

**Território, esporte e mídia:  
Jogos olímpicos e paralímpicos de 2016 retratados na página oficial do  
facebook - ministério do esporte**

**Territory, sport and media:  
2016 olympic and paralympic games portrayed on the official facebook  
page - ministry of sport**

DOI:10.34119/bjhrv4n5-021

Recebimento dos originais: 05/08/2021

Aceitação para publicação: 02/09/2021

**Alex Aryel Ribas Maurício**

Mestre em Gestão Integrada do Território (GIT)  
Universidade Vale do Rio Doce (UNIVALE)  
Governador Valadares - MG, Brasil  
E-mail: alexariel2010@hotmail.com.br

**Josiane Batista Lamim**

Especialista em Auditoria em Sistemas de Saúde e Enfermagem do Trabalho  
(UNIVALE). Governador Valadares – MG - Brasil  
E-mail: josylamim@gmail.com

**Suely Maria Rodrigues**

Professora Doutora do curso de Mestrado em Gestão Integrada do Território (GIT)  
da Universidade Vale do Rio Doce (UNIVALE)  
Governador Valadares-MG, Brasil  
E-mail: suely.rodrigues@univale.br

**RESUMO**

Os Jogos Olímpicos e Paralímpicos realizados no Brasil no ano de 2016 foram considerados eventos importantes para o nosso país. Os Jogos Olímpicos aconteceram no período de 3 a 21 de agosto e os Paralímpicos entre 7 e 18 de setembro. Foram realizadas 306 disputas de medalhas em 28 esportes divididos em 42 modalidades. Esses acontecimentos esportivos foram divulgados pela mídia regional, estadual, nacional e internacional. O objetivo do estudo foi de identificar e comparar o alcance da divulgação entre os Jogos Olímpicos e Paralímpicos realizados no Brasil no ano de 2016 na página oficial do Facebook (Ministério do Esporte). Trata-se de um estudo retrospectivo, observacional, descritivo, de corte transversal, que utilizou uma abordagem quantitativa. Possui caráter interdisciplinar, possibilitando um diálogo entre o campo da comunicação, os teóricos do território e os Jogos Olímpicos e Paralímpicos. Os dados foram coletados a partir de informações públicas na Rede social do Ministério do Esporte (página oficial do Facebook). As variáveis pesquisadas foram os editoriais abordados e os descritores temáticos presentes nas publicações noticiadas pela referida página. Todo material coletado foi inserido no programa Office Excel 2007, que possibilitou a aplicação de filtros para a seleção de dados levando em consideração o indicador que foi analisado. Os resultados obtidos indicaram que os Jogos Olímpicos e Paralímpicos são fenômenos com gênese motivadas por princípios distintos. Ou seja, possuem características próprias que tornam cada um deles original. Quanto às características econômicas, os Jogos Olímpicos

se encontram mais desenvolvidos do que os Paralímpicos, ou numa situação de melhor aproveitamento das possibilidades de atuação frente ao esporte-espetáculo. Isso pode acontecer devido à história mais longa do primeiro e também à existência de alguns preconceitos na sociedade contemporânea, relativos ao esporte adaptado. Observou-se um total de 234 posts, 137 (58,5%) estavam relacionados aos Jogos Olímpicos e 97 (41%) aos Paralímpicos. Em relação às curtidas, os Jogos Olímpicos obtiveram nesse período 31.179 curtidas e os Paralímpicos 20.251. Quanto ao total de comentários (1476) divulgados na página do Facebook pode-se observar maior participação do usuário se expressando e opinando em relação aos Jogos Olímpicos. O ícone “compartilhar” revelou 5.298 compartilhamentos; 57% para os Jogos Olímpicos e 43% para os Paralímpicos. Foram publicados na página do Facebook um total 188 fotos e 41 vídeos. Pode-se concluir que os Jogos Olímpicos foram divulgados com maior intensidade que os Paralímpicos, se destacaram em relação ao número de posts, curtidas e comentários.

**Palavras-Chave:** Território, Jogos Olímpicos, Jogos Paralímpicos, Facebook, Ministério do Esporte.

### ABSTRACT

The Olympic and Paralympic Games held in Brazil in the year 2016 were considered important events for our country. The Olympic Games took place from August 3 to 21, and the Paralympics from September 7 to 18. There were 306 disputes for medals in 28 sports divided into 42 modalities. These sporting events were covered by regional, state, national, and international media. The objective of the study was to identify and compare the reach of the disclosure between the Olympic and Paralympic Games held in Brazil in 2016 on the official Facebook page (Ministry of Sports). This is a retrospective, observational, descriptive, cross-sectional study, which used a quantitative approach. It has an interdisciplinary character, enabling a dialogue between the field of communication, the territory theorists and the Olympic and Paralympic Games. The data were collected from public information on the Ministry of Sport's social network (official Facebook page). The variables researched were the editorials covered and the thematic descriptors present in the publications reported by the page. All the collected material was inserted into the Office Excel 2007 program, which made it possible to apply filters for the selection of data taking into account the indicator that was being analyzed. The results obtained indicated that the Olympic and Paralympic Games are phenomena with origins motivated by different principles. That is, they have their own characteristics that make each one of them original. As for the economic characteristics, the Olympic Games are more developed than the Paralympics, or in a situation of better use of the possibilities of acting in the sport spectacle. This may happen due to the longer history of the former and also to the existence of some prejudices in contemporary society concerning adapted sports. A total of 234 posts were observed, 137 (58.5%) related to the Olympic Games and 97 (41%) to the Paralympics. As for the total number of likes, the Olympic Games received 31,179 and the Paralympics 20,251. As for the total number of comments (1476) posted on the Facebook page, there was a greater user participation, expressing their opinions and opinions about the Olympic Games. The "share" icon revealed 5,298 shares; 57% for the Olympic Games and 43% for the Paralympics. A total of 188 photos and 41 videos were published on the Facebook page. It can be concluded that the Olympic Games were disseminated with greater intensity than the Paralympics, standing out in relation to the number of posts, likes and comments.

**Key-words:** Territory, Olympic Games, Paralympic Games, Facebook, Ministry of Sport.

## 1 INTRODUÇÃO

O anúncio da escolha do Brasil e do Rio de Janeiro como cidade sede da edição de 2016 dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos foi divulgado em 2009, quase sete anos antes do evento. Sete anos (7) também foi o tempo que os meios de comunicação tiveram para se preparar, tanto para a transmissão, quanto para a cobertura dos Jogos. Foi intenso o trabalho da imprensa na cobertura dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos. Transmissão ao vivo durante todo dia nas redes social, alterando as programações tradicionais; ampliação das páginas dos jornais impressos; deslocamento de repórteres; reportagens especiais; e séries de reportagens mostradas na televisão diariamente.

Tudo isso pôde ser observado ao longo do evento em questão. Foram dezessete (17) dias de competições olímpicas abordadas pela mídia. Menos de um mês após a cerimônia de encerramento dos jogos olímpicos, em vinte e um (21) de agosto, viriam os Jogos Paralímpicos, que emocionaram o público na festa de abertura em sete (7) de setembro.

Os Jogos Olímpicos e Paralímpicos realizados no Brasil em 2016 se configuraram eventos-limite para o nosso país. Foram postos à prova vários atores como governo federal, governos estaduais, sociedade civil e ainda divulgação do evento por parte dos meios de comunicação, regional, estadual, nacional e internacional. Neste contexto, a mídia pode ser considerada um importante dispositivo discursivo, responsável pela construção e o registro da história atual e uma das principais fontes de informação à qual a comunidade tem acesso.

No período que ocorre os Jogos Olímpicos e Paralímpicos, grande parte da população mundial assiste a magia da abertura, a competição dos diferentes esportes, da superação de tempo, espaço e de limites. Nesse momento, a mídia ganha importância nesse processo atuando na divulgação das disputas, uma vez que são capazes de atingir um maior número de pessoas com uma difusão única de mensagens. Para Bourdieu (1997) os Jogos Olímpicos podem ser considerados um agrupamento de competição esportiva de estrutura mundial, disputadas de quatro em quatro anos em cidades selecionadas. Também, são um espetáculo filmado e divulgado.

De acordo com Araújo (2009) as mídias se tornaram novos espaços de sociabilidade, proporcionando informação, conhecimento e aprendizagem. Friederichs

(2009) considera que a utilização da comunicação midiática possibilita que os discursos sejam propagados, discutidos, compreendidos e analisados. Contribui como um instrumento essencial para promover a democratização e contribuir para diminuir as desigualdades sociais, culturais e intelectuais. Afirma que, o ciberespaço não possui dimensões geográficas definidas. Expressar-se nesse espaço é compreender as relações mediadas pelos meios de comunicação como uma possibilidade fora das fronteiras físicas.

Adotando-se, um percurso interdisciplinar, o presente trabalho identifica e compara o alcance da divulgação entre os Jogos Olímpicos e Paralímpicos realizados no Brasil no ano de 2016 na página oficial do Facebook (Ministério do Esporte). Descreve ainda as editorias abordadas por este meio de comunicação, durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos. E por fim, identifica os descritores temáticos presentes nas publicações noticiadas pela página oficial do Facebook (Ministério do Esporte), durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos.

## 2 METODOLOGIA

Utilizou-se neste trabalho uma abordagem quantitativa, de estudo retrospectivo, observacional, descritivo e de corte transversal. Buscando especificar as propriedades, características e o perfil dos grupos Olímpicos e Paralímpicos de 2016, das comunidades, processos, e qualquer outro fenômeno que se submetida na análise da pesquisa da página oficial no facebook do Ministério do Esporte. Para isto, foi selecionado uma série de questões para medir e coleta informações sobre cada um deles e descrever os itens que estão em análise. Este estudo é importante para demonstrar com precisão os ângulos ou dimensões do fenômeno, acontecimento, contexto ou situação.

### 2.1 UNIVERSO DO ESTUDO

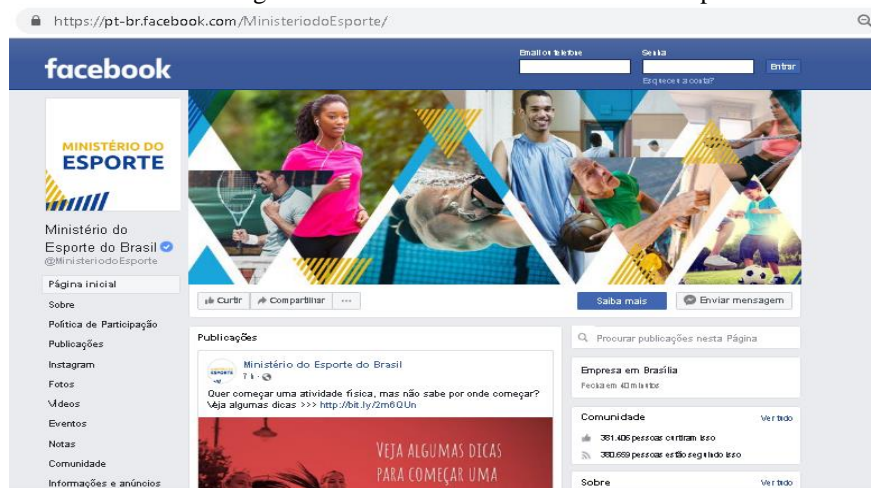
A pesquisa foi elaborada e desenvolvida a partir de informações públicas na Rede social do Ministério do Esporte (página oficial do Facebook). Redes sociais, no mundo virtual, são sites e aplicativos que operam em níveis diversos, profissional ou de relacionamento. Permite o compartilhamento de informações entre pessoas e/ou empresas. Segundo Palagi (2009) mídias sociais são ferramentas online projetadas para permitir a interação social a partir do compartilhamento e da criação colaborativa de informação nos mais diversos formatos.

O Facebook é considerada uma mídia social/rede social virtual lançada em 4 de fevereiro de 2004, operado e de propriedade privada da Facebook Inc. Em sua página

oficial, o Facebook define-se como um produto/serviço que tem por missão “oferecer às pessoas o poder da partilha, tornando o mundo mais aberto e interligado” (FACEBOOK, 2016). Permite que qualquer indivíduo que declare ter pelo menos 13 anos possa se tornar usuário registrado no site.

Pode ser conceituado como um website, que interliga páginas de perfil dos seus usuários. São nestas páginas que os usuários publicam as mais diversas informações sobre si mesmos e conectam os seus perfis aos perfis de outros usuários utilizando uma linguagem mais informal e dinâmica. Essencialmente, o Facebook permite que os usuários se envolvam em três tipos de atividades: publicar informação pessoal relevante numa página individual com o seu perfil, ligar -se a outros usuários e instituir listas de amigos, e interagir com outros usuários (CAMPBELL E BUFFARDI, 2008; TUFEKCI, 2008).

Página inicial do Facebook Ministério do Esporte



Fonte: <https://www.facebook.com/MinisteriodoEsporte/>

## 2.2 AMOSTRA

Para definição da amostra foi realizada consulta ao histórico da página oficial do Ministério do Esporte (Facebook). Foi seguido como referência a data oficial do início e fim dos eventos esportivos. Dia 05 a 21 de agosto de 2016 para os jogos olímpicos e dia 7 a 18 de setembro de 2016 para os jogos paralímpicos). Neste contexto foi decidido que recorte temporal da pesquisa estabeleceria o dia 21 de Julho até o dia 05 de setembro para os jogos olímpicos e dia 23 de agosto até 03 de outubro para os jogos paralímpicos. Este fator foi importante para identificar e comparar o alcance da divulgação entre os jogos esportivos antes, durante e depois de sua realização no Brasil.

A pesquisa contou com uma amostra não probabilística (COLLADO; LUCIO; SAMPIERI, 2006), realizada com as matérias divulgadas durante o período dos eventos esportivos realizado no Brasil em 2016. Os dados quantitativos foram extraídos de uma coleta censitária, uma vez que foram considerados todos os posts do Facebook, tanto para as olimpíadas e paralimpíadas.

### 2.3 COLETA DE DADOS

A mídia social do Ministério do Esporte (Facebook) tem como endereço o site: <https://www.facebook.com/MinisteriodoEsporte/>. Foi criado em 02 de maio de 2011, possui ainda 382.741 seguidores e já recebeu 383.518 curtidas. A fonte de dados pesquisada foi o arquivo digital da página do facebook do Ministério do Esporte que foi fornecido através de e-mail em formato original, depois de pedido formal para a direção do meio de comunicação referido. Apesar da Rede social do Ministério do Esporte (página oficial do Facebook) ser de domínio público, as matérias postadas eram do ano de 2016 e seus históricos se tornaram de difícil acesso. Desta forma houve a necessidade do contato formal com a assessoria de imprensa do meio de comunicação referido.

Para a realização da coleta de dados foram utilizadas as seguintes etapas:

**Primeira etapa:** Escolha da página oficial do Ministério do Esporte (Facebook) como fonte principal da pesquisa. Recorte temporal do período de destaque que compreendeu do dia 21 de julho até o dia 05 de setembro do ano de 2016 para os jogos olímpicos e 23 de agosto até 03 de outubro do ano de 2016, para os jogos paralímpicos. Envio de email formal para a assessoria de imprensa do meio de comunicação citado, solicitando o envio das matérias estabelecidas conforme ordem cronológica. O pedido foi aceito e o material foi enviado em formato de arquivo PDF.

**Segunda etapa:** Todo o material disponível na página oficial do Ministério do Esporte (Facebook) foi catalogado em ordem cronológica e dividido em pastas de acordo com a data de publicação. Após essa primeira ordenação, para coleta dos dados foi desenvolvido um protocolo de estudo contendo as variáveis:

1 - Título principal: PUBLICAÇÕES FACEBOOK OFICIAL

subcategorias: Post, curtidas, comentários, fotos, vídeos e compartilhamentos.

2 - DESCRITORES TEMÁTICOS, subcategorias: Saúde, economia, inovação científica na área esportiva, enfoque nos medalhistas, histórias de vidas dos atletas, patrocínio para atletas, doping, críticas nas políticas para o esporte, esporte e outros (especificar).

3 - COMO VOCÊ AVALIA A ABORDAGEM DO TEMA, subcategorias: Com profundidade, superficial, sensacionalista; Da pouco enfoque no tema saúde; Da muito enfoque no tema saúde; Da muita ênfase na questão econômica/ financeira; Da pouca ênfase na questão econômica/ financeira, esporte como superação e outro, qual?

4 - FONTES DE NOTÍCIA, subcategorias: Governante/ político, gestor público da área esportiva e fonte oficial.

As variáveis utilizadas focaram nas atualizações da página, onde foram analisados: número de posts/vídeos/fotos, tipo de conteúdo de publicação, comentários e curtidas/likes. Assim foi possível detectar quais assuntos despertaram maior atenção nos usuários.

As visualizações da página indicam o número de vezes que o perfil de uma Página foi visualizado pelas pessoas, incluindo pessoas conectadas e não conectadas ao Facebook.

O Alcance indica o número de pessoas que receberam algum conteúdo da Página ou sobre ela na tela delas. É também o número de pessoas que viram o seu conteúdo em um determinado período. O Alcance é ainda o número de pessoas alcançadas, o mesmo que Impressões Únicas. No entanto, Impressões mostram a quantidade de vezes que o conteúdo foi visto pelas pessoas que o acessaram. Como um único usuário pode visualizar o mesmo conteúdo mais de uma vez, as Impressões serão sempre iguais ou maiores que o Alcance.

Sobre o Alcance, há duas categorias que precisamos entender, Alcance de Página e Alcance de Posts. O Alcance de Página nos traz o número de pessoas que visualizaram qualquer conteúdo associado ao seu perfil. Isso não inclui apenas usuários que visualizaram seus posts, mas também usuários que, por exemplo, visualizaram um álbum de fotos ou usuários que viram uma "História" do seu perfil em seu feed. Além disso, o Alcance de página também inclui usuários que foram alcançados por seus anúncios / dark posts.

Alcance de Posts mostra o número de pessoas que viram um determinado post do seu perfil. Dessa forma, você pode ver o alcance de cada post separadamente.

#### 2.4 ALCANCE DE FACEBOOK PRECISA SER ANALISADO EM INTERVALOS

O Facebook disponibiliza três intervalos de tempo diferentes para o Alcance. O primeiro intervalo é o Diário. Isso significa que eles fornecem um único valor por dia, mostrando o total de pessoas que foram alcançadas naquele dia.

O segundo intervalo é o Semanal. Nesse caso o Facebook também disponibiliza valores por dia, mas ao contrário do intervalo diário não mostra o número de pessoas alcançadas naquele dia, mas o número de pessoas alcançadas nos últimos 7 dias. Por exemplo: O valor que temos no dia 31 de dezembro, nos traz o número de pessoas alcançadas de 24 a 31 de dezembro, enquanto o valor que temos no dia 1 de janeiro nos traz o número de pessoas alcançadas entre 25 de dezembro a 01 de janeiro.

O terceiro intervalo é de 28 dias. Esse intervalo é semelhante aos intervalos semanais, pois o Facebook também nos traz valores por dia, porém ao invés de mostrar o número de pessoas alcançadas nos últimos 7 dias, mostra o número de pessoas alcançadas nos últimos 28 dias.

Quando trabalhamos com o Alcance do Facebook é importante entender que você só pode analisar períodos de 1, 7 ou 28 dias. Como o Alcance é um número único, não é possível somar valores diários. Por que somar o Alcance de Facebook não funciona? Imagine que um único usuário foi alcançado em 1 de Janeiro e também em 2 de Janeiro - o Alcance para ambos os dias seria um. Se você somar isso, o valor será dois, mesmo tendo alcançado um único usuário.

## 2.5 ANÁLISE DOS DADOS

Os dados quantitativos coletados foram inseridos no programa Office Excel 2007, que possibilitou a aplicação de filtros para a seleção de dados levando em consideração o indicador a ser analisado.

## 3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os jogos olímpicos e paralímpicos são considerados um conjunto de provas esportivas de caráter mundial, disputadas de quatro em quatro anos em cidades selecionadas a partir de um processo que se inicia com a inscrição da cidade candidata, através de seu Comitê Olímpico Nacional e se encerra com a eleição da sede, realizada durante uma Sessão do Comitê Olímpico Internacional (COI).

De acordo com o COI (2004) esse processo é regido pela Carta Olímpica, em seu quinto capítulo. Segundo Bourdieu (1997) os jogos podem ser conceituados como um espetáculo que recebe grande cobertura dos mais diversos meios de comunicação mundial, televisivos, radiofônicos, jornais impressos e mídias de internet.

Neste sentido, a observação das diferentes tendências, relações e consequências do fenômeno esportivo na sociedade contemporânea permite uma perspectiva relacional



com o “Modelo Analítico dos 5 E’s” (modelo analítico do esporte) proposto por Marchi Júnior (2015). Esse modelo abrange cinco dimensões do esporte: 1) Emoção - interpreta o efeito das práticas esportivas no nível de excitação tanto dos atletas que praticam o esporte quanto dos expectadores; 2) Estética - reflexões a partir do sensível e daquilo que remete a determinados estilos de vida; 3) Ética - leitura a partir das regras, normas e valores socialmente construídos; 4) Espetáculo – análise dos processos de mercantilização, midiaticização, profissionalização, globalização do esporte e suas relações com as demandas econômicas; 5) Educação - apreciação a partir de uma perspectiva formativa que interliga as demais dimensões.

Tanto os Jogos Olímpicos como os Paralímpicos em suas diversas complexidades podem ser analisados a partir da dimensão “Espetáculo”. Para Marchi Júnior (2015) verifica-se na contemporaneidade que o esporte tem assumido de maneira quase que irreversível a perspectiva da constituição de um produto globalizado e mercantilizado nas várias perspectivas de manifestações e apelos comerciais. Essa perspectiva tem definido o que denomina de “Habitus social de consumo”, podendo ocorrer o denominado processo de espetacularização esportiva.

Os meios de comunicação possuem e exercem poder. São capazes de influenciar comportamentos individuais e/ou coletivos utilizando-se de recursos tecnológicos. A produção de mensagens e imagens, a valorização da dimensão visual da comunicação como instrumento de exercício do poder e de dominação social, acontece em todas as sociedades. Para Debord (1997) a produção de espetáculos ocupou totalmente a vida social; o poder espetacular tem se manifestado de forma integrada, construindo a “sociedade do espetáculo”. Essa sociedade é conceituada como o conjunto das relações sociais mediadas pelas imagens. Augusti e Negrini (2013) relatam que o espetáculo atua como forma de dominação da sociedade, desvinculando o espectador de sua própria história, de suas origens e de seu modo de pensar e agir.

O Facebook é uma mídia social em ascensão e constante crescimento. É considerada uma ferramenta que possui interatividade e possibilidades de explorar conteúdo no ambiente digital (ZAGO, 2008). Estudar a participação de um meio de comunicação, na rede, se dá pelo fato de que é preciso verificar a atuação e credibilidade do veículo com seu público. A presença dos meios de comunicação e das novas mídias tornou-se crescente, pois os usuários procuram cada vez mais por informação, além de contribuírem com a construção das notícias (GARCIA, 2011).

O território denominado midiático é construído socialmente através dos meios de comunicação, sendo inteiramente territorializado e detentor de poder. De acordo com Saquet (2004) o território é capaz de ser des-territorializado, indo ocupar outro espaço estabelecido e por fim ser re-territorializado, voltando a ocupar o espaço anterior no qual estava inserido. O resultado e condição do processo de territorialização é produto de apropriação e domínio social, cotidianamente, inscrevendo-se num campo de poder, de relações sócio espaciais, nas quais, a natureza exterior ao homem está presente de diferentes maneiras.

Observou-se na página do Facebook (do Ministério do Esporte) durante o recorte temporal de 18 dias de realização dos Jogos Olímpicos e de 12 dos jogos Paralímpicos um total de 234 posts. Destes, 137 (58,5%) estavam relacionados às Olimpíadas e 97 (41%) as Paralimpíadas. Esses dados demonstram que provavelmente os Jogos Olímpicos despertem mais interesse aos usuários de rede social do que as Paralimpíadas. Ou possivelmente, a restrita cobertura dos Jogos Paralímpicos a pequenas notas na mídia, e a transmissão das competições em alguns canais por assinatura. Segundo Chagas e Linhares (2014) o ambiente virtual possui uma configuração diferenciada da realidade física, onde predominam as relações humanas. Apresenta desenvolvimento acelerado e carregado de elementos socioculturais. Em sua construção e reconstrução está constituída de identidades, fobias, preconceitos e necessidades de autoafirmação de seus criadores e usuários.

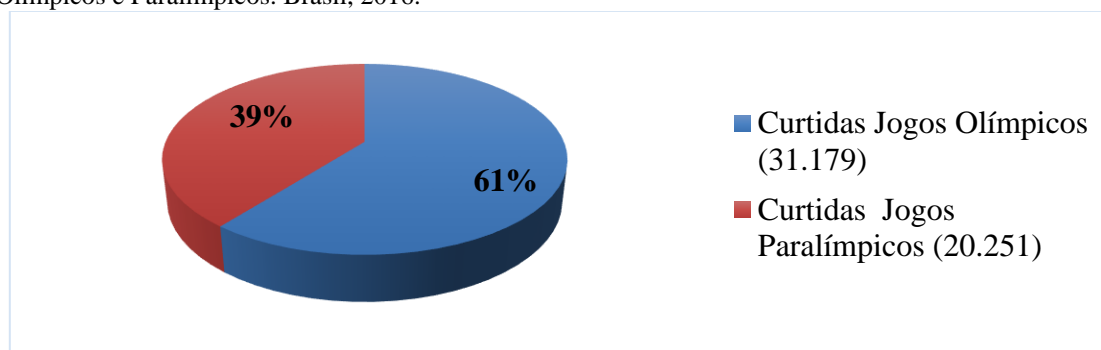
As redes sociais e o território possuem significados no contexto social e geográfico, podem sofrer transformações simbólicas por meio das trocas virtuais. Assunção e Matos (2014) consideram que a rede social é um conjunto de relações decorrentes da articulação do agrupamento de indivíduos, ou instituições sociais, por motivos específicos, por um determinado tempo, em localidades próximas ou afastadas, e, portanto, geograficamente dispersas. Modificam o caráter das relações sociais e permitem aos indivíduos estabelecer um perfil público ou semipúblico acerca de si, a partir do qual estão articulados e partilham informação, permitindo que essa seja vista por outros incluídos no mesmo sistema.

O conceito território-rede congrega temas como atores e protagonistas hegemônicos, identidades fluidas e fronteiras móveis. Para Saquet (2007) a formação das redes de circulação e de comunicação contribuem para o controle do espaço. Atuam como elementos mediadores da reprodução do poder da classe hegemônica e ligam o singular

ao universal (e vice-versa), interferindo diretamente na territorialidade dos indivíduos e nas classes sociais.

No Gráfico 1 verifica-se o número de curtidas realizadas durante os jogos olímpicos e paralímpicos na cidade do Rio de Janeiro (2016). As olimpíadas obtiveram nesse período 31.179 curtidas e as Paralimpíadas 20.251. Portanto, o “curtir” indicou que os usuários manifestaram suas impressões sobre o conteúdo publicado com uma carga de legitimação e apoio menor em relação às Paralimpíadas. Participaram da conversação sem, no entanto, organizar uma resposta. Indica que visualizaram a informação e que a consideram interessante, ou digna de atenção. Essas informações possivelmente indicam que apesar das mudanças ocorridas no esporte olímpico em sua estruturação e divulgação, ainda ocorre uma menor valoração no interesse e acesso à informação das práticas esportivas realizadas nas Paralimpíadas.

Gráfico 1- Distribuição da frequência total de curtidas na página do Facebook realizadas durante os jogos Olímpicos e Paralímpicos. Brasil, 2016.



Fonte: Análises dos links fornecidos pelo Ministério do Esporte, 2016

A interação, nas postagens, ocorre por meio de curtidas, compartilhamentos e comentários. Enquanto a “curtida” tem uma carga positiva de legitimação e apoio, é no comentário que pode surgir o questionamento e a discordância (RECUERO; SOARES, 2013). Curtir uma informação, pode indicar uma série de funções conversacionais. Sugere uma ação positiva de motivar valores de capital social e agregar esses valores à relação entre os atores envolvidos (RECUERO, 2014).

Para Carrier et al. (2015) curtida é conceituada como um gesto humano de reconhecimento, uma interação social que ocorre entre duas ou mais pessoas. Pode ser considerada “empatia virtual”, ter a habilidade de compreender e compartilhar o estado emocional ou o contexto de outra pessoa. Ao clicar no botão “curtir”, se estabelece uma comunicação de um ser humano com outro. Portanto, de alguma forma está acontecendo o reconhecimento do outro. Curtir não significa necessariamente gostar/agradar, mas

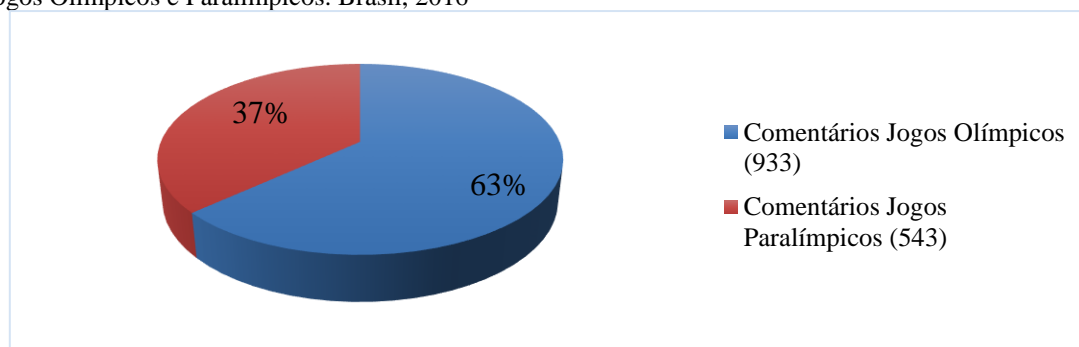
reconhecer o que está sendo visualizado. Ou seja, considerar que está vendo, compreendendo.

Os meios de comunicação exercem um papel de destaque, o de divulgar e expandir os conceitos, costumes, símbolos, valores e produtos do esporte. Ao “curtir” alguma notícia/post os atores passam a ter seu nome vinculado a aquele assunto, tornando público que a mensagem foi “curtida”. Essa mensagem aparece como uma notificação para as conexões de quem “curtiu” o determinado assunto.

Nesse sentido, “curtir” evidencia duas linhas de contornos de sentido. A primeira, é uma forma menos comprometida de expor a face na situação, pois não há a elaboração de um enunciado para explicitar a participação do ator. Na segunda, seria visto como uma forma de apoio e visibilidade, no sentido de mostrar para a rede que se está ali participando do assunto em questão. São duas formas de capital social, focadas na difusão da informação para a rede social e na difusão do apoio entre os dois participantes da conversação (BERTOLINI; BRAVO, 2004).

Ao analisar o total de comentários (1476) divulgados na página do Facebook pode-se observar maior participação do usuário se expressando e opinando em relação às Olimpíadas. Estes dados demonstram que as Olimpíadas possivelmente possuem valores de capital social mais elevado que as Paralimpíadas. Segundo Putnam (2000) capital social relaciona-se às conexões e tem como elementos a reciprocidade e a confiança. Pode ser alcançado tanto pelos indivíduos quanto pelo grupo, considerando as relações entre o grupo para a produção desses recursos. A característica central do capital social é que se trata de um bem público.

Gráfico 2- Distribuição da frequência total de comentários na página do Facebook realizados durante os jogos Olímpicos e Paralímpicos. Brasil, 2016



Fonte: Análises dos links fornecidos pelo Ministério do Esporte, 2016

De acordo com Ellison; Steinfeld e Lampe (2007) no Facebook estão disponíveis alguns tipos de capital social. O site proporciona aos usuários de acesso um tipo de valor

específico, denominado de “capital social de manutenção”, ou seja, o Facebook torna mais fácil a manutenção das conexões sociais existentes. Por outro lado, este não é o único valor discutido nos sites de rede social. Ao permitir a manutenção, também facilita a associação com outros atores que não se conhece ou que se conhece pouco e com os quais dificilmente teria oportunidade de aprofundar os laços sociais.

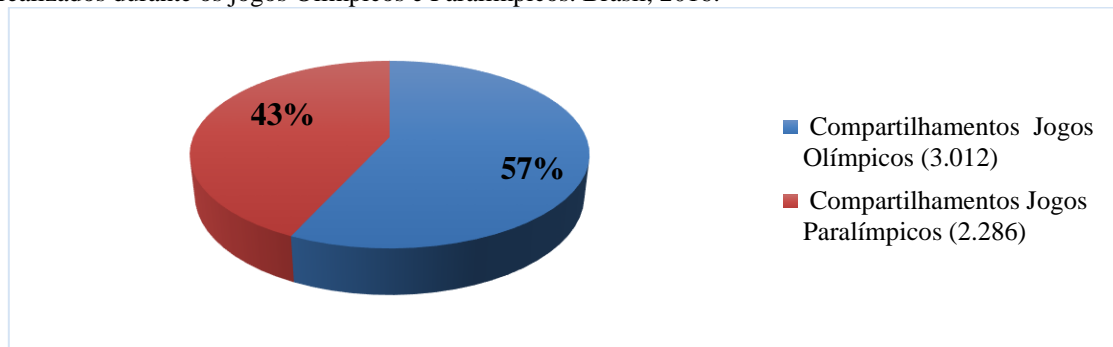
Capital social e interação social são as capacidades dos indivíduos, das empresas e das organizações em promover ligações dinâmicas, capazes de valorizar seus conhecimentos, suas tradições e a confiança construída historicamente. De construir territórios diversificados e ao mesmo tempo com um alto grau de interação. Território, além da abordagem física/material possui um conceito simbólico e subjetivo, uma organização complexa estabelecida por laços sociais e relacionais. Representa uma trama de relações com raízes históricas, configurações políticas e identidades (ABRAMOVAY, 2000).

Na comparação entre a quantidade de curtidas e comentários, detectou um número mais elevado de curtidas. Este dado pode estar relacionado ao fato de que no momento em que o usuário se apropria simbolicamente do botão “comentar” inicia-se uma forma de participação na conversação no Facebook. O comentário indica uma participação concreta, exigindo uma contribuição para essa conversa/dialogo.

Para Recuero (2014) o comentário envolve maior adesão do ator com a conversação e, também, pode proporcionar um maior risco para a face, pois é considerada uma participação visível. Essa compreensão do comentário como um risco para a face possivelmente estimula os usuários a desistir de comentar e optar apenas por “curtir” a postagem. Agem com mais reservas em comentar do que para curtir, pois percebem maior risco para a face e para a reputação nessas interações.

O território das redes sociais se tornou uma enorme comunidade global conectada com recursos que garantem a facilidade na comunicação. As análises sobre os jogos olímpicos e paralímpicos a respeito do ícone “compartilhar” revelaram 5.298 compartilhamentos; 57% para os Jogos Olímpicos e 43% para as Paralimpíadas. Este resultado indica que quanto maior a aceitação de um conteúdo, mais viral ele se torna e, atinge níveis globais com a rede social. Modolo (2017) destaca que compartilhar tem como função básica ampliar a área de alcance de um determinado enunciado postado para uma gama maior de usuários da rede ligado àquele que compartilhou o post.

Gráfico 3- Distribuição da frequência total de divulgações das fotos e vídeos na página do Facebook realizados durante os jogos Olímpicos e Paralímpicos. Brasil, 2016.

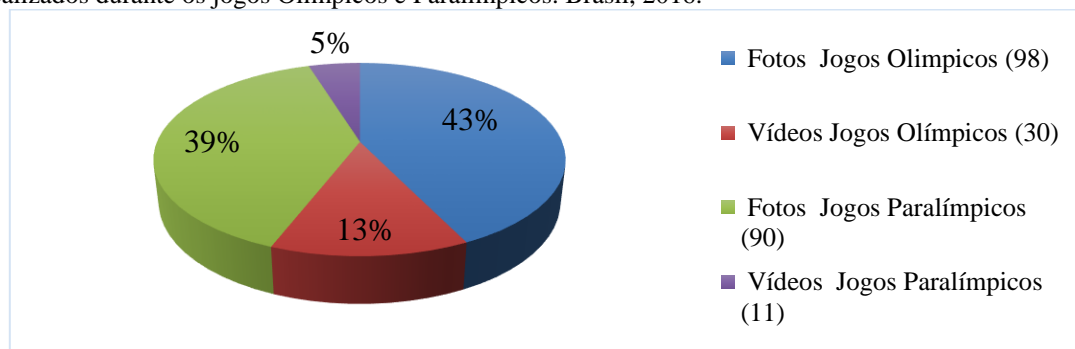


Fonte: Análises dos links fornecidos pelo Ministério do Esporte, 2016.

A principal ação do botão “compartilhar” é proporcionar visibilidade para a conversação ou da mensagem, ampliando o seu alcance. Nesta pesquisa, compartilhar significou a divulgação de que a Olimpíada e Paralimpíada são fatos relevantes. Possuem a possibilidade de que suas notícias alcancem e cheguem a um número maior de usuários. Recuero (2014) considera que a percepção de algo relevante para a rede social é um valor semelhante para aquele que compartilha e para aquele que foi compartilhado.

Os usuários do território Facebook podem ser denominados agentes territoriais que constroem uma rede de reciprocidade. A comunicação e interação entre eles pode ser facilitada, ou não, pelo uso de imagens e vídeos. No gráfico 4 pode-se analisar que as divulgações tanto de fotos quanto de vídeos foram maiores para os jogos olímpicos. Essa divulgação provavelmente se relaciona a maior aceitação cultural dos Jogos Olímpicos. Segundo Recuero (2009) as informações escolhidas para serem divulgadas e publicadas estão diretamente influenciadas pela percepção de valor que poderão gerar.

Gráfico 4- Distribuição da frequência total de divulgações das fotos e vídeos na página do Facebook realizados durante os jogos Olímpicos e Paralímpicos. Brasil, 2016.



Fonte: Análises dos links fornecidos pelo Ministério do Esporte, 2016.

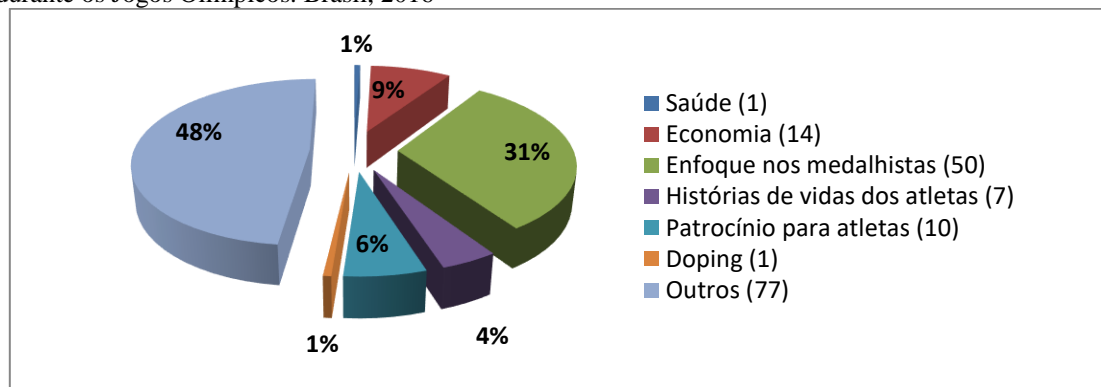
Foram publicados na página do Facebook um total 188 fotos e 41 vídeos. Fica evidente uma diferença quantitativa entre fotos e vídeos publicados, apesar do vídeo ser

considerado uma linguagem de comunicação mais universal do que os outros formatos de compartilhamento como textos e imagens. Para Recuero (2014) o vídeo possui um alcance maior que outros formatos de comunicação, além de proporcionar forte engajamento e envolvimento com o usuário/espectador.

Nessas publicações percebe-se que as divulgações das fotos e vídeos foram influenciadas possivelmente pela percepção de valor que poderão originar. Na concepção de Marques et al. (2009) o esporte olímpico é considerado mais desenvolvido e apoiado do que o paralímpico, ou numa situação de melhor aproveitamento das possibilidades de atuação frente ao esporte-espetáculo. Isso acontece pela longa história do primeiro e também à existência de alguns preconceitos que a sociedade possa ter ao esporte adaptado.

Nos gráficos 5 e 6 estão apresentados os descritores temáticos dos jogos olímpicos e paraolímpicos, respectivamente. Abordam sete temas que relacionam de modo geral com os acontecimentos do evento esportivo realizado no Brasil em 2016. São eles: saúde, economia, enfoque nos medalhistas, história de vidas dos atletas, patrocínio para atletas, doping e outros.

Gráfico 5- Distribuição da frequência total de descritores temáticos encontrados na página do Facebook durante os Jogos Olímpicos. Brasil, 2016



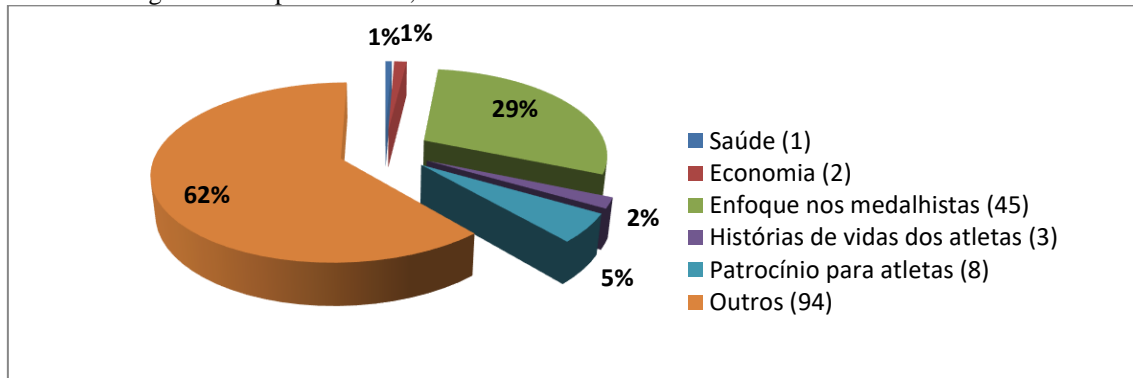
Fonte: Análises dos links fornecidos pelo Ministério do Esporte, 2016

Os descritores temáticos representam uma ocorrência de um elemento do conteúdo concreto como, por exemplo, uma tarefa, função, produto de trabalho em uma determinada atividade. Fornecem uma representação para esses elementos de conteúdo dentro de estruturas de interrupção. Além de permitirem substituir os relacionamentos estruturais de elementos de conteúdo, definindo seus próprios conjuntos de associações.

A característica principal do descritor temático é a separação dos conteúdos, possui seus próprios relacionamentos e propriedades. No entanto, os usuários podem

modificar esses relacionamentos para a situação de processo específico, para a qual o descritor foi criado. O conceito do Descritor permite definir novos relacionamentos e propriedades relacionadas do processo específico. Os Descritores não são Elementos de conteúdo e não contêm suas próprias descrições completas. Se referem aos elementos de conteúdo, nos quais por sua vez são baseados (RODRIGUES e ODDONE, 2012).

Gráfico 6- Distribuição da frequência total de descritores temáticos encontrados na página do Facebook durante os Jogos Paralímpicos. Brasil, 2016



Fonte: Análises dos links fornecidos pelo Ministério do Esporte, 2016

No contexto da saúde, a página oficial do Facebook (Ministério do Esporte) apresentou apenas uma notícia tanto para os Jogos Olímpicos como os Paralímpicos.

De acordo com Araújo e Araújo (2000) a saúde para os atletas olímpicos e paralímpicos pode estar relacionada aos componentes de suas aptidões físicas, estabelecendo deste modo as variáveis fisiológicas como potência aeróbica máxima, força, flexibilidade e componentes da composição corporal, podendo voltar-se para as habilidades desportivas em que as variáveis, tais como agilidade, equilíbrio, coordenação motora, potência e velocidade, são mais valorizadas, objetivando o desempenho desportivo nos atletas de alto rendimento

Observa-se nos gráficos três descritores que estão entrelaçados entre si: Enfoque nos medalhistas, história de vidas dos atletas e patrocínio para atletas. Para Rubio (2006) a história de vida dos atletas olímpicos e paralímpicos possuem importância e todo seu treinamento árduo para a conquista da tão sonhada medalha olímpica. Esta construção constante da busca pelo resultado é chamada de imaginário esportivo. Ou seja, na busca incessante pelo lugar mais alto no pódio.

O descritor temático “Outros” engloba todos os demais assuntos postados e comentados nas publicações da página oficial do Facebook (Ministério do Esporte). São eles: contagem regressiva para a chegada dos jogos olímpicos e paralímpicos, propaganda



publicitárias do Ministério do Esporte e do Governo Federal, avisos de horários das diversas modalidades dos jogos olímpicos e paralímpicos, contribuições do evento para o Brasil, resultado do quadro de medalhas do Brasil, explicações das modalidades esportivas através de vídeos, emissão de moedas comemorativas por parte do governo dos jogos olímpicos e paralímpicos, agradecimento a todos os envolvidos no evento.

O descritor temático do tema outros nos jogos olímpicos aparece apenas em 77 posts cerca de 48% do total dos descritores. Em quanto nos jogos paralímpicos nem é maior o seu destaque aparecendo em 94 posts, cerca de 62% do total dos descritores. Somente neste tema é que os jogos paralímpicos recebem maior destaque que os jogos olímpicos.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A presença e atuação dos usuários nas mídias sociais, bem como sua influência perante outros leitores, tornam totalmente indispensáveis que os veículos de comunicação estejam cada vez mais presentes nestas redes sociais. É importante que os meios de comunicação saibam o poder de interação que ferramentas digitais possuem, e que uma determinada ferramenta pode divergir da função da outra. O Ministério do Esporte utilizou o Facebook como um importante meio de comunicação para estabelecer um contato com o público internauta que o seguia.

Através do site, o órgão do governo disponibilizou todos os dados com relação aos links das matérias que estavam em seu no portal. Entretanto, com a mudança de governo, estabelecendo um novo presidente da república, o Ministério do Esporte deixa de existir e com ele grande parte das informações relacionadas aos jogos olímpicos e paralímpicos de 2016 são retiradas do ar.

Atualmente, a Secretária Especial do Esporte é responsável por administrar e publicar as informações relacionadas aos eventos esportivos de grande destaque no cenário mundial. Além disso, foi observado que no período analisado e estabelecido dos jogos olímpicos e paralímpicos os comentários inseridos nas postagens da época, por usuários, em sua maioria não foram respondidos pelo Ministério do Esporte.

Apesar dos questionamentos em relação ao tema ou até mesmo perguntas sobre o posicionamento do órgão do Governo Federal, em nenhum momento, os usuários receberam retorno. Conforme Figueiredo (2005), as redes sociais permitem uma interação com o usuário que nenhum outro meio oferece, destacando a possibilidade imediata de

resposta, recurso que o Ministério do Esporte utilizou muito pouco, deixando os internautas sem resposta sobre os questionamentos.

Muitas ferramentas podem ser exploradas, como fotos e vídeos e até mesmo enquetes na própria página oficial do Ministério do esporte. Vale lembrar que o Facebook, por si só, já permite uma interação automática entre os usuários. Porém, reafirmando o conceito de Primo (2007), a rede social não pode ser formada apenas pela ligação entre os que estão conectados. É preciso interação entre os envolvidos e não apenas com a ferramenta.

Os Jogos Olímpicos foram divulgados com maior intensidade. A cobertura dos Jogos Paralímpicos ficou restrita a pequenas notas e matérias com pouca divulgação e repercussão por parte da página do Facebook Ministério do Esporte e dos próprios seguidores. As Olimpíadas se destacaram em relação às Paralimpíadas quanto ao número dados, divulgação e comentários.

As categorias analisadas se assemelham muito pouco, principalmente no que se refere à participação popular. Entretanto, os documentos apontam para a necessidade da coleta de informações mais precisas nas áreas esportivas, mídias sociais e legado do evento, para a elaboração de políticas públicas eficazes que se adéquem as necessidades do contexto sociocultural do Brasil. Provavelmente, os Jogos Olímpicos se tornaram espetáculos devido a transformação de atletas em mitos/lendas nacionais, enquanto os paratletas transformam-se em símbolos de superação.

Com base na análise realizada, é possível afirmar que os jogos olímpicos e os jogos paralímpicos são fenômenos com gêneses motivadas por princípios distintos. Ou seja, possuem características próprias que tornam cada um deles original. Quanto às características econômicas, os jogos olímpicos se encontram mais desenvolvido do que o paralímpico, ou numa situação de melhor aproveitamento das possibilidades de atuação frente ao esporte-espetáculo.

Isso pode acontecer devido à história mais longa do primeiro e também à existência de alguns preconceitos na sociedade contemporânea, relativos ao esporte adaptado. A falta de conhecimento e a crença de que pessoas com necessidades especiais estão fadadas à inatividade física podem ser fatores que atrapalhem o desenvolvimento econômico do esporte paralímpico.

Mas, ao que tudo indica, trata-se de um fenômeno que, a cada dia, aumenta sua legitimidade e amplia suas fronteiras. É preciso entender que ainda existe um longo caminho a ser percorrido rumo a aceitação divulgação e abrangência já alcançadas pelo

modelo do esporte olímpico. Segundo Marques (2009) quanto às principais características do esporte contemporâneo, a comercialização do fenômeno e suas diferentes formas de manifestação - tanto o esporte olímpico quanto o paralímpico podem se expressar de maneiras variadas, atendendo às indicações do Modelo de concepção das formas de manifestação do esporte.

O esporte paralímpico é um fenômeno mais recente e se encontra, portanto, num estágio anterior de exploração das potencialidades econômicas do esporte. Isto pode sugerir que as características dos objetos analisados tendam a se aproximar no futuro, visto a necessidade de busca de recursos financeiros para a própria sobrevivência na sociedade contemporânea, porém sempre mantendo algum grau de especificidade.

Finalmente, cabe destacar que enquanto a olimpíada enfrenta uma crise na preservação de seus ideais, correndo o risco de cair no esquecimento pela ação do esporte-espetáculo e do capitalismo desenfreado, surgindo a necessidade iminente de vitórias e principalmente de lucros, o esporte paralímpico necessita aumentar sua divulgação e geração de recursos financeiros, para ampliar sua presença na sociedade moderna.

## REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural. *Revista Economia Aplicada* n. 2, vol. IV, p. 379-39, 2000.

ARAÚJO, Denise Sardinha Mendes Soares de; ARAÚJO, Claudio Gil Soares de. Aptidão física, saúde e qualidade de vida relacionada à saúde em adultos. *Revista brasileira de medicina do esporte*, v. 6, n. 5, p. 194-203, 2000.

ARAÚJO, Michele Menghetti Ugulino de. Pontencialidades do uso do blog em educação - Natal, 2009. Dissertação (Mestrado em Educação – Universidade Federal do Rio Grande do Norte). Disponível em: <[bdtd.bczm.ufrn.br/tesdesimplificado/tde.../9/TDE.../MicheleCMUA.pdf](http://bdtd.bczm.ufrn.br/tesdesimplificado/tde.../9/TDE.../MicheleCMUA.pdf)>. Acesso em 20 de Set. 2019.

AUGUSTI A.; NEGRINI M. O legado de Guy Debord: reflexões sobre o espetáculo a partir de sua obra. *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*, p.1-3, 2013.

BERTOLINI, S.; BRAVO, G. 2004. Social capital, a multidimensional concept. Disponível em: <<http://web.archive.org/web/20030318075349/http://www.ex.ac.uk/shipss/politics/research/socialcapital/other/bertolini.pdf>>. Acesso em 20 Set. 2019.

BOURDIEU, Pierre. Os Jogos Olímpicos. In: *SOBRE A televisão: a influência do jornalismo*. Rio de Janeiro: ZAHAR, 1997. p. 123-128.

CAMPBELL, W. Keith; BUFFARDI, Laura E. The lure of the noisy ego: Narcissism as a social trap. *Quieting the ego: Psychological benefits of transcending egotism*. Washington, DC: American Psychological Association, 2008.

CARRIER, L. M., SPRADLIN, A., BUNCE, J.; ROSEN, L. D. (2015). Virtual empathy: Positive and negative impacts of going online upon empathy in young adults. *Computers in Human Behavior*, 52, 39-48.

CHAGAS, Alexandre Meneses; LINHARES, Ronaldo Nunes. As interfaces de interação para uma aprendizagem colaborativa no Facebook. In: *PORTO, Cristiane; SANTOS, Edmea. Facebook e educação: publicar, curtir, compartilhar*. Campina Grande: EDUEPB, 2014, p. 293-312.

COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Pilar Baptista; SAMPIERI, Roberto Hernandez. *Metodologia de pesquisa*. 2006.

COMITÊ OLÍMPICO INTERNACIONAL (COI - 1 de setembro de 2004). «Carta Olímpica» (PDF) (em inglês). Consultado em 2 de julho de 2019.

DEBORD, G. *A Sociedade do Espectáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto. 1997

ELLISON, N.B.; STEINFELD, C.; LAMPE, C. 2007. The benefits of Facebook “Friends”: Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer - Mediated Communication*, 12(4):1143–1168. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x/full>>. Acesso em 10 Ago. 2019.

FACEBOOK. Princípios. Disponível em: <<https://www.facebook.com/principles.php>>. Acesso em 10 Set. 2019.

FIGUEIREDO, Tatiane Hilgemberg; GUERRA, M. D. Olimpíadas e Paraolimpíadas: uma correlação com a mídia. In: Apresentado no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro: UERJ-Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Obtido de <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/9092398074258494286293676724391>. 2005.

FRIEDERICHS, Marta Cristina. Mulheres “on line” e seus diários virtuais: corpos escritos em blogs. Porto Alegre, 2009. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Educação. Programa de Pós-Graduação em Educação, 2009.

GARCIA, Paula Regina Rubires. Você já nasceu nas redes sociais? In: GIARDELLI, Gil (Org.). Redes Sociais e Inovação Digital. São Paulo: Gaia Creative, 2011.

MARCHI JUNIOR W. O esporte “em cena”: perspectivas históricas e interpretações conceituais para a construção de um modelo analítico. *The Journal of the Latin American Socio-cultural Studies of Sport*. 2015; 5(1): 46-67.

MARQUES, Renato Francisco Rodrigues et al . Esporte olímpico e paraolímpico: coincidências, divergências e especificidades numa perspectiva contemporânea. *Rev. bras. educ. fís. esporte (Impr.)*, São Paulo, v. 23, n. 4, p. 365-377, Dec. 2009. Available from <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&id=S1807-55092009000400006&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&id=S1807-55092009000400006&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 17 Mar. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/S1807-55092009000400006>.

MINISTÉRIO DA CIDADANIA. Secretaria especial do esporte, c2019. Página inicial. Disponível em: <<http://www.esporte.gov.br/>>. Acesso em 29 de Abr. de 2019.

MODOLO, A. D. R. Formas Responsivas no Facebook: Curtir, Comentar e Compartilhar a Divulgação Científica em rede social. 2018. 448f. Tese (Doutorado) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, São Paulo, 2018. Disponível em: <[www.teses.usp.br/teses/.../8/...22082018.../2018\\_ArturDanielRamosModolo\\_VCorr.pdf](http://www.teses.usp.br/teses/.../8/...22082018.../2018_ArturDanielRamosModolo_VCorr.pdf)>. Acesso em 08 Abr. 2019.

PALAGI, Elisabetta et al. Contagious yawning in gelada baboons as a possible expression of empathy. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, v. 106, n. 46, p. 19262-19267, 2009.

PRIMO, A. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. *E-Compós*, v. 9, 11. 2011. DOI:<https://doi.org/10.30962/ec.153>. Acesso em: 22 Set. 2019.

PUTNAM, R. 2000. *Bowling Alone*. New York, Simon & Schuster, 544 p.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão. *Metamorfoses jornalísticas*, v. 2, p. 1-269, 2009. Disponível

em:<<http://www.raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf>>. Acesso em 05 de Abr. 2019.

RECUERO, Raquel. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. Verso e Reverso, vol. XXVIII, n. 68, 2014.

RECUERO, R; SOARES, P. Violência simbólica e redes sociais no facebook: o caso da fanpage “Diva Depressão”. Galaxia (São Paulo, Online), n. 26, p. 239-254, dez. 2013.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. Em busca das “redes que importam”: Redes Sociais e Capital Social no Twitter. In: Anais do XIX Encontro da Compós, PUC/MG, junho de 2009. Disponível em:  
< [http://www.compos.org.br/data/trabalhos\\_arquivo\\_coirKgAeuz0ws.pdf](http://www.compos.org.br/data/trabalhos_arquivo_coirKgAeuz0ws.pdf)>. Acesso em 01 Abr. 2019.

RODRIGUES, Kátia; ODDONE, Nanci Elizabeth. Aferindo os descritores temáticos do Portal da Capes para a coleção de periódicos da ciência da informação. 2012.

RUBIO, Kátia. Medalhistas olímpicos brasileiros: memórias, histórias e imaginário. Casa do Psicólogo, 2006.

SAQUET, Marcos Aurelio. Abordagem territorial: considerações sobre a dialética do pensamento e do território. Anais do I Seminário Nacional sobre Múltiplas Territorialidades, ULBRA/UFRGS, Canoas/Rio Grande do Sul, 2004.

SAQUET, Marcos Aurelio. As diferentes abordagens do território e a apreensão do movimento e da (i)materialidade. Geosul, v.22, nº43, p. 55-76, 2007.

SERAPIONI, Mauro. Métodos qualitativos e quantitativos na pesquisa social em saúde: algumas estratégias para a integração. Ciência & Saúde Coletiva, v. 5, p. 187-192, 2000.

ZAGO, Gabriela. Usos Sociais do Twitter: Proposta de Tipologia a partir do Capital Social 2008. Disponível em:<<http://jandre.wikispaces.com/file/view/RG3P4.pdf>>. Acesso em 21 Set. 2019.