carta, encontramos a chamada Regra 50[10], que afirma não ser permitido nenhum tipo de demonstração política, religiosa ou racial em locais olímpicos, meios de comunicação e outras áreas. No *Olympic Athletes' Hub*[11], site criado para a interação dos atletas com o público e para informações gerais, a Regra 50 é apresentada contendo quatro objetivos, o último deles é "impedir que os Jogos sejam utilizados como uma plataforma para protestos, manifestações ou outro tipo de promoção de propaganda política, religiosa ou racial."

Assim, o então presidente interino Michel Temer encontrou na legislação específica das Olimpíadas apoio para tentar evitar a visibilidade – e mesmo a mera ocorrência – de protestos contra o seu governo durante os Jogos Olímpicos do Rio. Mas, mesmo cercado por medidas de segurança e artimanhas comunicacionais, não conseguiu evitar que os protestos *Fora Temer* ganhassem visibilidade, como discutiremos a seguir.

---

9. Carta Capital. 08/08/2016 acessado 10/01/2017 - https://www.cartacapital.com.br/politica/o-fora-temer-e-a-censura-nas-olimpiadas

10. No kind of demonstration or political, religious or racial propaganda is permitted in any Olympic sites, venues or other areas

11. https://hub.olympic.org/pt-br/

Táticas fora de campo

As tentativas de invisibilizar as manifestações contrárias ao então presidente interino começaram a se mostrar falhas semanas antes da abertura das Olimpíadas, durante o período de revezamento da tocha olímpica. Com cobertura frequente por parte da grande imprensa, incluindo *flashes* ao vivo na TV diversas vezes por dia, o período de revezamento da tocha já anunciava um comportamento tático nas ruas de diversas cidades do Brasil.

Se aproveitando astutamente das entradas ao vivo de repórteres de grandes redes de TV, pessoas comuns se colocavam ao alcance das câmeras com cartazes de protesto[12] contra o presidente (então) interino. Fora das passagens ao vivo, mas ainda astutamente, o músico Tarcísio Carlos Rodrigues Gomes, ao conduzir a tocha no Rio de Janeiro, exibiu as nádegas em que se podia ler a frase "Fora Temer"[13] (FIG. 1).

Figura 1 - Condutor da Tocha Olímpica faz protesto contra o presidente interino

12. Exemplos são os vídeos disponíveis em *https://www.youtube.com/watch?v=DzO2eMsa3iw*, que mostra um repórter em apuros em Caruaru; e em *https://www.youtube.com/watch?v=pz0-4h9rzoM*, em que não se lêem cartazes, mas a passagem precisou ser interrompida por causa de uma manifestação.

13. Notícia completa em *http://esportes.estadao.com.br/noticias/jogos-olimpicos,condutor-da-tocha-e-retirado-do-percurso-no-rio-pela-forca-nacional-de-seguranca,10000066701* e vídeo em *https://www.youtube.com/watch?v=39qBRzA9f6A*

Mesmo que não tenha sido transmitida ao vivo, a performance do músico alcançou ampla visibilidade nas redes sociais digitais, anunciando inclusive a repressão vindoura ao protesto – após exibir as nádegas, Gomes foi imobilizado pela Força Nacional e impedido de continuar a conduzir a tocha.

Esse tipo de prática resistente se aproxima do que Certeau (2009) descreve como tática: joga no terreno do outro, com as regras impostas. Faz uso astuto do que está dado por aquele que detém um próprio, uma capacidade de estabelecer uma ordem. A esse, Certeau descreve como do campo das estratégias.

> Chamo de estratégia o cálculo (ou a manipulação) das relações de forças que se torna possível a partir do momento em que um sujeito de querer e poder (uma empresa, um exército, uma cidade, uma instituição científica) pode ser isolado. A estratégia postula um *lugar* suscetível de ser circunscrito como *algo próprio* e ser a base de onde se podem gerir as relações com *uma exterioridade* de alvos ou ameaças (os clientes ou os concorrentes, os inimigos, o campo em torno da cidade, os objetivos e objetos de pesquisa etc.) (CERTEAU, 2009, p. 93).

Como já dissemos, as Olimpíadas são um evento cercado por regras próprias, que por vezes são até diversas das vigentes nos países em que acontecem. Para garantir seu cumprimento, forças militares são amplamente mobilizadas. No Brasil, a previsão oficial era envolver 85 mil servidores com origens diversas na segurança das Olimpíadas[14], como do exército, da Polícia Federal, da Força Nacional, entre outras.

O tamanho do contingente ligado à segurança evidencia a força implementada para o cumprimento das regras determinadas pelos Comitês Olímpicos Internacional (COI) e Brasileiro (COB). Nesse contexto de grande rigidez, é ainda mais importante a busca por práticas astutas de resistência, dialogando com o que Certeau (2009) descreve como tática.

14. *http://www.brasil2016.gov.br/pt-br/pais-sede/mais-de-85-mil-profissionais-garantem-seguranca-e-defesa*

> A tática não tem por lugar senão o do outro. E por isso deve jogar com o terreno que lhe é imposto tal como o organiza a lei de uma força estranha. Não tem meios para se manter em si mesma, à distância, numa posição recuada, de previsão e de convocação própria: a tática é movimento "dentro do campo de visão do inimigo", como dizia von Büllow, e no espaço por ele controlado. (...) Ela opera golpe por golpe, lance por lance. (…) Tem que utilizar, vigilante, as falhas que as conjunturas particulares vão abrindo na vigilância do poder proprietário. (CERTEAU, 2009, p. 94-95).

Estratégias e táticas se alternam no embate de visibilidade e invisibilidade relacionado aos protestos contra o governo durante as Olimpíadas. De um lado, a organização buscou evitar a própria existência de tais práticas, estabelecendo proibições e tentando coibir a divulgação do que a elas escapava, para invisibilizar os protestos. Por outro lado, práticas como as ocorridas durante o revezamento da tocha se repetiram durante todo o período dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos do Rio.

Já na abertura, o Governo Federal usou de seu poder para alterar o protocolo e suprimiu as referências ao presidente (então interino) na cerimônia de abertura. Foi a primeira vez que o chefe de Estado do país sede das Olimpíadas não teve seu nome citado junto ao dos presidentes do COI e do COB[15] na cerimônia de abertura. Temer apenas se pronunciou brevemente para declarar abertas as Olimpíadas, numa aparição imediatamente seguida pela queima de fogos de artifícios, que deveriam celebrar a abertura oficial dos Jogos Olímpicos do Rio– mas também poderiam abafar ruídos indesejáveis após a única inserção oficial do presidente no roteiro da abertura.

Apesar dos esforços, houve registro midiático de vaias em dois momentos. Na primeira vez, quando o presidente do COB, Carlos Arthur Nuzman, se referiu em inglês ao Governo Federal[16]. Algum tempo de-

---

15. *http://brasileiros.com.br/2016/08/para-evitar-vaias-temer-nao-e-anunciado-na-abertura-da-olimpiada/* e *http://olimpiadas.uol.com.br/noticias/redacao/2016/08/05/cerimonia-de-abertura-dos-jogos-olimpicos-do-rio-de-janeiro.htm*

16. No vídeo da cerimônia completa, disponível em *http://globoplay.globo.com/v/5217401/*, é possível conferir as vaias no momento 3h17.

pois, a queima de fogos foi insuficiente para abafar as vaias a Michel Temer, logo após seu brevíssimo pronunciamento, de menos de 10 segundos[17].

As vaias ganharam repercussão na mídia nacional e nas redes sociais, como no *Twitter*. O GRAF. 1 mostra a diversidade de hashtags usadas em postagens contra o então presidente interino no contexto da abertura das Olimpíadas[18].

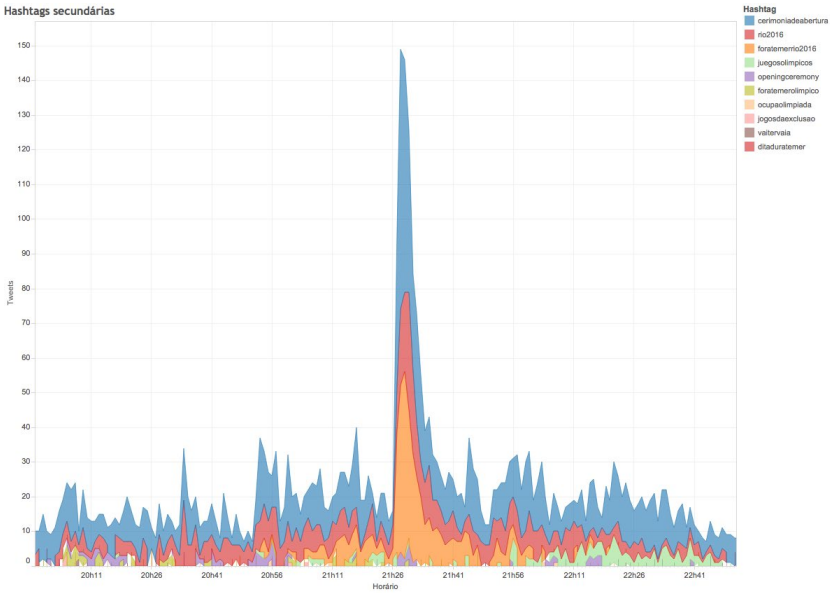


Gráfico 1 - Hashtags mais usadas no contexto da Cerimônia de Abertura

Como se pode ver no GRAF. 1, hashtags como Foratemerario, foratermerolimpico, vaitervaia e ditaduratemer ganharam ampla repercussão em postagens que circularam no *Twitter* durante a abertura dos Jogos Olímpicos do Rio. Mas não apenas de pessoas comuns foi feita a

17. http://brasil.elpais.com/brasil/2016/08/06/deportes/1470453395_263572.html

18. Para entender a metodologia de coleta de dados, ver artigo "Circulação intermídia de conteúdos via hashtag #Rio2016: conexões pelo Twitter e para além dele"

visibilidade dos protestos contra Michel Temer durante a abertura das Olimpíadas. Meios de comunicação repercutiram instantaneamente as vaias, como se pode ver nas FIG. 2 ,3 e 4.

Figura.2 - colunista da *Folha de S. Paulo* repercute vaias a Temer durante cerimônia de abertura.

Figura 3 - jornal *Estado de S.Paulo* repercute vaias a Temer durante cerimônia de abertura.

Figura 4 - jornal O Globo repercute vaias a Temer durante cerimônia de abertura.

As FIG, 2, 3 e 4 são apenas exemplos de grandes grupos de comunicação que noticiaram as vaias a Temer na cerimônia de abertura dos Jogos Olímpicos do Rio. Artistas de renome nacional também contribuíram para o debate em torno da participação de Temer na Cerimônia de Abertura, como se pode ver nas FIG. 5 e 6.

Figura 5 – atriz Patrícia Pillar repercute quebra de protocolo na cerimônia de abertura.

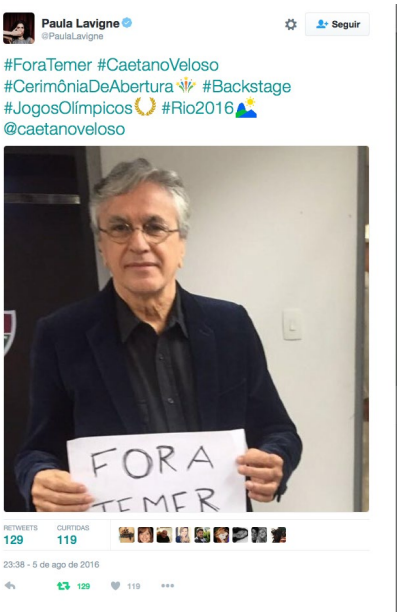


Figura 6 – Após se apresentar na cerimônia de abertura, Caetano Veloso posa para protesto.

Na FIG 5, Patrícia Pilar chama a atenção para a quebra de protocolo ocorrida na Cerimônia de Abertura dos Jogos Olímpicos do Rio, quando o nome de Temer não foi citado. Já Caetano Veloso (FIG. 6), que se apresentou na cerimônia, aproveitou o *backstage* para registrar seu protesto pós-show. A pose de Caetano, segurando um cartazete com

dizeres contra o então presidente interino, faz parte de um conjunto maior que discutiremos a seguir.

~~Fora Temer~~ Vaza, véi/Sai trem/*Out to Fear*

As vaias a Temer na abertura das Olimpíadas foram parte da disputa de luz e sombra que envolveu o evento. Entretanto, o caráter tático dos protestos, a necessidade de astúcia frente às regras estabelecidas "pelo adversário", se tornou mais evidente no decorrer das partidas. Já nos primeiros jogos, como já dissemos, a Força Nacional proibiu que se exibissem cartazes com os dizeres "Fora Temer". Em algumas vezes, seus portadores foram retirados dos estádios[19].

A partir da circulação de vídeos que registravam a censura aos protestos, o tema ganhou repercussão ampliada na imprensa nacional e internacional – *NYTimes*[20] e *Washington Post*[21], por exemplo, fizeram matérias grandes discutindo o tema. Tal repercussão, além de embarassar o governo brasileiro internacionalmente, impulsionou a criatividade dos protestos.

A partir da circulação das notícias sobre a proibição aos protestos contra o então presidente interino, uma série de cartazetes com dizeres alternativos ao *Fora Temer* começou a se multiplicar nos estádios. Com tom bem-humorado, os cartazes faziam piada da proibição e reafirmavam o posicionamento político contra o então interino, como é possível ver na FIG. 7.

---

19. Alguns vídeos sobre o tema estão em *https://www.youtube.com/watch?v=9iV0_7rHFnA*, *https://www.youtube.com/watch?v=YkSiRMBa7zs*, *https://www.youtube.com/watch?v=cC3fh8prIoM*, *https://www.youtube.com/watch?v=2FB4e35jsg4*, *https://www.youtube.com/watch?v=lnui7XoVCgQ*

20. *https://www.nytimes.com/2016/08/08/sports/olympics/protests-rio-michel-temer.html?_r=0*

21. *https://www.washingtonpost.com/world/the_americas/brazilian-protesters-censored-at-olympics/2016/08/07/c8dfc014-5cca-11e6-84c1-6d27287896b5_story.html*

Figura 7 – Montagem de imagens que driblavam a proibição ao Fora Temer nos estádios. Fonte: Google Images.

Na FIG.7, estão expostas, a título de exemplo, táticas usadas de maneira numerosa nos estádios. Um dos caminhos escolhidos foi apenas insinuar a referência a Temer, sem dizer seu nome. "Vaza, véi" e "Sai, trem" são exemplos desse comportamento tático – seu uso frequente ainda rendeu comparações entre Temer e Lord Voldemort, vilão da saga Harry Potter a que frequentemente se faz referência como "aquele que não deve ser nomeado".

Recorrer a uma língua estrangeira ou a um quebra-cabeças linguístico foi outra tática comum, usada para se referir ao *Fora Temer* de maneira dúbia (como em *Out to Fear*) ou difícil de se decifrar em um primeiro olhar. Por fim, vale destacar astúcias de caráter mais físico, como os cartazes que dobrados e juntos formam um *Fora Temer*, as inscrições em batom, facilmente removíveis, e as pessoas que entraram nos estádios com camisetas com apenas uma letra e se juntaram nas arquibancadas para formar o *Fora Temer*.

Esse tipo de manifestação marca um elemento comum nas arquibancadas durante a Rio 2016: proibidos pela legislação específica dos jogos, caçados e expulsos pelas forças de segurança, os protestos políticos estiveram presentes durante toda a duração do evento. Censuradas, as manifestações continuaram a acontecer taticamente e ganharam repercussão internacional.

O jornal *The New York Times*, por exemplo, com base nas expulsões dos estádios, questionou as limitações à liberdade de expressão em um país passando por um momento de efervescência política[22]. Já o *The Washington Post* se referiu à censura como mais uma controvérsia, depois de questões como a violência no Rio, a epidemia de Zika e a poluição da Baía de Guanabara[23].

Considerações finais

A repercussão nacional e internacional dos protestos contra Temer antes e durante os Jogos Olímpicos do Rio fazem ver a pouca eficiência das medidas que pretendiam invisibilizar os protestos políticos. Ainda que seja necessário questionar duramente a existência de limitações à liberdade de expressão que são parte da regulamentação de megaeventos internacionais, o que se viu nas Olimpíadas no Brasil foi uma resistência tática a tais regras.

Vale dizer que os grandes protestos de rua que foram vistos, por exemplo, durante a Copa das Confederações, em 2013, não se repetiram na Rio 2016[24]. Mesmo que se leve em conta um contexto político diferente e a centralidade dos Jogos Olímpicos do Rio na cidade-sede, a inexistência de protestos de rua certamente se relaciona às medidas de limitação à expressão da população, como *Asbo* e GLO.

Por outro lado, as resistências a tais medidas, de caráter tático, passam do individual ao coletivo, se espraiam pelas redes e mídias sociais e ganham a mídia tradicional, repercutindo internacionalmente. A essas, não há regulamentação olímpica que alcance – apenas a censura mais declarada foi capaz de calar amplamente redes e mídias sociais, como é o caso da Primavera Árabe, por exemplo.

---

22. *https://www.nytimes.com/2016/08/08/sports/olympics/protests-rio-michel-temer.html?_r=0*

23. *https://www.washingtonpost.com/world/the_americas/brazilian-protesters-censored-at-olympics/2016/08/07/c8dfc014-5cca-11e6-84c1-6d27287896b5_story.html*

24. Nesse sentido, houve um protesto de maior dimensão na tarde que antecedeu a Cerimônia de Abertura.

Referências bibliográficas

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1. artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 2009. 16 ed.

FAJARDO, JAVIER A. T. Superación de los conflictos de orden internacionalpor parte del Movimiento Olímpico de la era moderna a lo largo del siglo XX. **EFDEPORTES**, Buenos Aires, ano 9, n. 59, abr. 2003.

MEGAEVENTOS E VIOLAÇÕES DOS DIREITOS HUMANOS NO RIO DE JANEIRO: Dossiê do Comitê Popular da Copa e Olimpíadas do Rio de Janeiro junho de 2014. Disponível em: <*https://comitepopulario.files.wordpress.com/2014/06/dossiecomiterio2014_web.pdf*>. Acesso em jan. 2017.

RIAL, Carmen; GROSSI, Miriam. Género, raza y violencia en las Olimpiadas de Rio. **Cadernos de las Olimpíadas**: CLACSO, 2016.

TARCIA, Lorena Péret Teixeira. **TRAMAS DA CONVERGÊNCIA**: Cartografia de dispositivos acoplados na cobertura dos Jogos Olímpicos de Verão pela BBC em 2015. Tese doutorado, p. 271.

CONTROVÉRSIAS E REPERCUSSÕES MIDIÁTICAS NOS JOGOS OLÍMPICOS RIO:

O CASO RYAN LOCHTE

MARIA APARECIDA MOURA

Introdução

Os Jogos Olímpicos do Rio foram marcados por inúmeras situações controversas que abarcaram desde a preparação do evento no Brasil, às polêmicas sobre os gastos com a logística e a infraestrutura, passaram pela má qualidade das instalações para os jogos, as vaias nos estádios, e chegaram às controvérsias envolvendo as delegações e os atletas olímpicos.

Dentre as inúmeras controvérsias que ocorreram ao longo das Olimpíadas, está aquela que envolveu o nadador estadunidense Ryan Lochte. Durante a realização dos Jogos Olímpicos do Rio, o atleta e outros três membros da equipe de nadadores dos Estados Unidos reportaram uma tentativa de assalto à mão armada em um posto de gasolina no Rio de Janeiro na madrugada do dia 14 de agosto de 2016. A denúncia foi posteriormente questionada pela polícia brasileira como uma história fabricada.

O atleta Ryan Lochte, que deu causa à controvérsia durante os Jogos Olímpicos do Rio, é um medalhista olímpico com consolidada carreira internacional e que se notabiliza pelos vários recordes mundiais alcançados na natação.

Na ocasião, devido à grande cobertura midiática dada ao caso, os internautas criaram a hashtag lochtegate para compartilhar informações sobre o fato e para manifestarem suas opiniões em relação à controvérsia. A hashtag, criada no contexto da denúncia, continuou sendo utilizada depois das Olimpíadas como um marcador de identificação do atleta em meios digitais.

Diante da repercussão do caso em níveis globais, a Wikipédia criou um verbete enciclopédico, em 19 de agosto de 2016, em referência à controvérsia[1]. Nele, foram reunidas informações e referências que relataram a situação controvertida a partir de diferentes fontes de informação. Esse verbete foi ainda incluído em uma página da Wikipédia em que é mantida uma lista dinâmica de escândalos ou controvérsias que receberam o sufixo *gate*[2] na nomeação, em referência ao escândalo político americano, *Watergate*, ocorrido nos anos 1970. Essa lista está organizada em controvérsias oriundas das artes e do entretenimento, do jornalismo e do contexto acadêmico, da política, tecnologia e esportes.

O verbete *Lochtegate* disponibilizado na Wikipédia não chegou a ter um grande volume de consultas. No entanto, a sua criação e manutenção sinalizou para o fenômeno contemporâneo relacionado aos processos de produção, difusão e perenização da informação em tempo real.

Neste capítulo, buscou-se compor uma cartografia de controvérsias com foco na identificação das estruturas relacionais das fontes de informação utilizadas para a composição do verbete enciclopédico disponível na Wikipédia sobre o incidente denominado *Lochtegate*. Para tanto, foram analisadas e categorizadas as referências utilizadas na composição do verbete, assim como as informações adicionais disponíveis na

---

1. Lochtegate. *https://en.wikipedia.org/wiki/Lochtegate*. Acesso em 15.03.2017.

2. *https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_scandals_with_%22-gate%22_suffix*. Acesso em15.03.2017.

Wikipédia e em sites de empresas de comunicação que produziram e disponibilizaram informações sobre a controvérsia.

O mapeamento de controvérsias e a construção de informações em tempo real

Os processos de construção e difusão de informações em tempo real tornaram-se possíveis devido à popularização dos recursos informacionais digitais dispostos em rede e à criação de plataformas colaborativas, como a Wikipédia, que ampliaram e encorajaram a presença diversificada de sujeitos comuns na etapa de produção e difusão da informação em rede.

No contexto de mapeamento das controvérsias envolvendo os Jogos Olímpicos do Rio foi fundamental o acompanhamento das postagens dos internautas e das mídias digitais, que possibilitaram que a sociedade pudesse acompanhar e formar opinião sobre os acontecimentos em tempo real.

Conforme ressalta Silverstone (2002),

> [...] nossa mídia é onipresente, diária, uma dimensão essencial de nossa experiência contemporânea. É impossível escapar à presença, à representação da mídia. "Passamos a depender da mídia, tanto impressa como eletrônica, para fins de entretenimento e informação, de conforto e segurança, para ver algum sentido nas continuidades da experiência e também, de quando em quando, para as intensidades da experiência. (p.12).

A Wikipédia, criada em 2001, consolidou-se nos últimos anos como uma importante plataforma dedicada à produção e ao compartilhamento de conteúdo livre na Internet. Em 2015, a versão inglesa da enciclopédia digital contava com cinco milhões de artigos[3]. Tal proporção atesta a diversidade crescente de interesses e a capilaridade de assuntos dispostos na plataforma.

Embora a Wikipédia adote dinâmicas e procedimentos de normalização que orientam as ações editoriais nas diferentes versões e pro-

3. Wikipédia em inglês. *https://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia_em_ingl%C3%AAs*. Acesso em 15.06.2017.

dutos derivados da *Wiki*, nota-se que a plataforma ainda dá margens para a difusão de informações que podem apoiar a perenização de controvérsias não necessariamente pacificadas nos contextos sociais. Na Wikipédia a ideia de atualização e versão da informação é fortemente associada aos artigos disponibilizados. Conforme destaca D'Andréa (2009),

> [...] no caso da Wikipédia, uma suposta desregulamentação total do processo de produção de textos é amenizada de forma significativa não apenas pelo engajamento da comunidade de usuários, mas ainda por mecanismos técnicos e regras internas. O recurso "vigiar", por exemplo, pode ser ativado por qualquer usuário interessado em monitorar, via e-mail, as alterações realizadas em determinado artigo, evitando que um erro pontual ou uma ação de vandalismo permaneça no ar por muito tempo (p.11.).

A fragilidade do controle interno deixa entrever dificuldades para garantir a autodeterminação informativa dos sujeitos sociais em relação ao controle sobre certos aspectos das identidades individuais projetadas na enciclopédia como informação.

A autodeterminação informativa permite salvaguardar o direito de definir quem deve utilizar e propagar as informações que nos concernem. Entretanto, no caso dos verbetes da Wikipédia, por exemplo, notam-se algumas possibilidades de efetivação de uma redação contínua, nutrida, sobretudo, por outras versões das controvérsias[4].

É provável que a repercussão global do assunto, os rumores disponibilizados nas redes sociais e as consequentes reações provocadas tenham ocasionado a necessidade de composição do verbete envolvendo a controvérsia *Lochtegate* na Wikipédia.

4. Essa infindável expansão de versões da informação digital levou as instituições governamentais e os serviços globais de produção e difusão da informação, como o Google e o Facebook, a investirem no desenvolvimento de instrumentos que possam apoiar a identificação de conteúdos falsos ou imprecisos que tendem a provocar fissuras na cadeia de produção e circulação da informação.

Teoria ator-rede, cartografia e análise de controvérsias

A teoria ator-rede é uma concepção teórica situada no campo da sociologia da ciência e da tecnologia que resulta da integração de diferentes autores e campos perspectivas. Conforme destaca Costa (2014, p. 24), trata-se de

> um conjunto de princípios teóricos e metodológicos que propõe um novo olhar para a realidade, rompendo com oposições binárias que fundamentam a visão de mundo forjada na racionalidade moderna, como sujeito e objeto ou natureza e cultura.

A TAR admite presença simultânea e a mesma prerrogativa analítica para sujeitos sociais e objetos.

Derivada da TAR, a cartografia de controvérsias se consolidou como uma abordagem aplicada aos fenômenos sociotécnicos. Conforme Venturini (2010), a cartografia de controvérsias é um exercício de observação e descrição social, desenvolvido, especialmente, mas não exclusivamente, para o debate sobre as questões técnico-científicas contemporâneas. A proposta foi desenvolvida por Bruno Latour, na Escola de Minas e, posteriormente, na *Science Po* de Paris, no MIT e em outras universidades. Para o autor, o objetivo da cartografia de controvérsias é contribuir no rastreamento e no desenvolvimento de ferramentas de representação e integração das controvérsias observadas analiticamente.

Ao analisar os ambientes digitais, Venturini (2010) enfatiza que,

> A mediação digital acrescenta aos fenômenos coletivos um par de propriedades que são preciosos para fins cartográficos: rastreabilidade e agregabilidade. Naturalmente, nenhum deles é exclusivo para ambientes digitais: todas as teorias e métodos foram desenvolvidos para fornecer as mesmas duas propriedades. No entanto, através da mediação digital, a rastreabilidade e a agregação tornam-se intrinsecamente acessíveis aos fenômenos sociais. (p.8)

A possibilidade de rastreabilidade e agregabilidade permite que a dinâmica dos fenômenos sociais possa ser identificada e tratada por diferentes metodologias e tecnologias de pesquisa de modo que elemen-

tos da complexidade fenomênica possam ser detectados com maior agilidade e por diferentes meios.

Venturini (2010) destaca que para compor uma cartografia de controvérsia é necessário incluir a estruturação de um glossário dos elementos de contexto, a apresentação dos pontos em desacordo, uma lista dos discursos e das opiniões que integram a controvérsia, uma cronologia, um quadro de atores e grupos, um conjunto de documentos referentes ao processo em análise, uma mostra dos contextos e dos obstáculos existentes entre os grupos antagonistas e a identificação dos espaços de discussão e negociação da situação controvertida.

No desenvolvimento de uma cartografia de controvérsia, Venturini (2010) destaca que o pesquisador:

- Não deve restringir sua observação a uma única teoria ou metodologia;
- Deve observar os elementos controversos de tantos pontos de vista quanto possível;
- Deve ouvir as vozes dos atores mais do que as suas próprias presunções.

Nessa perspectiva, a cartografia de controvérsia parece ser bastante vigorosa e oportuna como um método para observar a dinâmica dos fenômenos sociais, cada vez mais, contemporâneos atravessados pelo imperativo tecnológico. Tais fenômenos requerem uma compreensão crítica quase em simultaneidade ao curso dos acontecimentos.

A controvérsia *Lochtegate*

Em 1972, houve um escândalo, envolvendo o governo estadunidense, que atingiu o então presidente Richard Nixon. O escândalo referia-se às tentativas de agentes secretos fotografarem documentos e instalarem aparelhos de escuta na sede do Partido Democrático, localizada, na ocasião, no edifício *Watergate*, Washington DC. O episódio culminou com a publicização de que o presidente Richard Nixon tinha conhecimento da operação realizada na sede do Partido Democrático e deu causa à sua renúncia, após o julgamento realizado pela Suprema Corte dos Estados Unidos, em 1974.

Em virtude desse fato, a denominação *gate,* que popularizou o escândalo na ocasião, acabou por modelar a linguagem americana no que se refere aos escândalos e controvérsias, conforme assinala o *Oxford English Dictionary* (OED). No contexto estadunidense, tornou-se comum a inclusão desse sufixo para nomear eventos ou situações presumidamente escandalosas.

A controvérsia *Lochtegate* integra essa abordagem. O evento teve início em 14 de agosto de 2016, no contexto de realização dos Jogos Olímpicos do Rio, quando os nadadores Estadunidenses Ryan Lochte, Jimmy Feigen, Gunnar Bentz, e Jack Conger reportaram ter sofrido um assalto à mão armada em um posto de gasolina na cidade do Rio de Janeiro.

Os aspectos incoerentes da narrativa dos atletas, as imagens das câmeras de segurança do posto de gasolina e da entrada da Vila Olímpica e o curso das investigações realizadas pela polícia brasileira acabaram por levar à conclusão de que a versão apresentada pelos atletas era fantasiosa. Entretanto, devido à agilidade dos meios de informação em rede, a versão já havia se tornado pública, dando margem a acalorados debates através das redes sociais.

Com a recomposição dos fatos pela polícia brasileira, houve, em 17 de agosto de 2016, a apreensão dos passaportes dos atletas, exceto o de Ryan Lochte, que já havia retornado aos Estados Unidos. Na ocasião, os atletas Jimmy Feigen, Gunnar Bentz, e Jack Conger foram impedidos de deixar o país e retirados do avião no momento do embarque de volta aos Estados Unidos.

Durante a realização do processo investigativo, os atletas alteraram a versão original da denúncia de roubo, dando a entender que efetivamente tratava-se de uma versão fabricada por eles, sob a liderança de Lochte, para encobrir o fato de haverem depredado o banheiro do posto de gasolina ao retornarem embriagados de uma festa.

A constatação de falsa comunicação de crime repercutiu fortemente na Internet e ocasionou intensos debates públicos em que se questionou desde a falta de respeito com o Brasil até os privilégios e o sistema de proteção que os atletas gozavam por serem homens e brancos.

A controvérsia ocorreu no período de 13 a 22 de agosto de 2016, conforme síntese apresentada no quadro abaixo.

Quadro 1 - Cronologia da controvérsia *Lochtegate*

Data	***Eventos***
13/08/2016	• *Lochte vai para uma festa com seus amigos no Club France, de acordo com o Sports Illustrated. O nadador faz um snapchat no evento. Os atletas deixam o clube por volta das 2h:30min da manhã.*
14/08/2016	• *Ileana Lochte informa ao USA Today que Ryan Lochte havia sofrido um assalto à mão armada no Rio de Janeiro.* • *Lochte informa à NBC que ele e os outros nadadores Gunnar Bentz, Jack Conger e James Feigen foram roubados naquela manhã, sob a mira de uma arma – enquanto estavam sentados em um táxi –, por homens que se apresentavam como policiais.* • *O Comitê Olímpico dos EUA divulga uma declaração com o relato dos nadadores sobre os eventos.* • *Um porta-voz do Comitê Olímpico Internacional - COI inicialmente diz que os relatos do roubo são falsos. Inverte a situação inicial e pede desculpas pelo evento ocorrido.*
16/08/2016	• *Um policial brasileiro informa à Associated Press que as autoridades não conseguem encontrar o motorista de táxi ou as testemunhas que presenciaram a história relatada e que os nadadores não conseguiram fornecer detalhes importantes para a polícia.* • *Lochte diz ao USA Today que os nadadores não relataram inicialmente o incidente ao COI, porque tinham medo de ter problemas.* • *O advogado de Lochte, Jeff Ostrow, reitera que o roubo ocorreu e diz que Lochte voltou para os EUA.*
17/08/2016	• *Um juiz brasileiro ordena a apreensão dos passaportes de Lochte e Feigen.* • *O Departamento de Estado dos EUA emite uma declaração incentivando os envolvidos a cooperarem com a justiça brasileira.* • *As autoridades brasileiras retiram Bentz e Conger de um avião no aeroporto do Rio de Janeiro, impedindo-os de deixar o país. Feigen diz ao USA Today que permanece no Rio e está cooperando com as autoridades.* • *Uma fonte policial diz à ESPN Brasil que os nadadores foram interrogados no aeroporto, com a presença de um advogado brasileiro, representantes do Comitê Olímpico dos Estados Unidos e do Consulado americano.*

18/08/2016	• *Um policial brasileiro diz à Associated Press que Lochte fabricou o relato do assalto.* • *Um oficial brasileiro informa que Conger e Bentz confirmaram que Lochte fabricou a história.* • *Em uma coletiva de imprensa, a polícia brasileira afirma que os nadadores não foram roubados sob a mira de uma arma em posto de gasolina, como alegaram.* • *Um oficial de polícia informou que o segurança do posto de gasolina usou uma arma para controlar a situação envolvendo Lochte, Feigen, Conger e Bentz.* • *De acordo com um relatório da ABC News, a polícia brasileira recomendou que Lochte e Feigen fossem indiciados por falsa denúncia de crime.* • *O Comitê Olímpico dos Estados Unidos pede desculpas aos anfitriões dos Jogos Olímpicos do Rio.*
19/08/2016	• *Em uma postagem no Instagram, Lochte pede desculpas por seu papel no incidente.*
22/08/2016	• *A empresa Speedo encerra o seu patrocínio com Lochte e anuncia que vai doar US$ 50 mil para uma instituição de caridade infantil brasileira.* • *Ralph Lauren anuncia que não planeja renovar o contrato de patrocínio de Lochte.*

Fonte: ABC News[5] e International Business Times[6]

No dia em que a versão dos atletas foi confrontada pela polícia brasileira, a hashtag *Lochtegate* figurou como *trending topic* no *Twitter* e provocou intensa participação da opinião pública nas redes sociais em torno do assunto, com desdobramentos negativos para o comportamento dos atletas.

Na conclusão da investigação, os atletas foram indiciados no Juizado do Torcedor e dos Grandes Eventos por falsa comunicação de crime. Diante das evidências de sua participação na fabricação da denúncia, Ryan Lochte utilizou as mídias sociais para apresentar sua versão dos fatos e formalizar o pedido de desculpas por seu comportamento[7].

5. http:// abcnews.go.com/

6. http://www.ibtimes.com/

7. *Quero pedir desculpas pelo meu comportamento na semana passada, por não ter sido mais cuidadoso e sincero na forma como eu descrevi os eventos daquela*

ryanlochte
Seguir

I want to apologize for my behavior last weekend -- for not being more careful and candid in how I described the events of that early morning and for my role in taking the focus away from the many athletes fulfilling their dreams of participating in the Olympics. I waited to share these thoughts until it was confirmed that the legal situation was addressed and it was clear that my teammates would be arriving home safely.

It's traumatic to be out late with your friends in a foreign country - with a language barrier - and have a stranger point a gun at you and demand money to let you leave, but regardless of the behavior of anyone else that night, I should have been much more responsible in how I handled myself and for that am sorry to my teammates, my fans, my fellow competitors, my sponsors, and the hosts of this great event. I am very proud to represent my country in Olympic competition and this was a situation that could and should have been avoided. I accept responsibility for my role in this happening and have learned some valuable lessons.

I am grateful for my USA Swimming teammates and the USOC, and appreciate all of the efforts of the IOC, the Rio '16 Host Committee, and the people of Brazil who welcomed us to Rio and worked so hard to make sure that these Olympic Games provided a lifetime of great new memories.
There has already been too much said and too many valuable resources dedicated to what happened last weekend, so I hope we spend our time celebrating the great stories and performances of these Games and look ahead to celebrating future successes.

Figura 1 - Pedido de Desculpas de Ryan Lochte. Fonte: Perfil do atleta no *Instagram*

---

manhã e por meu papel em tirar o foco de vários atletas [que estão] realizando seus sonhos em participar da Olimpíada. Eu esperei para dividir esses pensamentos até que houvesse uma confirmação de que a situação legal tinha sido resolvida e que estivesse claro que meus colegas de equipe chegariam em casa de forma segura. É traumático estar na rua tarde da noite com seus amigos num país estrangeiro – com a barreira da língua – e ter um estranho apontando uma arma para você e exigindo dinheiro para deixar você ir embora, mas independentemente do comportamento de qualquer um naquela noite, eu deveria ter sido muito amis responsável com meu comportamento e por isso eu peço desculpa para meus colegas de equipe, meus fãs, meus colegas competidores, meus patrocinadores e os anfitriões deste grande evento. Estou muito orgulhoso de representar meu país na Olimpíada e essa foi uma situação que poderia ter sido evitada. Eu assumo responsabilidade por meu papel nesse acontecimento e aprendi algumas lições valiosas. Sou grato aos meus colegas da equipe de natação dos Estados Unidos e ao Comitê Olímpico dos Estados unidos, e reconheço todos os esforços do Comitê Olímpico Internacional, o Comitê Anfitrião da Rio'16 e às pessoas do Brasil que nos receberam no Rio e trabalharam tão duro para ter certeza que essa Olimpíada oferecesse uma vida de grandes novas memórias. Muito já foi dito e muitos recursos valiosos já foram dedicados ao que aconteceu na semana passada, então eu espero que usemos nosso tempo celebrando as grandes histórias e performances destes jogos e espero celebrar sucessos futuros".

O Comitê Olímpico dos Estados Unidos veio a público manifestar sua desaprovação ao comportamento dos atletas americanos,

> O comportamento destes atletas é inaceitável e eles não representam os valores do time dos EUA ou a conduta da vasta maioria de seus integrantes. Vamos avaliar a fundo a questão e quaisquer consequências potenciais aos atletas quando voltarmos aos Estados Unidos [8]

Após o escândalo, Ryan Lochte foi suspenso por 10 meses pelo Comitê Olímpico dos Estados Unidos, banido do campeonato mundial de natação de 2017 e perdeu também importantes patrocínios. Os demais atletas sofreram sanções um pouco mais brandas em relação àquelas imputadas a Lochte, devido ao seu protagonismo na fabricação da história.

Posteriormente, apesar das sanções sofridas, Ryan Lochte assinou novos contratos de patrocínio, inclusive com uma empresa de dispositivos de prevenção de crimes. Tais desdobramentos estimularam a retorno ao debate nos meios de comunicação e nas redes sociais

O verbete *Lochtegate* na Wikipédia e a perenização da controvérsia

A Wikipédia tornou-se nos últimos anos uma importante fonte de informação e conhecimento, devido à dinâmica adotada na consolidação dos verbetes e à natureza participativa de sua formação. A eleição dos verbetes é bastante ampla e envolve os múltiplos interesses dos usuários da plataforma.

O verbete *Lochtegate* foi criado na Wikipédia em 19 de agosto de 2016 no curso da repercussão social e da investigação policial da controvérsia ocasionada pela falsa denúncia de crime. O verbete foi criado apenas na língua inglesa.

---

8. *http://brasil.elpais.com/brasil/2016/08/19/politica/1471618164_730883.html*

A composição do verbete[9] contou com a participação de 43 editores e foram realizadas 322 edições de diferentes naturezas até o mês de março de 2017.

Desde a sua criação, foram feitas 36.075 visualizações, a maior parte delas realizada no período de agosto a outubro de 2016, durante a controvérsia e seus primeiros desdobramentos.

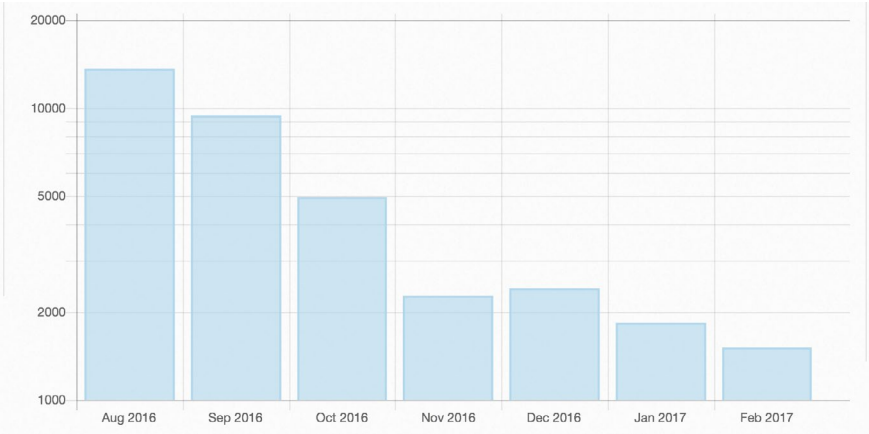


Figura 2 – Visualizações do verbete *Lochtegate* na Wikipédia. Fonte: Wikipédia, 2017

A revisão mais antiga no verbete foi feita em 24 de agosto de 2016 e a mais recente, em 08 de março de 2017, conforme estatística apresentada na plataforma.

Na redação do verbete *Lochtegate,* foram utilizados 116 referências como fonte de informação. Por se tratar da cobertura da emergência de um evento factual e dinâmico as referências adotadas foram, em grande parte, associadas às versões eletrônicas de mídias mantidas pelas empresas nacionais e internacionais de comunicação que repercutiram a controvérsia na ocasião.

9. Dados referentes ao dia 18 de março de 2017.

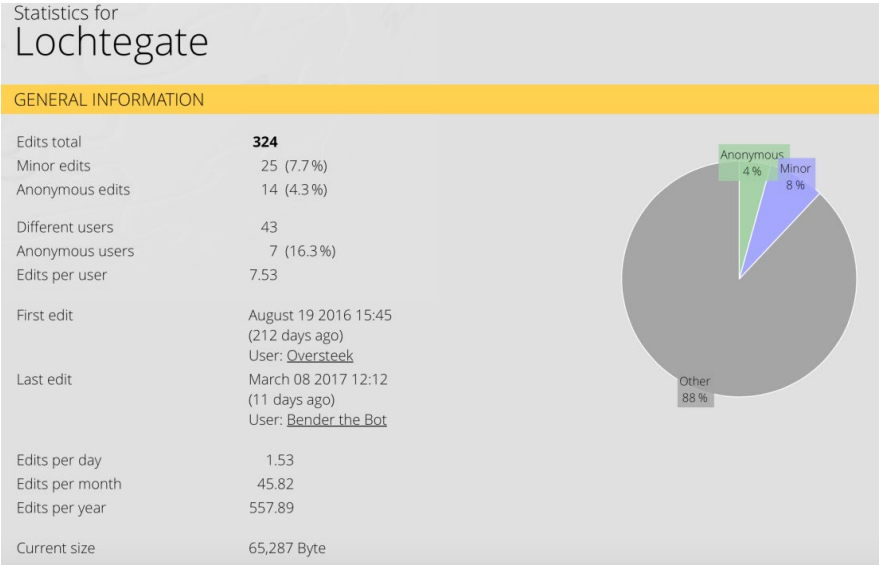


Figura 3 – Dados estatísticos no verbete na Wikipédia. Fonte: Wikipédia, 2017

Cartografia de controvérsias *Lochtegate*

Aspectos metodológicos

A cartografia de controvérsias *Lochtegate* tomou por referência o verbete dedicado ao tema na Wikipédia e as 116 referências utilizadas para compor as informações nele contidas. Na primeira etapa, foram realizadas análises de conteúdo do verbete e das 116 fontes de informação utilizadas na sua composição com o objetivo de identificar e extrair os elementos necessários à estruturação da cartografia.

A análise de conteúdo é

> uma técnica que consiste em apurar descrições de conteúdo muito aproximativas, subjetivas, para por em evidência, com objetividade a natureza e as forças relativas dos estímulos a que o sujeito é submetido." (BARDIN, 1977, p. 34)

A análise de conteúdo busca desvendar discurso portador de conteúdo simbólico e polissêmico.

Conforme indicações de Venturini (2010), os elementos necessários à composição da cartografia de controvérsias são: o glossário de elementos do contexto, os pontos em desacordo, os discursos e opiniões envolvendo a controvérsia, a cronologia, os obstáculos entre os grupos antagonistas e os espaços de discussão e negociação. Os elementos da controvérsia foram ordenados no quadro 1.

Quadro 2 - Cartografia de controvérsia *Lochtegate*

Elementos da cartografia	***Evidências identificadas nas fontes de informação e no verbete Lochtegate***
Glossário dos elementos de contexto	• *Assalto à mão armada;* • *Falsa comunicação de crime;* • *Atuação da polícia brasileira;* • *Conduta imatura e consequências para os atletas;* • *Desrespeito ao Brasil e aos brasileiros;* • *Protagonismo de Ryan Lochte;* • *Vandalismo;* • *Privilégio de gênero e raça;* • *Memes e desdobramentos midiáticos.*
Pontos em desacordo	• *Versão sobre a ocorrência de um assalto à mão armada contra os atletas da equipe de natação dos Estados Unidos.*
Discursos e opiniões envolvendo a controvérsia	• *Versão dos atletas;* • *Versão dos policiais;* • *Versão dos funcionários do posto;* • *Rumores sobre a embriaguez dos atletas;* • *Privilégio de gênero e raça.*
Cronologia	• *14 de agosto 2016 – 08 de março 2017.*
Obstáculos entre os grupos antagonistas	• *Possibilidade de incidente diplomático entre os países envolvidos;* • *Evidências de fabricação da história;* • *Exposição pública dos atletas, da organização dos jogos e do Comitê Olímpico dos Estados Unidos.*

Espaços de discussão e negociação	• *Indiciamento dos atletas no Juizado do Torcedor e dos Grandes Eventos por falsa comunicação de crime;* • *Retificação da versão pelo Comitê Olímpico dos Estados Unidos;* • *Admissão de culpa e pedido de desculpas pelos atletas;* • *Pagamento de multa.*

Fonte: Dados da pesquisa

Na segunda etapa, foi realizado um mapeamento da controvérsia, considerando os elementos do glossário de contexto aplicados a um corpus formado por 25% das referências usadas pelos colaboradores da Wikipédia para compor o verbete. Os textos citados nas referências analisadas, identificados como unidades temáticas, foram assim organizados: Os quinze primeiros textos citados nas referências do verbete (dedicados à descrição da controvérsia) e quinze textos citados nas últimas referências do verbete (dedicadas às percepções sociais e aos desdobramentos da controvérsia). Nessa etapa, foi elaborada uma planilha eletrônica para a coleta de dados, que permitiu mapear os conteúdos dispostos nos textos citados nas referências do verbete. Os dados coletados foram: número da referência, título, fonte de informação, data de publicação, glossário dos elementos de contexto, recursos informacionais utilizados (vídeos, imagens, entrevistas, *links* externos, *tweets*, *memes*).

O propósito da análise realizada nesta etapa foi identificar os argumentos repercutidos pela mídia e utilizados como referência no verbete *Lochtegate* produzido pelos colaboradores da Wikipédia.

Análise da controvérsia

Os fatos que deflagraram a controvérsia *Lochtegate* aconteceram no período de 13 a 19 de agosto de 2016, no contexto de realização dos Jogos Olímpicos do Rio, com desdobramentos que repercutiram em uma escala temporal bem mais ampla.

A construção social da controvérsia envolveu fundamentalmente os atletas, as empresas nacionais e internacionais de mídia, a polícia e a justiça brasileiras, os organizadores do evento no Brasil, o Comitê Olímpico e o corpo diplomático dos Estados Unidos. Nesse âmbito,

as ações dos atores implicados foram repercutidas pelos internautas em proporções globais através das redes sociais, fornecendo novos elementos para compor a percepção pública do evento.

A notícia do assalto à mão armada em 14 de agosto de 2016, as entrevistas às redes de televisão e as postagens de Ryan Lochte em redes sociais mobilizaram o início da controvérsia. Nessas circunstâncias, a opinião pública mostrou-se favorável à versão apresentada pelos atletas.

A atuação da polícia brasileira ao longo do processo, a contestação da versão dos atletas, as informações sobre o vandalismo no banheiro do posto de gasolina e a identificação de Lochte como protagonista da fabricação de falsa comunicação de crime foram o ponto alto da controvérsia. Esses elementos reconfiguraram os pontos de vista da população, dividiram as opiniões e exigiram que o Comitê Olímpico dos Estados Unidos e os atletas implicados apresentassem formalmente um pedido de desculpas pela má conduta e pelos desdobramentos negativos para os Jogos Olímpicos realizados no Rio de Janeiro.

Os elementos de contexto que mais se sobressaíram nas fontes utilizadas pelos colaboradores da Wikipédia para a composição de verbete Lochtegate foram a falsa comunicação de crime (25%), a atuação da polícia brasileira (17%), o privilégio de gênero e raça (14%) e a conduta imatura e consequências para os atletas (12%).

Outro aspecto polêmico no curso dos acontecimentos foi a atitude apaziguadora do diretor de Comunicação do COI, Ricardo Andrada. Sua atuação foi muito mal recebida pela opinião pública em nível mundial. Na ocasião, Andrada amenizou a gravidade do comportamento dos atletas e afirmou que

> Não precisamos de desculpas dos atletas. Esses garotos treinaram, vieram aqui, fizeram seu melhor, estavam sob uma gigante pressão, vieram se divertir, deem um tempo a eles. De vez em quando você toma atitudes das quais se arrepende. Lochte é um dos melhores nadadores de todos os tempos. Eles queriam se divertir, cometeram um erro, vamos deixar isso para trás, deixá-los em paz. (...)

> A imagem da segurança foi definitivamente arranhada. Eu fiz o comentário "deixa os garotos em paz" quando me perguntaram se a gente esperava um pedido de desculpa dos atletas, o que a gente não espera. O fato de eles passarem por uma vergonha pública dessa magnitude, eu acho que é plenamente suficiente para que eles aprendam uma lição. Espero que eles aprendam. A nossa imagem foi afetada no primeiro dia e amplamente recuperada de forma natural pela sequência de fatos, então o que você vê hoje nas ruas – e eu por acaso vi hoje duas ou três vezes – é que todos os brasileiros que se sentiram envergonhados quando eles deram a primeira versão se sentem de alma lavada agora que a versão apareceu.[10]

A fala condescendente de Andrada, diante da comprovada má conduta de Lochte e dos demais atletas, repercutiu negativamente perante a opinião pública internacional. Nesse contexto, novos pontos de vista foram introduzidos, fortalecendo a ideia de que a condução do escândalo pelas autoridades deveu-se, sobretudo, ao privilégio de gênero e raça que os atletas gozavam.

Sobre os privilégios de raça, classe e gênero identificados nas postagens disponíveis nas redes sociais e nas fontes utilizadas pelos colaboradores da Wikipédia, envolvendo a controvérsia *Lochtegate*, Wilkison[11] ressaltou que

> As ofensas de Lochte encapsulam um exemplo perfeito de como a raça, a classe e o privilégio masculino funcionam na sociedade, ao mesmo tempo em que revelam a mentalidade colonial que permanece entre os EUA e a América Latina.[12]

---

10. *http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2016/08/diretor-do-rio-2016-sobre-nadadores-americanos-deem-um-tempo-eles.html* Acesso em?

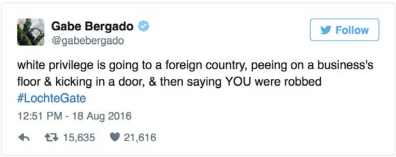
11. A. B. Wilkinson é professor assistente de História da University of Nevada at Las Vegas (UNLV). O professor é especialista em estudos étnicos e história colonial norte-americana.

12. *http://www.huffingtonpost.com/a-b-wilkinson/bleaching-the-2016-olympics_b_11658094.html*. Acesso eim?

As controvérsias envolvendo as temáticas sobre a igualdade de gênero e as questões raciais[13] foram introduzidas no verbete da Wikipédia somente em outubro de 2016. No entanto, as fontes utilizadas referem-se ao período de realização dos Jogos Olímpicos. Dessa perspectiva, nota-se que os temas repercutiram bastante e fizeram parte de 14 das 116 referências utilizadas na redação do verbete. O ponto alto do debate foi o dia 18 de agosto de 2016, quando a versão de assalto à mão armada fabricada pelos atletas foi contraditada pelos policiais brasileiros.

O revés da história foi fortemente coberto pelas empresas globais de mídia que se valeram das diferentes percepções, reações e manifestações do público que acompanhava os eventos associados às Olimpíadas, sobretudo via redes sociais online.

As empresas de mídias mapearam e monitoraram essas reações através dos *trending topics* das plataformas de redes sociais.



Aparentemente, a controvérsia chegou ao fim com desdobramentos morais e pecuniários associados aos principais envolvidos. Entretanto a permanência da hashtag *Lochtegate* e o verbete dedicado ao caso na Wikipédia perenizaram as informações sobre o desvio ético dos atletas. Nesse âmbito, percebe-se que a rastreabilidade e a agregabilidade aludidos por Venturini (2010) ocorrem nos processos tecnológicos de edição dos verbetes da Wikipédia e trazem, com tendência, a possibilidade de manutenção e atualização da controvérsia. Além disso, auxiliam na sedimentação um conjunto de percepções sociais sobre o caso. Nesse ponto de vista, as controvérsias vivenciadas no ambiente digital mantêm-se latentes e disponíveis para novos usos e contextos.

13. *http://dailycaller.com/2016/08/18/everybody-on-twitter-is-using-the-ryan-lochte-circus-to-complain-about-white-privilege/* Acesso em?

Considerações Finais

O desenvolvimento de análise de controvérsias em contextos dinâmicos é um desafio metodológico de grandes proporções. Sobretudo, porque o mapeamento de controvérsias precisa sempre ser confrontado e analisado à luz de princípios teóricos e procedimentos metodológicos complementares que possibilitem efetivar um estudo vertical do fenômeno.

A análise de controvérsia do caso *Lochtegate* possibilitou identificar a diversidade de actantes envolvidos e compreender a complexidade de estudar fenômenos sociais que se atualizam em tempo real, com dinâmicas sociotécnicas muito peculiares.

No estudo realizado, ficou evidente que a cobertura midiática, a participação dos atores em redes sociais e a perenização das controvérsias em meios digitais colaborativos introduziram vieses ainda pouco considerados nos estudos desenvolvidos no campo das Ciências Sociais.

Além disso, a realização de um megaevento no Brasil em uma circunstância marcada pela consolidação de processos políticos fortemente questionados e controversos já representava em si um fenômeno prenhe de complexidades.

Associado a esse contexto, estavam latentes a violência simbólica demonstrada pela hierarquização das nações no contexto esportivo, os interesses mercantis de comunicação e consumo planetários e a grande indústria da performance dos corpos-máquina; tudo isso embalado em princípios meritocráticos débeis e um mal disfarçado *fair-play*. Acredita-se que essa multiplicidade de actantes dinâmicos compôs em tempo real as camadas de controvérsia do caso *Lochtegate* – um fenômeno de feições ordinárias, mas pleno de indagações sociotécnicas.

Agradecimentos

A pesquisadora contou com apoio do CNPq e da Fapemig no desenvolvimento deste trabalho.

Referências

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70. 1977.

BAUER, Martin W. ; GASKELL, George. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*: um manual Prático. Petrópolis: Vozes, 2002.

COSTA, Bernardo Esteves Gonçalves da. *As controvérsias da ciência na Wikipédia em*

português: o caso do aquecimento global. Rio de Janeiro: UFRJ, 2014.

D'ANDRÉA, Carlos. Em busca do "artigo perfeito": O ciclo de vida dos textos na Wikipédia. *Texto Livre*, Belo Horizonte, v.1, n.2, p. 1-9, 2009.

D' ANDREA, Carlos. Colaboração, edição, transparência: desafios e possibilidades de uma "wikificação" do jornalismo. SBPJor/Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo. *BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH* (Versão em português) v.. 2, n. 1. 2009. Disponível em: *https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/viewFile/193/192*

GILL, Rosalind. Análise de discurso. In: BAUER, Martin W. e GASKELL, George. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*: um manual prático. Petrópolis, Vozes, 2002.

LATOUR, Bruno. On technical mediation – philosophy, sociology, genealogy. *Common Knowledge*, v. 3, n. 2, p. 29-64, 1994a.

SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* Tradução de Milton Camargo Mota. São Paulo: Edições Loyola, 2002. 302 p. Título original: Why study the media?

VENTURINI, Tommaso. Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory. *Public Understand. Sci*. v. 19, n. 3, 2010. p. 258–273. Available in: *http://spk.michael-flower.com/resources/DivingInMagma.pdf*. Acesso em 13.mar.2017.

VENTURINI, Tommaso. Building on Faults: How to Represent Controversies with Digital Methods. Available in: *http://medialab.sciences-po.fr/publications/Venturini-Building_on_Faults.pdf*. Acesso 15.06.2017.

WIKIPEDIA. List of scandals with "-gate" suffix. Disponível em: *https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_scandals_with_%22-gate%22_suffix*

WIKIPEDIA. Lochtegate. Disponível em *https://en.wikipedia.org/wiki/Lochtegate*

SOBRE OS AUTORES

Amanda Chevtchouk Jurno
Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais, onde cursa atualmente o Doutorado em Textualidades Midiáticas. Graduada em Comunicação Social pela UFMG e Pesquisadora do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon)/Centro de Convergência de Novas Mídias (CCNM). E-mail: amandajurno@gmail.com

Camila Maciel C. Alves Mantovani
Doutora em Ciência da Informação pela UFMG. Professora do Departamento de Comunicação Social da UFMG. Pesquisadora do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon)/Centro de Convergência de Novas Mídias (CCNM). E-mail: camilamm@gmail.com

Carlos d'Andréa
Professor do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMG. Pesquisador visitante na Universidade de Amsterdam, na Holanda (2017-2018, com bolsa CAPES de pós-doutorado no exterior). Pesquisador do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon). O autor agradece à Fapemig (edital Universal 2016) e CNPq (Chamada Universal 2016) E-mail: carlosfbd@gmail.com

Daniel Loiola
Mestrando em Comunicação Social pela UFMG. Pesquisador do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon) e do Centro

de Convergência em Novas Mídias (CCNM), Bolsista CAPES. danielfeloiola@gmail.com

Debora Cristina Lopez
Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA e desenvolve estágio pós-doutoral junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ. É professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e da graduação em Jornalismo da UFOP. Coordena o Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor). deboralopezfreire@gmail.com

Geane Carvalho Alzamora
Professora do Departamento de Comunicação Social da UFMG, pesquisadora do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon), bolsista CNPq, nível 2 (Processo n. 311914/2016-0) e pesquisadora do Programa Pesquisador Mineiro/Fapemig (CHE-PPM-00263-15). E-mail: geanealzamora@ufmg.br.

Joana Ziller
Professora do Departamento de Comunicação Social da UFMG e de seu Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Pesquisadora do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon) e do Núcleo de Direitos Humanos e Cidadania LGBT, ambos da UFMG. E-mail: joana.ziller@gmail.com

Leonardo Melgaço
Bacharel em Comunicação Social pela UFMG, com habilitação em Relações Públicas. Pesquisador do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon). E-mail: leonardojmelgaco@gmail.com

Lorena Tárcia
Professora do Instituto de Comunicação e Design e Coordenadora do Laboratório de Convergência de Mídias, ambos do UniBH. Pesquisadora do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon) da UFMG. Bolsista do Programa de Comunicação Científica e Tecnológica (PPCT/Fapemig). E-mail: lorenatarcia@gmail.com

Luana Viana
Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Ouro Preto, pesquisadora no Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor) e no Grupo de Pesquisa Mediações e Interações Radiofônicas (PPGCOM/UERJ). E-mail: lviana.s@hotmail.com

Luciana Andrade Gomes Bicalho
Doutoranda em Comunicação Social pela UFMG. Pesquisadora do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon) e do Centro de Convergência em Novas Mídias (CCNM), Bolsista CAPES/PROEX. E-mail: lucianadrade@gmail.com.

Marcelo Freire
Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA. É professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e da graduação em Jornalismo da UFOP. Coordena o Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor). E-mail: marcelofreire@gmail.com.

Marco Túlio Silva Guimarães
Bacharel em Sistemas de Informação pela UFVJM. Pesquisador do grupo MTPLNAM da UFVJM e do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon) do Centro de Convergência em Novas Mídias (CCNM). E-mail: mtsguim@gmail.com.

Maria Aparecida Moura
Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP. Professora titular da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais. É professora do Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação (PPGCI) e do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social (PPGCOM) da UFMG. É bolsista CNPq, nível 2 . E-mail: mamoura@ufmg.br.

Matheus Maritan
Estudante de graduação em Jornalismo na Universidade Federal de Ouro Preto. É bolsista PIP/UFOP. Integra o Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor). E-mail: matmaritan@yahoo.com.br.

Natália Moura P. Cortez
Doutora em Comunicação Social pela UFMG. Pesquisadora do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon) do Centro de Convergência em Novas Mídias (CCNM). E-mail: nmpcortez@gmail.com.

Polyana Inácio R. Silva
Doutoranda em Comunicação Social pela UFMG. Pesquisadora do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon) e do Centro de Convergência em Novas Mídias (CCNM), Bolsista CAPES/PROEX. E-mail: polyanainacio@gmail.com

Regina Helena Alves da Silva
Historiadora e cientista social, mestre em Ciência Política e doutora em História Social. É coordenadora do Centro de Convergências de Novas Mídias (CCNM/UFMG) e vice-coordenadora do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia de Políticas Públicas e Desenvolvimento Territorial.

Roberto Alves Reis
Professor do Instituto de Comunicação e Artes do Centro Universitário Una (BH-MG). Coordenador do projeto de extensão Una-se contra a LGBTfobia. Mestre em Comunicação Social pela UFMG. Integra o Núcleo de Direitos Humanos e Cidadania LGBT (NUH/UFMG). E-mail: robertocomunica@yahoo.com.br

Sônia Caldas Pessoa
Professora do Departamento de Comunicação e do PPGCOM/UFMG. Doutora em Estudos Linguísticos (Poslin/UFMG). Pesquisadora do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon)/Centro de Convergência de Novas Mídias (CCNM). E-mail: soniacaldaspessoa@gmail.com.

Tiago Salgado
Doutorando em Comunicação pela UFMG. Doutorado sanduíche pelo GSPR/EHESS em Paris, França. Bolsisa pela CAPES. Pesquisador pelo NucCon/CCNM. E-mail: tigubarcelos@gmail.com

Vanessa Cardozo Brandão
Professora do Departamento de Comunicação Social da UFMG. Pesquisadora do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon)/Centro de Convergência de Novas Mídias (CCNM). E-mail: vcbrandao@ufmg.br

Verônica Soares Costa
Jornalista, mestre em História, Políticas e Bens Culturais pelo CPDOC/FGV e doutoranda em Comunicação Social pelo PPGCOM/UFMG. Integrante do Núcleo de Estudos Tramas Comunicacionais: Narrativa e Experiência. E-mail: ve.scosta@gmail.com.

JOANA ZILLER
é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM) da UFMG. Faz parte do Núcleo de Pesquisas em Conexões Intermidiáticas (NucCon) e do Núcleo de Direitos Humanos e Cidadania LGBT da UFMG. As abordagens e apropriações de pessoas comuns na Internet, especialmente as relacionadas ao audiovisual, e questões ligadas ao debate sobre gênero são seus focos de interesse.

CARLOS D'ANDRÉA
é professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM) da UFMG. Pesquisador visitante da Universidade de Amsterdam, na Holanda (2017-2018, com bolsa de pós-doutorado da CAPES). Membro do Núcleo de Pesquisas em Conexões Intermidiáticas (NucCon). Suas temáticas de interesse incluem plataformas online, métodos digitais de pesquisa, algoritmos, jornalismo contemporâneo e esporte e controvérsias.

Esta coleção procura acolher textos de docentes e discentes do PPGCOM-UFMG que, com originalidade e ousadia, compõem reflexões problematizadoras e críticas de aspectos comunicacionais e relacionais de nossas práticas, pesquisas e atuações fronteiriças e plurais.

{ OLHARES TRANSVERSAIS