



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
INSTITUTO DE BIOCÊNCIAS – RIO CLARO



**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO
HUMANO E TECNOLOGIAS**

FLÁVIO REBUSTINI

**A vulnerabilidade no esporte e a exposição
às novas mídias: um estudo sobre o
Twitter**

Rio Claro
2012

FLÁVIO REBUSTINI

**A vulnerabilidade no esporte e a exposição
às novas mídias: um estudo sobre o
Twitter**

Tese apresentada para o Programa de Desenvolvimento Humano e Tecnologias para a Defesa de título, como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutor em Desenvolvimento Humano e Tecnologias.

Orientador: **Prof. Dr. Afonso Antonio Machado**

**Rio Claro
2012**

796.01 Rebastini, Flávio
R293v A vulnerabilidade no esporte e a exposição às novas mídias: um estudo sobre o twitter / Flávio Rebastini. - Rio Claro : [s.n.], 2012
110 f. : il., figs., quadros

Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista,
Instituto de Biociências de Rio Claro
Orientador: Afonso Antonio Machado

1. Esportes – Aspectos psicológicos. 2. Vulnerabilidade.
3. Redes sociais. 4. Twitter. 5. Psicologia do esporte. 6.
Desenvolvimento humano e tecnologias. I. Título.



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
CAMPUS DE RIO CLARO
INSTITUTO DE BIOCÊNCIAS DE RIO CLARO

CERTIFICADO DE APROVAÇÃO

TÍTULO: A vulnerabilidade no esporte e a exposição às novas mídias: um estudo sobre o Twitter

AUTOR: FLAVIO REBUSTINI

ORIENTADOR: Prof. Dr. AFONSO ANTONIO MACHADO

Aprovado como parte das exigências para obtenção do Título de DOUTOR EM DESENVOLVIMENTO HUMANO E TECNOLOGIAS , Área: TECNOLOGIAS NAS DINÂMICAS CORPORAIS, pela Comissão Examinadora:

Prof. Dr. AFONSO ANTONIO MACHADO
Departamento de Educação Física / Instituto de Biociências de Rio Claro - Rio Claro/SP

Profª. Dra. SILVIA DEUTSCH
Departamento de Educação Física / Instituto de Biociências de Rio Claro - Rio Claro/SP

Profª. Dra. LAURITA MARCONI SCHIAVON
Departamento de Educação Física / Instituto de Biociências de Rio Claro - Rio Claro/SP

Prof. Dr. JOSÉ MARIA MONTIEL
Anhanguera Educacional - Jundiaí/SP

Prof. Dr. DANIEL PRESOTO
Escola Superior de Educação Física de Jundiaí - Jundiaí/SP

Data da realização: 21 de novembro de 2012.

DEDICATÓRIA

**Aos meus pais Airton e
Sônia.**

**À minha esposa Renata
fonte eterna de inspiração.**

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador Afonso Antonio Machado, que também é meu irmão mais velho e meu padrinho. Como forma de agradecimento deixo esse pequeno texto de Charles Chaplin: "Cada pessoa que passa em nossa vida, passa sozinha/ é porque cada pessoa é única e nenhuma substitui a outra./Cada pessoa que passa em nossa vida passa sozinha, e não nos deixa só,/porque deixa um pouco de si e leva um pouquinho de nós./Essa é a mais bela responsabilidade da vida e a prova/de que as pessoas não se encontram por acaso.";

Marcos A. A. Balbinotti, Daniela Wiethaeuper e Gabriel Balbinotti pela acolhida inesquecível durante a minha estada em Trois-Rivières, Canadá. O carinho e a atenção de vocês para comigo nunca será esquecido;

Aos meus companheiros de programa e LEPESPE, primeiro o decano Altair Moioli; agora podemos continuar; Marcelo Callegari Zanetti, Mauro K. Schiavon, Flávio Dezan. A todos os membros do LEPESPE pela coragem e capacidade de produção;

Ricardo Castillo pela convivência em Trois-Rivières, pelo carinho e amizade durante a minha estada no Canadá; por muitas risadas e estudo.

Aos professores e companheiros de programa que passaram pela minha formação.

Aos meus irmão e cunhados pela paciência sei que não sou fácil.

Aos amigos Edgard, Américo e Carlos que mesmos distantes estão próximos.

Aos que ao longo da minha vida compartilharam seus conhecimentos, suas forças e fraquezas, suas tristezas e alegrias. Aprendi muito com todos.

AGRADECIMENTO ESPECIAL

À minha Esposa RENATA ELOAH DE LUCENA FERRETTI-REBUSTINI

Renascer e reviver são palavras que evocam seu ser;
Enalteço o brilho e a leveza de tua alma,
Nascida para caminhar por campos verdejantes,
Alimentada pela essência do divino.
Tatuada no brilho do olhar e do sorriso encantador
Aos auspiciosos suspiros do amanhacer,

Ergo minha fronte e deparo-me com essa imagem,
Levemente iluminada por sua pele, seu cabelo...
Oh! Como é difícil resistir aos encantos e desejos,
Alento tenho por estar acordado, se fosse apenas sonho não aceitaria
Hoje sei o quão importante és tu para mim.

Dádiva encarnada para mostrar-me quem sou seu,
Enebriado estou por seu amor.

Louco da loucura mais louca,
Ungido pelo seu amor,
Certo de poder encontrar-me com seu abraço,
Encantado pelo seu cheiro,
Navego por pensamentos desvairados e repetidos,
Afagar todo seu corpo para encontrar sua alma.

Feliz estou de na carne senti-la
Elevado estou por fazer-me melhor e permitir
Reviver o que vivemos no então
Relembrar o que fomos, somos e seremos;
E a cada dia sinto-me mais seu
Te amo!
Te amo!
Infinitamente te amo!

EPIGRAFE

O Caminho da Vida

O caminho da vida pode ser o da liberdade e da beleza, porém nos extraviamos.

A cobiça envenou a alma dos homens... levantou no mundo as muralhas do ódios... e tem-nos feito marchar a passo de ganso para a miséria e morticínios.

Criamos a época da velocidade, mas nos sentimos enclausurados dentro dela.
A máquina, que produz abundância, tem-nos deixado em penúria.

Nossos conhecimentos fizeram-nos céticos; nossa inteligência, empedernidos e cruéis. Pensamos em demasia e sentimos bem pouco.

Mais do que de máquinas, precisamos de humanidade. Mais do que de inteligência, precisamos de afeição e doçura. Sem essas virtudes, a vida será de violência e tudo será perdido.

(O Último discurso, do filme O Grande Ditador)

[Charles Chaplin](#)

RESUMO

Esta tese é a convergência de análise de dois temas que carecem de estudos no contexto esportivo: a vulnerabilidade e as redes sociais. Como fator primário, a vulnerabilidade. Os estudos no esporte não se voltam para o debate e análise da vulnerabilidade no esporte, são pesquisados fatores que estão incluídos no conceito de vulnerabilidade, mas não se dá o tratamento específico a matéria, pois ser vulnerável não é bem-vindo no esporte de competição, demonstra fraquezas e, em muitos casos, pode trazer significativos prejuízos à imagem dos atletas, constantemente associada à superação e ao heroísmo. O segundo ponto da convergência está na alta utilização das redes sociais e do Twitter por atletas. Desta forma, a pesquisa tem como objetivo analisar a vulnerabilidade decorrente da repercussão do uso do Twitter no esporte de alto rendimento, adotando-se uma leitura cross-cultural. Para tanto foram analisadas 20 reportagens publicadas na internet, em 4 idiomas - português, inglês, espanhol e francês -, sendo 5 para cada idioma, obtidas por meio do buscador Google, sem limite temporal. Adota-se a pesquisa qualitativa cross-cultural com a aplicação da análise de conteúdo em ambiente virtual. O conteúdo das reportagens foi categorizado e hierarquizado, resultando em 12 categorias: Papel das Redes Sociais (PRS), Inter-relações, Provocações e Confrontos, Exposição do Outro e Ofensas, Linguagem, *Fakes* e Piratas, Incentivo, Imagem e marca, Esclarecimento e Negação, Punições e Responsabilização, Restrição e, finalmente Orientação. As categorias PRS e Inter-relações são primárias e posicionam-se no topo da hierarquia, delas originam-se as demais categorias. Na Inter-relação centra-se o mote das redes sociais. Um segundo conjunto de categorias é composto por: Imagem e Marca, Provocações e Exposição, Exposição ao outro e Ofensas e Esclarecimento e Negação, esta última podendo ser resultante das três anteriores com impacto direto da Linguagem, do Incentivo e dos *Fakes* e Piratas. No caso da Imagem e Marca, o Twitter pode tanto auxiliar no desenvolvimento e valorização, como pode maculá-la, dependendo da qualidade das interações e das mensagens postadas. Esse bloco de categorias desencadeia um terceiro bloco composto pelas categorias Punições e Responsabilização, Orientação e Restrições. As dinâmicas detectadas e analisadas na tese dão conta de que há efetivamente pontos que conduzem os atletas à vulnerabilidade quando participam do Twitter, não havendo qualquer tipo de mitigação por serem atletas de alto nível, pelo contrário, ser uma pessoa famosa possibilita uma maior intensidade das interferências e repercussão. Tanto é fato que o terceiro bloco de categorias emerge para mitigar os possíveis danos, mas também tem o condão de sancionar penas às atitudes que as entidades gestoras do esporte entendem como prejudiciais ao negócio. Deve-se notar que as categorias não são estáticas, e nem poderíamos esperar isso em um ambiente tão fugaz. Com exceção das duas primeiras categorias que versam essencialmente sobre questões conceituais, todas as demais categorias interagem. De forma conclusiva, a hipótese aventada inicialmente foi comprovada na tese. Os atletas ou qualquer pessoa usuária do Twitter e das redes sociais está exposta e é vulnerável.

Palavras-chaves: Vulnerabilidade; Redes Sociais; Twitter; Esporte; Desenvolvimento Humano e Tecnologias; Psicologia do Esporte.

ABSTRACT

This thesis is the convergence analysis of two issues that require studies in the sporting context: vulnerability and social networks. As a primary factor, vulnerability. Studies in sport does not turn to the discussion and analysis of vulnerability in the sport. Factors that are included in the concept of vulnerability are studied, but specific treatment to the matter is not given, because being vulnerable is not welcome in competitive sport, as it demonstrates weaknesses and, in many cases, can bring significant damage to the image of athletes, constantly associated with resilience and heroism. The second point of convergence is the high use of social networks and Twitter by athletes. Thus, the research aims to analyze the vulnerability resulting from the impact of the use of Twitter in high performance sport, adopting a cross-cultural reading. Therefore, it was analyzed 20 articles published on the Internet, in 4 languages - Portuguese, English, Spanish and French -, 5 for each language, obtained through the search on Google, without limiting the period of search. A cross-cultural qualitative research was conducted, where the application of content analysis in a virtual environment was done. The content of the articles was categorized and ranked establishing hierarchical position, resulting then, in 12 categories: Role of Social Networks (PRS), Interrelationships, and Challenges and confrontation, Exposure of the other and Offenses, Language, Pirates-Fakes, Incentive, Image and brand, and Clarification and Denial, Punishment and Responsibility, Restraint and finally Guidance. The categories PRS and Interrelationships are primary and stand at the top of the hierarchical model, other categories derive from them. In Interrelationship, the motto focuses on social networks. A second set of categories is composed of: Image and Brand, Challenges and Confrontation, exposure and other offenses and Clarification and Denial, the latter could be a result of the three previous direct impact of Language, Incentive and Fakes-Pirates. In the case of Image and Brand, Twitter can aid in the development and enhancement, as can defile it, depending on the quality of interactions and postings. This block of categories triggers a third block consisted of the categories Punishment and Responsibility, Guidance and Restrictions. The dynamics detected and analyzed in the thesis realize that there are actually points that lead to vulnerability when athletes participate in Twitter, without any mitigation to be top athletes; on the contrary, being a famous person allows greater intensity of interference and rebound. Both facts is that the third block categories emerge to mitigate the potential damage, but also has the power to sanction feathers attitudes that fund managers understand the sport as harmful to business. It should be noted that the categories are not static, and neither would expect this in an environment so fleeting. With the exception of the first two categories based primarily on conceptual issues, all other categories interact. Conclusively, the hypothesis of the study was proven in the thesis. Athletes or anybody user of Twitter and social networks are exposed and vulnerable.

Keywords: Vulnerability; Twitter; Social Network, Human Development and Tecnology; Content Analysis.

Lista de Figuras

Figura 1. Relação entre risco e dano	18
Figura 2. Imagem da busca simultânea em múltiplos idiomas	37
Figura 3. Fluxo hierárquico e relacional das categorias	50

Quadros

Quadro 1. Categorias decorrentes da análise de conteúdo

40

Sumário

1.	Introdução	1
2.	Fundamentação teórica	4
2.1.	Esporte e Sociedade Contemporânea	4
2.2.	Vulnerabilidade e o Esporte	13
2.3.	Novas Mídias e Vulnerabilidade	25
3.	Objetivo Geral	35
3.1.	Objetivo Específico	35
4.	Hipótese	35
5.	Procedimento Metodológico	35
5.1.	Objetos do Estudo	35
5.2.	Desenvolvimento do Método	35
6.	Resultados e Discussão	40
6.1.	Papel das Redes Sociais	42
6.2.	Inter-relações	49
6.3.	Provocações e Confrontos	54
6.4.	Exposição do Outro e Ofensas	57
6.5.	Linguagem	61
6.6.	Fake e Piratas	64
6.7.	Incentivo	66
6.8.	Imagem e marca	68
6.9.	Esclarecimento e Negação	73
6.10.	Punições e Responsabilização	75
6.11.	Restrição	77
6.12.	Orientação	81
7.	Considerações finais	83
8.	Futuros desafios	93
9.	Referências	95
	Apêndice I – Relação das reportagens	108

1. INTRODUÇÃO

É inegável considerar o esporte um dos maiores fenômenos da humanidade no Século XX; praticamente em todas as Nações, a atividade física e o esporte são partes essenciais da cultura. A aderência e a importância são tão significativas que tanto a FIFA (Federação Internacional de Futebol – 213 países) quanto o COI (Comitê Olímpico Internacional – 205 países) têm mais países filiados do que a ONU (Organização das Nações Unidas – 192 países).

A atividade física e o esporte integram as políticas públicas de muitas das Nações. Em parte pelo impacto sobre a saúde e bem-estar da população e, em parte, principalmente, a partir da segunda metade do século XX, como uma forma de exposição de regimes políticos em busca de hegemonia e supremacia, essencialmente por meio do esporte de alto rendimento.

Sendo que, o esporte de alto rendimento na busca sistemática pela superação dos “limites” desencadeou e desencadeia a utilização de recursos endógenos e exógenos no intuito de melhorar e prolongar o desempenho, fato que expôs e expõe os atletas a regimes de treinamento, recorrentemente, excessivos; corroborando com a utilização consciente e/ou induzida de recursos ilícitos para vencer (doping, manipulação de resultados, tecnologias não autorizadas — isso se, por si só, o uso da tecnologia mesmo a lícita ou regulamentada não seja em essência uma forma de adulteração da condição primária de desempenho do atleta —, bem como, naturalizações induzidas com o propósito de defender o país que acolhe o atleta, dentre outros).

Atualmente essa busca pelo “sucesso” não está apenas restrita as questões entre Nações e Ideologias. A busca da vitória a qualquer preço está intimamente relacionada ao reconhecimento financeiro, seja na forma das premiações nas competições, que em muitas modalidades - atletismos, natação, tênis, dentre outras -, é somada aos cachês de participação. Em essência, os atletas recebem antes de competirem, independentes dos seus desempenhos. A remuneração é somada aos contratos publicitários e de patrocínios; sendo que para alguns atletas essa é a maior fonte da receita, superando em muito os salários pagos por suas equipes.

Deve-se atentar para a origem da palavra atleta: Latim (*Athleta*), Grego (athletes), “competidor nos jogos”, essa definição não impinge qualquer diversidade à concepção atual, porém ela é decorrente da palavra *Athlein* que significa “competir por um prêmio”. Portanto, não podemos nos surpreender com o direcionamento do esporte de alto rendimento. A relação esporte-premiação é secular.

Com a intensificação da relação entre a mídia e o esporte estas receitas “alternativas” tornaram-se ainda mais atrativas; encantando, seduzindo, assediando, pressionando e iludindo constantemente os atletas, e ainda concorrem, recorrentemente, com os treinamentos. Nos últimos anos, os horários de descanso entre as sessões de treinamento passaram a ser ocupados por compromissos com patrocinadores para entrevistas e ações de *marketing*.

O advento do mundo digital e da virtualização da mídia, sem dúvida um caminho sem volta, potencializou esse retorno de maneira intangível, fazendo com que o controle e avaliação sobre a influência dos benefícios e riscos dessas exposições sejam insuficientes. Neste sentido, Levy (2009, p. 11) contribui afirmando que “um movimento geral de virtualização afeta hoje não apenas a informação e a comunicação, mas também os corpos, o funcionamento econômico, os quadros coletivos da sensibilidade ou o exercício da inteligência”. Nesse diapasão, Garcia Canclini (2009, p.95) coopera dizendo que “o mundo hipermóvel aumenta as dificuldades de identificar pontos de enraizamento, regras estáveis e zonas de confiança”. Assim, o advento da “proximidade” virtual torna as conexões humana simultaneamente mais frequentes e banais, mais intensas e mais breves (BAUMAN, 2004).

O acesso ao universo virtual e todas as redes sociais digitais não estão mais restritas a um computador fixo. O desenvolvimento tecnológico possibilitou a alta mobilidade dos equipamentos e sistemas (*notebooks, netbook, tablet*, celulares e outros dispositivos que estão por vir) permitindo que o acesso seja feito de qualquer lugar, a qualquer hora e de múltiplas plataformas. Muitos atletas já se embrenharam nesse mundo virtual. Se antes as concentrações eram locais de carteados, sinuca e outros jogos de salão, como formas de lazer e passatempo, atualmente estão presentes os jogos eletrônicos nas diversas plataformas; o celular de última geração, o que torna a

concentração “apenas” regulador de alimentação e dos horários, mas já não tem mais o papel de conter a relação entre o atleta e a vida cotidiana que poderia a vir atrapalhar o desempenho do atleta, as novas dinâmicas de comunicação reduziram o caráter refratário dos clássicos modos de mídia. O que dizer, então, dos atletas e suas contas (perfis) nas redes sociais, dos tweets¹ e retweets² que expõe trechos da vida do atleta, inclusive, narrando em alguns casos, o que está ocorrendo na concentração em tempo real.

Perante a relação vital entre o esporte de alto rendimento e a mídia podemos afirmar que os atletas e todos os atores que fazem parte do esporte não estão apartados da virtualização. Assim, esse movimento coloca o atleta em zona de exposição, na qual nem ele ou os seus mais próximos pares (técnico, empresários, agentes, dirigentes) têm controle.

Sobre este aspecto fundamenta-se essa tese. Como esse novo universo dinâmico, multifacetado, polissêmico e caótico afeta os atletas de alto rendimento? Como, quando e o quanto eles estão vulneráveis as novas mídias? No caso dessa tese especificamente o Twitter. Ademais, como expõe Garcia Canclini (2009, p. 188), “como deixar fora da análise este amplo pedaço do real que é o virtual”?

¹ Nome dado para as mensagens postadas no Twitter

² Nome dado os reenvio de mensagens no Twitter.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. ESPORTE E SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

A expansão significativa do esporte está intimamente conectada a duas instrumentalizações apontadas por Bourdieu e Gouguet (2005): de um ponto de vista político, o esporte é utilizado como forma de propaganda de ideologia e de regimes, a contagem de medalhas ou vitórias torna-se uma questão política de primeira importância. Do ponto de vista econômico, o esporte entra resolutamente na era da mundialização e da globalização financeira com riscos de submissão ao reinado do lucro. Os meios (econômicos) suplantam a finalidade (esportiva), o conjunto do sistema se inverte e chega à sua própria negação: carreirismo, doping, corrupção, trapaças, etc.

Nesse sentido, um fato recorrente tem sido as acusações de manipulação dos resultados esportivos. Exemplo recente é a punição na Itália para 22 clubes de futebol e 61 pessoas, sendo 51 jogadores por manipulação dos resultados dos jogos (UOL, 18/06/2012). Ainda, reportagem do Yahoo Esportes (Yahoo, 30/05/2012) relata 12 grandes escândalos de manipulação de resultados, inclusive um ocorrido em 1915.

Ademais a expansão e aprofundamento da relação com a mídia, que resultou na intensificação das transmissões esportivas ao vivo - via satélite -, atingindo lugares recônditos, “oferecendo” ao público um novo mundo de interações; propiciou a criação de novas paixões, mitos e ídolos transnacionais, mas também impôs ao atleta o sucesso fugaz. Atualmente, o atleta é um ícone midiático; amanhã ele não será mais, talvez nem chegue ao amanhã, no final do dia ele não seja mais; se houver outro atleta ou fato que traga um novo frescor à audiência, ele será alçado instantaneamente ao posto; portanto o primeiro é descartável, não é mais útil para gerar audiência.

Diante desse fato, podemos fazer uma clara analogia com o apontamento feito por Bauman (2004, p. 109) quando trata dos *reality shows* “esses espetáculos televisivos que tomaram milhões de espectadores de assalto e imediatamente capturaram sua imaginação eram ensaios públicos sobre a descartabilidade dos seres humanos”. É factível relacionar com uma gíria contemporânea, que diz: “que a fila anda”. Em suma, a descartabilidade

humana, conforme termo utilizado por Bauman, representa exercer a nossa não-humanidade. Complementando ainda com o próprio Bauman (2004, p. 105) “o valor, o mais precioso dos valores humanos, o atributo *sine qua non* de humanidade, é uma vida de dignidade, não a sobrevivência a qualquer custo”.

E onde estão os valores no esporte? De acordo com Schwartz (1994), os valores servem os interesses de indivíduos ou grupos, motivar a ação, dando-lhe direção e intensidade, fornecer padrões pelos quais o comportamento é avaliado, e são aprendidas por indivíduos a partir dos valores dominantes de seus grupos sociais e através de suas próprias experiências. Ainda, Lee, Whitehead, Ntoumanis, e Hatzigeorgiadis (2008, p. 590),

os valores são considerados princípios gerais que orientam o comportamento através de situações, eles devem apoiar a tomada de decisões no esporte, e os valores que dizem respeito à realização e moralidade são particularmente significativos.

Será que a dignidade decantada no lema olímpico é efetivamente aplicada no esporte de alta competição e na sociedade contemporânea? Ou está amparado por um senso de hipocrisia?

Para Ingenieros (2011, p. 82, grifo meu), “a hipocrisia é arte de amordçar a dignidade; ela faz emudecer os escrúpulos nos homens incapazes de resistir à tentação do mal. É a falta de coragem para assumir sua responsabilidade”.

Será que o “fair play” está em ação em todas as esferas do esporte? Ou é apenas uma bandeira que entra primeiro no gramado em um jogo oficial da FIFA? Os valores propalados são exercidos no palco e nas coxias do esporte? Ou está assentada também sobre a hipocrisia?

Remete-nos a reflexão de que o esporte de alto rendimento repousa sobre a dualidade e a ambivalência,

por um lado, pode produzir um efeito anti-barbárico e antissádico, através do “*fair play*”, o cavalheirismo e a consideração pelo mais frágil; por outro lado, sob muitas de suas formas e procedimentos, pode fomentar a agressão, a crueldade e o sadismo, sobretudo entre aqueles que não se submetem pessoalmente ao esforço e à disciplina do esporte e sim se limitam a ser meros espectadores e costumam concorrer aos campos de jogos só para vociferar. (ADORNO, 1995, p. 112, grifo meu).

Será que a fragilidade contida na primeira fase da análise de Adorno é permitida no esporte de alto rendimento? O atleta de alto nível tem comiseração pelo adversário?

No mesmo sentido de Adorno, Bourg e Gouguet (2005, p 12) apontam que:

em toda prática esportiva de competição, o desejo de vencer engendra excessos, comportamentos desviantes que decorreriam assim da própria essência do esporte. A lógica econômica do mercado, através da busca sistemática do interesse privado, não faz senão exacerbar essa natureza profunda do esporte que existe em estado latente.

Adorno (1995) ainda expande a análise ao apontar que a dedicação aos exercícios exige certo grau de masoquismo. Em conseqüente relata que do masoquismo ocorre uma conversão para o sadismo. Temos que aquele que agride a si mesmo (treinamentos obsessivos), não demora muito, começa a exigir dos outros que também façam o mesmo (sadismo). Presoto, Machado e Gouvêa (2006, p. 261) acrescentam que “o custo pago pelos masoquistas esportivos culmina em lesões corporais que impedem a prática da atividade. O corpo metrificado, funcionalizado, frio, sempre armado, pronto para a ação fecha-se para uma autorreflexão sobre as reais necessidades dele”.

Cabe lembrar que o atleta olímpico e a preparação do corpo remontam à Grécia Antiga. Onde quem disputava aos jogos eram os guerreiros (soldados). Os jogos eram festivais de guerra, onde a população podia ver seus heróis, todavia, também era a representação das castas sociais, da construção da hierarquia social. Isto mudou? Atualmente, só mudou a forma de guerrear, neste caso específico, é a guerra das imagens, dos números, das audiências e dos produtos.

Na sociedade contemporânea renasceu o conceito de guerrear, dos grandes lutadores, em combates sangrentos e que atingem a sobrevivência do adversário, com a plateia vociferando e em catarse, e que já foi chamada de “GLADIADORES DO SÉCULO XXI”, durante as suas transmissões, que é o caso do MMA (*Mixed Martial Arts*), potencializado pelo UFC (*Ultimate Fighting*

Championship). Diga-se, o UFC tem uma grande influência e origem em atletas brasileiros originários do Jiu-Jítsu.

Sendo o grande foco da mídia, exatamente, a audiência, que viabiliza que as grandes corporações possam divulgar seus produtos, potencializar e captar novos consumidores em regiões inexploradas economicamente, associando suas marcas com equipes e atletas vencedores, tanto que há muitos patrocínios de oportunidade —podemos denominá-los de patrocínios pontuais —, que são para aquele evento específico, no qual a empresa sabe exatamente que sua marca terá visibilidade e atingirá o “seu” público consumidor.

A ligação Esporte-Corporações é preponderante no fortalecimento do fenômeno esportivo. Basta reforçar o fato de que os dois maiores eventos no mundo são esportivos: A Olimpíada e a Copa do Mundo. Esses são os únicos eventos itinerantes que alteram as dinâmicas urbanas nas cidades que os sediam. Porque além de todos os ajustes na estrutura esportiva, cada vez mais eficientes e baseadas na alta tecnologia, há diversas exigências nas esferas urbanas (transporte, habitação e segurança). Outro exemplo dessa associação é o Super Bowl (final do Campeonato Americano de Futebol) que tem o comercial mais caro do mundo, 30 segundos custam em torno de 3,5 milhões de dólares (TERRA, 05/02/2012).

Kellner (2006, p. 119) destaca que “a cultura da mídia não aborda apenas grandes momentos da experiência contemporânea, [...] seus rituais como as Olimpíadas, a Copa do Mundo [...], celebram os valores dominantes e validam uma sociedade baseada na competição e na vitória”.

A interdependência esporte e mídia fica ainda mais imbricada com o aparecimento de novas tecnologias de comunicação e interações na primeira década do Século XXI. O aparecimento das redes sociais, dos blogs e microblogs alteram as dinâmicas clássicas da mídia televisiva, do rádio e dos jornais. O impacto dessas mídias é instantâneo, possibilitando que aqueles que estão conectados, em uma rede, tenham contato imediato com novos fatos, informações, acontecimentos e banalidades.

Os atletas, equipes, dirigentes, clubes, árbitros e patrocinadores passam a utilizar massivamente estes novos instrumentos, principalmente o Twitter para propagar novas ações de marketing e publicidade, afazeres, negociações,

desavenças e, também, em muitos casos, a exposição da intimidade, que passa a ser compartilhada entre os seguidores da rede e os seguidores dos seguidores, tendo um efeito em cascata no ciberespaço. Como apontam Machado, Zanetti e Moiola (2011, p. 732) “fica difícil não perceber que a tecnologia torna-se uma ferramenta de conquista do mundo e de uma nova formação sociocultural; é uma tendência revolucionária na vida cotidiana”.

Não podemos deixar de atentar que o esporte é um mesossistema social, e como tal, coabita e inter-relaciona-se com as demais camadas do sistema. Essas interações alteram os olhares sobre o esporte e o corpo. Para Le Breton (2007) o corpo é moldado pelo contexto cultural em que o ator se insere, o corpo é vetor semântico pelo qual a evidência da relação com o mundo é construída.

Além do corpo altamente preparado, desenvolvido para as habilidades requeridas na modalidade, também é um espaço publicitário em si, e que atualmente transcende os patrocínios nos uniformes. A equipe de futebol do Middlesbrough da Inglaterra propôs aos jogadores tatuarem na própria pele a marca do patrocinador da equipe. O que em um primeiro momento pode nos surpreender pela “ousadia” e invasividade — para muitos seria por si só um indicativo que a ação estaria fadada ao fracasso —, não causou repúdio ou resistência por parte dos atletas, pois alguns demonstraram, segundo a reportagem, total interesse na ação (MKT ESPORTIVO, 05/04/2012), obviamente motivados pelos incrementos de suas contas bancárias. Esse fato não é exclusividade do esporte, Sandel (2012) que uma agência publicitária londrina começou a vender espaço publicitário na testa das pessoas.

Outro fato é o atleta que realizou um leilão para tatuar o Twitter de patrocinador, vendendo espaço em seu ombro para patrocinador, há época da reportagem o maior lance estava em US\$ 4.350 dólares, o leilão estava sendo realizado no site do eBay (GLOBOESPORTE.COM, 13/01/2012). Essas manifestações estão em sintonia com a descrição feita por Machado, Zanetti e Moiola (2011, p. 730) de que “os corpos modificados, sejam intencional ou não, por modismo, por cirurgia, por deformações acidentais, voluntária ou involuntariamente, estão presentes em nossos contextos urbanos e em nossos contextos distantes da modernidade”.

A ação no primeiro caso supracitado tem por objetivo burlar as normas do Comitê Olímpico Internacional (COI) que proíbe a exposição de patrocinadores nos uniformes durante os Jogos Olímpicos. Muitas agências esportivas têm inserido em seus regulamentos que tratam de patrocínios, a restrições ao uso de tatuagens e outros adereços que remetam as marcas dos patrocinadores individuais. É o caso USA Track & Field que logo no início do documento que trata sobre as regras de exposição dos patrocinadores diz: “qualquer propaganda associada com um atleta é proibida, incluindo, e não limitado, a pintura corporais, tatuagens, joias, cortes de cabelo e desenhos na cabeça, o uso de qualquer bandeira, banners, camisetas, chapéus e qualquer outra forma de exposição da publicidade” (USA TRACK & FIELD, 2012).

Esses apontamentos comportam inteiramente a contribuição de Garcia Canclini (2009, p.17), “no esporte não jogam apenas Beckham, Figo, Ronaldo, Verón e Zidane, mas também as marcas de roupas e de carros que os patrocinam”.

Assim, as dinâmicas no esporte e das novas mídias não escapam da leitura da sociedade contemporânea fundamentada por Bauman (2007, p. 9) que nos conduz à seguinte observação:

A “sociedade” é cada vez mais vista e tratada como uma “rede” em vez de uma “estrutura” (para não falar em uma “totalidade sólida”): ela é percebida e encarada como uma matriz de conexões e desconexões aleatórias e de um volume essencialmente infinito de permutações possíveis

Garcia Canclini (2009, p. 177) contribui afirmando que “não dispomos de nenhum sistema de pensamento suficientemente compreensivo para abarcar tantas proximidades e, menos ainda, a variedade de interações e intensidades entre as quais nos movemos”. A perturbação, o desaparecer e a incompreensão destes movimentos pode causar, em diversos momentos, uma confusão identitária no indivíduo, decorrentes da fugacidade do contexto que está inserido na sociedade contemporânea.

Em um cenário que as conexões extrapolam o espaço físico clássico, e se interconectam no ciberespaço, formada por meios eletrônico-computacionais da qual a internet é parte, as noções de espaço, tempo e lugar são tensionadas (GUTIERREZ, 2009). Expandindo a capacidade de expressão e comunicação, mas também a tornando praticamente incontrolável. De acordo com Garcia

Canclini (2009, p. 16), “as transformações recentes fazem tremer a arquitetura da multiculturalidade. Os estados e as legislações nacionais, as políticas educacionais e de comunicação que ordenavam a coexistência de grupos em territórios delimitados são insuficientes ante a expansão das misturas interculturais”.

Capra (2008, p. 23) destaca que:

Enquanto as comunicações continuam nas redes sociais, elas formam ciclos múltiplos de retroalimentação que finalmente produzem um sistema compartilhado de crenças, explicações e valores – um contexto comum de sentido, também conhecido como cultura, que é continuamente apoiada em comunicações seguintes. Por meio dessa cultura, os indivíduos adquirem identidade como membros da rede social e, nesse sentido, a rede gera seu próprio limite. Não é um limite físico, mas um limite de expectativas, de confiança e lealdade, o qual é permanentemente mantido e renegociado pela rede de comunicações.

Nesse mesmo sentido Berger (2002) afirma que a realidade social apresenta-se como possuidora de muitos níveis de significado. A descoberta de cada novo nível modifica a percepção do todo. Por conseguinte, não há como ignorar nos dias atuais que as dimensões sociais, emocionais e, inclusive, as espirituais não interfiram no esporte de rendimento; e que os usos físicos do homem dependem de um conjunto de sistemas simbólicos (Le BRETON, 2007).

A relação do homem com o corpo é existencial, a relação do homem com os jogos é milenar, mas é indubitável que esta relação atinge outra simbologia com o advento dos Jogos Olímpicos da Era Moderna e na sociedade contemporânea com as novas mídias.

Fundado pelas observações anteriores, podemos realizar uma reflexão a cerca dos fundamentos do esporte por meio de dois lemas incorporados pelos Jogos Olímpicos da Era Moderna, no final do século XIX, que proporcionaram seu enraizamento na sociedade e que podem denotar em essência exposição a um estado de vulnerabilidade. Um deles é a famosa frase do Pierre de Frédy, mais conhecido por Barão de Coubertin: “O importante não é vencer, mas competir. E com dignidade”. Cabe ressaltar que o Barão de Coubertin era um pedagogo, trabalhou no grupo que realizou a reforma educacional francesa no final do século XIX, foi fundador do Comitê Olímpico Internacional (COI), e foi o

presidente que ficou mais tempo a frente do Comitê. O segundo lema é o “*Citius, Altius, Fortius*” (O Mais Rápido, O Mais Alto, O Mais Forte). A frase latina, criada pelo padre Henri Martin, amigo do Barão de Coubertin, era utilizada para descrever as realizações atléticas dos estudantes do Albert Le Grand School (LIMA; MARTINS; CAPRARO, 2009).

Mesmo que ignoremos o “vencer” e fiquemos no competir. A competição intrinsecamente remonta ao resultado, a comparação, ao vencedor e perdedor, fortalecido e intensificado pelo lema “O Mais Rápido, O Mais Alto, O Mais Forte”. Notemos que não se destaca o plural, e sim, o singular; é “O” e, portanto não há dois. Assim por si só, o lema eleva a condição do vitorioso; em que; **“O mais lento, O mais baixo, O mais fraco”**, não estão incluídos. Mesmo que imbuído dos sentimentos mais nobres e pedagógicos possíveis, a aceção de ambos os lemas nos conduz há impossibilidade da demonstração da fraqueza e exposição da vulnerabilidade, em seu sentido *lato*.

Por estas razões Presoto, Machado e Gouvêa (2006, p. 259) afirmam que “O peso dado ao esporte, enquanto fenômeno sociocultural necessita de maiores esclarecimentos. Isso é relevante para que não se caia numa análise ingênua da temática, sem uma consideração crítica”.

Sinteticamente estamos falando da superficialidade dada há muitas das manifestações dos fenômenos esportivos e a relação com os demais sistemas. Claramente, como forma de sustentar essa superficialidade pode-se evocar os postulados da Teoria dos Sistemas Ecológicos de Bronfenbrenner (1992) que enfatiza que são indissociáveis os atributos de desenvolvimento de uma pessoa e os parâmetros dos contextos nos quais ela está inserida. Ora, as dinâmicas do esporte não estão isoladas, elas tecem uma complexa relação entre símbolos, significados, interpretações, inter-relações e extrapolações existentes entre os meios e os atletas.

O que nos impõe um contrassenso, pois quase a totalidade dos estudos sobre o esporte está concentrada na hiperespecialização dos pesquisadores – não são apenas os atletas de alto rendimento que são hiperespecializados –, em muitos casos, não conseguem abstrair a partir dos seus campos de formação para terem uma leitura que abarque diversas variáveis que interferem, pois interferem, nos resultados de seus estudos. Diante da inexplicabilidade dos resultados evocam a necessidade de novos estudos. Em

suma não pelo surgimento ou identificação de novas variáveis ou novos fenômenos, mas sim por não conseguirem explicações, dentro do seu arcabouço de conhecimento, suficientemente fundamentadas para explicar os resultados do próprio estudo, conseqüentemente a dificuldade de explicar os resultados de seus estudos advém de não considerar a complexidade dos sistemas.

Então, a exposição a situações de risco (físico, social, emocional) provenientes do contexto esportivo não levam o atleta a vulnerabilidade?

Como forma de alicerçar os apontamentos anteriores passo a tratar no capítulo seguinte dos conceitos de vulnerabilidade e de apontar em que momentos e situações nos deparamos com a vulnerabilidade no esporte.

2.2. VULNERABILIDADE E O ESPORTE

Este discurso sobre a superação, sobre o heroísmo, sobre a passagem ou utilização do esporte como meio de ascensão social, de remoção do indivíduo de uma zona de vulnerabilidade, é fato?

O que dizer da exposição ao excesso de treinamento (KREHER; SCHWARTZ, 2012; THIEL et. al., 2011; MEEUSEN et. al., 2010; PEARCE, 2002), ao doping (HAUW; BILARD, 2011; SABINO, 2004), as lesões (HUGHES; LEAVEY, 2012; CRISTAKOU; LAVALLEE, 2009), da transição de carreira (WYLLEMAN; REINTS, 2010; STAMBULOVA et. al., 2009; McKNIGHT et. al., 2009), da mídia (REED, 2011; GARRISON; SALWEN, 1989; WEIS, 1986), da torcida (MACHADO, 2011; FOER, 2004), do assédio (FASTING; BRACKENRIDGE; KJOLBERG, 2011; MARTILL, 2009; MOIOLI, 2004; SMITH; STEWART, 2003), dentre outras temáticas. Estas não são zonas de vulnerabilidade causadas pelo esporte? Temas como a vergonha (ELISON; PARTRIDGE, 2012; LAVOURA, 2007) e o medo (ELISON; PARTRIDGE, 2012; LAVOURA, 2007) são tocados levemente na ciência esportiva e raramente são abordados na prática esportiva. Como se o atleta de alto rendimento não fosse humano e não pudesse ter sentimentos, emoções, além daqueles que ressaltem sua “divindade” originária do Olimpo. Já é possível até aos robôs expressarem rudimentarmente emoções. Todos estes fatores mencionados, de forma isolada ou combinada podem resultar no abandono da carreira esportiva.

Esses apontamentos conduzem para a complexa convivência entre o esporte como forma de resolução social e saúde, reforçado intensamente pela mídia contemporânea. De um lado, a formação dos “heróis” e a valorização da superação, e de outro lado, o esporte que fragmenta o atleta que “explora” ao máximo as energias e as habilidades. Quantos são os atletas que encerraram suas carreiras com problemas de saúde e lesões? Um fato marcante recente é o processo coletivo movido por ex-atletas de futebol americano em razão dos efeitos das concussões cerebrais sofridas ao longo da carreira. (FOLHA.COM, 25/12/2011).

McKnight e colaboradores (2009) destacam as diferenças entre os atletas de alto rendimento e as outras profissões quanto ao momento de transição de carreira, essencialmente, aproximadamente na idade que os

atletas de alto nível se retiram do esporte (alta competição), seus pares frequentemente estão começando suas carreiras em outro domínio não esportivo, casando e tendo filhos. Isto quer dizer que ainda jovens já estão “velhos”.

A atenção dada a estes fatos são suficientemente estudados? Há uma atenção adequada? Eles são assistidos após terem entregues seus “corpos” a treinamentos extenuantes? Como são trabalhados seus medos? Suas angustias?

Se as vulnerabilidades podem ser impeditivas para o rendimento de alto nível, por que elas não são evidenciadas? Significa dizer que as porções “humanas” dos atletas de alto rendimento são suprimidas para patamares que não atrapalhem o desempenho nas competições. Será que é possível tal grau de abstração e distanciamento? Quando ele (a) não estiver mais no esporte de alta competição, como fica sua vida “mundana”? Para ilustrar podemos utilizar a entrevista da ex-número um do tênis Justine Henin, quando questionada sobre qual era o maior medo, ela responde “Ser abandonada. Tenho medo de ficar sozinha, acho que como a maioria das pessoas”, acrescenta de forma enfática “Eu era uma máquina e agora lamento isso” (TENISBRASIL, 14/06/2012, grifo meu). Isso é um claro desejo de pertencimento.

Esses são fatores e temáticas que são “proibidos” no esporte. Os atletas não podem apontar fragilidades ou vulnerabilidade. Nesse sentido, Palma et al. (2003, p. 84-85), descrevem que:

É possível empreender uma apreciação crítica, cujo foco não se concentra no sujeito, no biológico, ou nas causas e efeitos, mas, antes, na vulnerabilidade do coletivo e do indivíduo, nas contradições da sociedade, bem como nas múltiplas relações que estas interagem com a prática de exercícios físicos.

Acredito que o sadismo e o masoquismo citados anteriormente, extrapolaram os campos da atividade em si, eles rompem barreiras e passam a atingir o dia a dia, a vida antes privada passa a ser descortinada para todos aqueles que queiram ter acesso, sem barreiras e censuras. Na ausência de notícias que advogam sobre os resultados dos atletas, alguns setores da mídia não se reprimirão em provocar, criar novos *leads*³ sobre a vida do atleta. Isto

³ Leads é a primeira parte de uma notícia, tem por objetivo prender o interesse do leitor.

também pode ser enquadrado por sadismo, o jornalista perpetra o sofrimento no atleta. O jornalista ataca, muitas vezes, a intimidade do atleta para conseguir uma alteração que permita uma nova matéria, um *lead* retumbante.

Então, o que dizer das novas mídias, elas não são potencializadoras da exposição perversa? Elas são praticamente incontroláveis; o que foi exposto pode ter sido gravado por um dos seguidores, mesmo que o autor do microblog (Twitter) tenha excluído a mensagem, não há controle daqueles que tiveram acesso. As fragilidades são potencializadas.

Apenas como referência de circunstâncias em que nos deparamos com a exposição vulnerável, podemos destacar dois fatos: a discussão acalorada entre jogadores do Santos Futebol Clube e torcedores transmitidos ao vivo por webcam de dentro da concentração, e que foi matéria de vários programas esportivos no dia seguinte (TERRA, 02/08/2010), que resultou em uma entrevista coletiva e uma nota dos envolvidos pedindo desculpas; e a divulgação por Ronaldo Nazário que estava esperando o resultado do exame de DNA para a confirmação de outro filho feito pelo microblog (UOL, 08/12/2010).

Acredito que a partir destas informações podemos afirmar que o esporte em várias circunstâncias é um potencializador da vulnerabilidade, e não como propalado um remediador das questões sociais e um mitigador da vulnerabilidade; não podemos eliminar de maneira alguma essa função, doravante também não posso ignorar a leitura de que o esporte de competição induz, seduz, inserta, conduz e, por diversas vezes, leva a aniquilação do indivíduo, propagandeando o sucesso e a “salvação” em busca do Olimpo. Como afirmam Machado e Bartholomeu (2011, p. 52) “manter uma hegemonia esportiva está muito além do prazer de competir ou participar [...] no mundo tecnológico e fugaz do momento esportivo, temos uma avaliação externa que movimenta o núcleo praticante: os fãs, a mídia, a família, a política, entre outros”.

A vulnerabilidade também extrapola o meio físico clássico, explode e pode ser potencializada pelas novas mídias, conforme afirma Kellner (2006) de que estes espetáculos multimídias fascinam e influenciam profundamente o pensamento e a ação.

Será que os atletas têm noção e profundidade do quanto eles estão inseridos no cotidiano das pessoas? O quanto eles afetam a formação das novas gerações? Onde está a criticidade a estas novas formas de mídia e de quanto às duas extremidades são afetadas: aquele que usa e aquele que “consome”? Aquele que usa para expor sua vida e aquele que consome por adotar como espelho a vida daquele que idolatra, já que o “admirador” está num mundo praticamente sem fronteiras e limites. Neste sentido, Renaud (2008, p.19) nos auxilia quando destaca que “ser afetado, é expor-se, abrir-se, não se fechar à vinda do outro no espaço invisível da nossa consistência e da nossa existência”.

Apesar do adolescente não ser o foco dessa tese, ele não está ausente do contexto e da discussão. Por vezes ele está inserido na alta competição – atentemos que não estou abordando o esporte de competição escolar ou similar, foco no esporte de alto rendimento e evidencio que o contexto que trata a tese está na seara do esporte de nível nacional/internacional. Neste contexto, há adolescentes que treinam em sistematizações semelhantes aos atletas adultos, inclusive no que tange as exigências psicológicas e sociais.

Esse contexto é descrito por Rebutini e Machado (2008, p. 77, *grifo meu*):

Os atletas envolvidos na especialização precoce tendem a tornarem-se “ídeos juvenis”, e carregarem a imagem de vencedores muito cedo, [...] O atleta torna-se um destaque cedo, por volta dos 13/14 anos, passa a ter de aprender a lidar com a forte pressão, exercida por técnicos, dirigentes, companheiros, amigos, patrocinadores, pais para que vença sempre, que decida sempre e que não erre nunca. Além disso, passa a ser assediado e procurado por técnicos de outras equipes e por procuradores/empresários que pretendem torná-lo um produto rentável em pouco tempo, e para que isso ocorra, ele deve se manter em primeiro lugar a qualquer custo, mesmo que isso remeta ao uso de substâncias ilícitas, ministradas por técnicos e preparadores físicos, e até por intermédio e incentivo dos pais. Mas, será possível manter o rendimento com todas as interferências citadas? Pois estamos lidando com o imaginário social que permeia o atleta e a figura da vitória e dos louros da glória dos gregos.

Assim, o meio leva a fragmentação do atleta, atacado constantemente do ponto de vista físico, social e emocional. Muitas vezes, a família que deveria ser a guardiã da formação desse jovem, sobrecarrega-o com todas as expectativas de salvação e ascensão social, muitos, nessa lógica, tornam-se empresários de seus próprios filhos em tenra idade.

A agudez do tema não para nessa descrição, Moiola (2004) em sua dissertação de mestrado acabou atingindo um tema ainda mais escamoteado, as “trocas de favores sexuais” para que atletas jovens fossem aceitos e conseguissem acesso a determinados clubes de futebol. O abuso sexual na infância tem papel significativo no esporte organizado, sendo que nos últimos 30 anos, o foco esteve sobre “perpetrador masculino – vítima feminina” e que os abusos aos meninos raramente são considerados (MARTILL, 2009). Portanto, as relações de assédio em diversas formas estão claras no esporte.

Diante do exposto, não posso isentar o esporte de propiciar a vulnerabilidade e a conseqüente exposição que atletas e comissões técnicas, principalmente, estão expostos nas nem sempre claras relações de poder existentes.

Em vez de partir para a fundamentação da vulnerabilidade, primeiramente, entendo ser pertinente perpassar por fatos encontrados no esporte e que não são *leads* da mídia mais influente sob pena de manchar um negócio tão rentável.

Doravante podemos nos atentar à fundamentação que alicerça o conceito de vulnerabilidade e concomitantemente a ausência, anteriormente destacada, da aplicação do conceito no esporte.

A literatura sobre a vulnerabilidade está focada nas questões geográfica/ambiental (TURNER et al., 2003), bioéticas (DINIZ; GHILHEM, 1999; RENAUD, 2009), geopolíticas (EZELL, 2007; SAREWITZ; PIELKE JR; KEYKHAH, 2003), de saúde (DUNKLEY et al., 2011; SESAY, 2010; MEYER et al., 2006; EPLOV et al., 2006) e de grupos (BELLENZANI; MALFITANO, 2006; FURINI, 2003), os quais se podem chamar de especiais ou de risco, inclusive partindo para o desenvolvimento de índices (DUNCAN; SCHALLER; PARK, 2009; SCHMIDTLEIN; DEUTSCH; PIEGORSCH; CUTTER, 2008; CARVO; DERCON, 2005).

Não é objeto primário dessa tese desenvolver um modelo teórico para a vulnerabilidade, e sim, admoestar que a vulnerabilidade está presente no contexto esportivo. Contudo é premente possibilitar ao leitor o acesso à literatura colateral existente, que mesmo não sendo voltada especificamente ao esporte possa ser contextualizada.

De acordo com Renaud (2008), a vulnerabilidade evoca o “vulnus”, a ferida, acrescenta que agir e sofrer, atividade e passividade delineiam assim a estrutura de base da reflexão sobre a vulnerabilidade.

Turner et al (2003) define a vulnerabilidade como sendo o grau a que um sistema, subsistema ou um componente do sistema é susceptível a experimentar dano devido à exposição a um perigo. E sintetiza o fluxo de ocorrência por meio da figura 1.

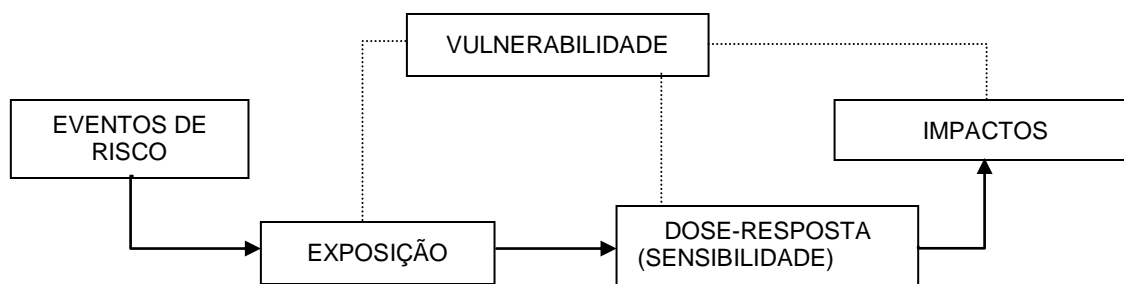


FIGURA 1. Relação entre risco e dano adaptado de Turner et al (2003).

Esse perigo apontado por Turner evidentemente atenta sobre as múltiplas camadas do contexto e pode ser originária de um risco único ou de múltiplos. Dependerá também da sensibilidade do sistema individual ou coletivo de responder adequadamente ou não ao risco, bem como é possível que fragmentos, partes ou combinações dos elementos que compõe o sistema respondam com intensidades e direções diferentes, essencialmente apontamos a não-linearidade que opera sobre e no sistema, resultando na imponderabilidade e no intangível de múltiplas respostas.

Devemos atentar que o modelo discutido por Turner (2003) advém dos eventos geográficos/ambientais, por isso tem origem em eventos eminentemente de risco. Contudo, a relação entre Risco e Exposição não é hierárquica como apontada por ele. Em muitos casos, a combinação entre estes dois fatores e os reflexos dessa interação é que resultará no grau de assimilação ou não e, eventualmente, o dano. Como exemplo, podemos ilustrar no caso de um indivíduo ou um grupo que já traz um risco em si, seja por uma doença ou uma debilidade física, emocional, social ou até mesmo espiritual, a exposição ao ambiente que seja inóspito para a condição específica. Os efeitos dessa exposição podem causar danos reversíveis ou não a este indivíduo ou grupo. Para os indivíduos que não são portadores dessa desvantagem o

ambiente necessariamente não se apresenta como inóspito. O inverso pode ocorrer, o indivíduo ou grupo que não traga (m) um risco ou uma condição de desvantagem primária, mas que se exponha (m) a situações que possam provocar riscos elevados, por exemplo, zonas de contaminação, zonas de conflitos geopolíticos e no esporte podemos citar os eventos radicais ou os de ultraendurance, também estará (ão) vulnerável (is).

Em síntese a relação de preponderância entre risco e exposição dependerá de múltiplas condicionantes para cada contexto de análise. A configuração dessa relação e a capacidade do indivíduo ou grupo em responder adequadamente ou assimilar essa relação é que resultará em dano ou não. A partir de qualquer dos pontos de partida expostos deve-se notar que o conceito de vulnerabilidade é presente. Pois, essencialmente é um sistema tripartite, composto pela exposição, risco e dano.

A complexidade entre as variáveis é elevada, tanto que para Czeresnia (2004), os modelos de análises de risco, ao terem como critério a experimentação, exigem o controle de todos os fatores que podem interferir na experiência, a fim de que sejam criadas as condições que permitam observar uma relação de causa e efeito. Entretanto, como indica a autora, a construção desses modelos estabelece um “processo de purificação” que cria uma abstração do fenômeno estudado e, por consequência, reduz a sua complexidade.

Vejam que as descrições feitas não são estranhas à relação caótica, polissêmica e polifônica que apontamos sobre as novas mídias e o universo virtual. Caso o sistema não consiga lidar e/ou responder adequadamente existe a possibilidade da ruptura e da sua falência. Não é possível distanciar, se houver essa possibilidade, da similaridade do conceito da Síndrome de Adaptação Geral de Seyle (1936) que sustenta a concepção do stress.

Ruotti, Massa e Perez (2011, p. 381) depreendem que:

o quadro de vulnerabilidade permite compreender as formas pelas quais os indivíduos enfrentam os eventos adversos e adotam certos comportamentos, não de acordo com a visão de um sujeito racional que orienta sua ação apenas pela disponibilidade de informações, mas sob a perspectiva de um sujeito imbricado em um sistema dinâmico de relações e constrangimentos de diferentes ordens (sociais, políticos e econômicos), que influi nas suas escolhas e condições de existência.

O enfoque na exposição, capacidade e potencialidade estabelece uma espécie de tripé da vulnerabilidade: 1) risco de exposição à crise, estresse ou choques; 2) risco de incapacidade para lidar com o estresse, crise ou choques; e 3) risco de consequências severas, na forma de crises, riscos ou choques. (HOGAN; MARANDOLA JUNIOR, 2005)

É aqui que a vulnerabilidade aparece como conceito que irá proporcionar esta análise mais complexa. Assim, os estudos sobre os perigos e desastres, no campo da geografia, passam a abarcar desde os processos biofísicos e sociais do evento até suas consequências no campo ambiental, social e individual, passando pelas decisões, escolhas e ajustamentos individuais, coletivos e estatais. (HOGAN; MARANDOLA JUNIOR, 2005). Os autores complementam que as definições mais recentes procuram abarcar o maior número de elementos, reconhecendo assim a multidimensionalidade de nossa realidade e a multidimensionalidade da própria vulnerabilidade, que não pode ser restrita a um ou outro campo.

Cutler (1996) relaciona várias definições sobre a vulnerabilidade nos diversos ambientes de aplicação. De forma sintética, a vulnerabilidade é entendida como o desajuste entre ativos e a estrutura de oportunidades, proveniente da capacidade dos atores sociais de aproveitar oportunidades em outros âmbitos socioeconômicos e melhorar sua situação, impedindo a deterioração em três principais campos: os recursos pessoais, os recursos de direitos e os recursos em relações sociais (KAZTMAN, 1999).

Silva (2007) aponta que a vulnerabilidade social pode se manifestar em dois planos: estrutural e subjetivo. No plano estrutural, pode ser dada por uma mobilidade descendente e, no plano subjetivo, pelo desenvolvimento de sentimentos de incerteza, insegurança, de não-pertencimento a determinado grupo, de fragilidade dos atores. Carvo e Dercon (2005) destacam que a vulnerabilidade tem sido largamente associada ao desamparo, referindo-se a uma fragilidade geral ou impotência da pessoa. Interessante notar que o termo fragilidade é usualmente utilizado, segundo Lally e Crome (2007) para descrever uma gama de condições na população idosa, incluindo debilidades gerais e comprometimento cognitivo.

Hopenhayn (2002) aponta um dos grandes eixos da vulnerabilidade da cidadania: a ausência do sentido de pertencimento, que se pulveriza e se

fragmenta, através da desvinculação (des) estabelecida entre Estado-cidadania-identidade. Esta vulnerabilidade se expressa, portanto, no cerceamento dos direitos, sejam eles econômicos e/ou políticos e/ou culturais.

O esporte não atua nesse sentido? As seletivas esportivas dos que postulam serem atletas não são uma forma de cercear, impedir e neutralizar o sentido de pertencimento do jovem que quer praticar o esporte de competição. O esporte também cerceia o direito de ir e vir; no alto rendimento com a aplicação das concentrações, muitas vezes prolongadas, inclusive com jovens atletas, vide os centros de formação e treinamento juvenis, que alijam os atletas da vida cotidiana ou nos países em que o esporte é um dos vértices de propagação e propaganda do regime político, onde as crianças e jovens são afastados da família e passam a estar inteiramente tutelados pelo Estado, com o único propósito de representar o sistema político.

No estudo realizado por Kocian, Kocian e Machado (2005) sobre a concentração esportiva com jovens atletas, em que os atletas apontam uma série de benefícios das concentrações esportivas, como: unir pensamentos, trabalhar pensamentos negativos e metas que ajudem no trabalho como descanso e cumprir regras; no polo negativo trazem que os seguintes fatores: citações de bagunça, descumprimento das regras, brigas, muito tempo concentrado e desunião. Sob essa ótica temos de fazer um recorte temporal. Um dos pontos principais da concentração é fazer com que os atletas fiquem focados nos treinamentos e competições e reduzir o efeito do “mundo exterior”, acontece que no período da pesquisa não existiam as tão “poderosas” redes sociais, a inserção dos atletas no mundo virtual era inócua. Atualmente os grandes passatempos são os videogames e a internet. O que de certa forma faz ruir o isolamento do mundo exterior, aliás, traz parte do mundo, muito mais fugaz para dentro das concentrações.

É possível a aplicação de dois conceitos desenvolvidos por Sen (1981): o “empoderar” (empower) e “intitular” (entitle) ambos podem ter efeito sobre a vulnerabilidade. Sen entende a liberdade humana como característica central da vida. Neste sentido, *empoderar* e *intitular* alguém envolve capacitá-lo para exercer sua liberdade e expandir suas capacidades. O inverso é a vulnerabilidade, ou seja, a redução das capacidades e do “poder” de ação e

realização. Os atletas são preparados para isso? Talvez dentro da sua modalidade esportiva, mas sua vida resume-se a modalidade esportiva?

Saletti Filho (2007) aponta dois polos essenciais para a análise da vulnerabilidade; necessidades pessoais de sustentação, apoio e estímulo, quando emergem questões sobre o amadurecimento pessoal e necessidades que envolvem estruturas sociais, quando emergem preocupações em torno das condições de vida.

Sanchez e Bertolozzi (2007, p. 323) afirmam que:

o conceito de vulnerabilidade, novo, em processo de construção supera o caráter individualizante e probabilístico do clássico conceito de “risco”, ao apontar a vulnerabilidade como um conjunto de aspectos que vão além do individual, abrangendo aspectos coletivos, contextuais, que levam à suscetibilidade a doença ou agravos. Esse conceito também leva em conta aspectos que dizem respeito à disponibilidade ou à carência de recursos destinados à proteção de pessoas

Essa leitura é essencialmente voltada para a doença. Contudo, não entendo que se possa superar a questão da individualidade com a descrição feita pelas autoras, inclusive porque o “novo” citado pelos autores difere das demais leituras e fundamentos que encontramos.

A dialógica do indivíduo com o contexto e como as dinâmicas desencadeadas desse processo é o que o tornará vulnerável ou não. Mesmo que entenda que a definição esteja dizendo que há mais que a análise individual, ela também pode nos levar a considerar que as questões individuais são menos importantes e que a vulnerabilidade do indivíduo é unidirecional (do meio para o indivíduo), o que num processo dialógico e de múltiplas interconexões torna-se deficiente e incompleto. Para reforçar a minha leitura aponto a análise de La Mendola (2005) de que os princípios do racionalismo individualista devem guiar as condutas dos agentes, sustentando, que os perigos devem ser enfrentados de forma individual.

Acrescento que para Palma et al (2003) é possível pensar numa vulnerabilidade individual, isto é, um estado ou condição particular de um indivíduo que o torna vulnerável. Os autores destacam ainda que a vulnerabilidade pode manifestar-se não só em decorrência das condições individuais, biológicas e/ou geográficas e, sobretudo, das condições sociais de vida desfavoráveis. Portanto, a vulnerabilidade é um fenômeno complexo e que

tem de ser analisado como tal. Sob pena de uma leitura superficial dos fatores, variáveis e elementos que estão ou que irão propiciar zonas vulneráveis em qualquer um dos âmbitos descritos.

Furini (2003) em sua dissertação de mestrado sobre moradores de rua aponta que a vulnerabilidade existia antes de *caírem* na rua, isto é, havia uma vulnerabilidade precedente que culminou com a ida dos indivíduos para viver na rua. Esse destaque indica a ineficiência de um corte transversal nos estudos de vulnerabilidade. O autor complementa “os processos sociais excludentes culminam em uma formação social, de parte da população, que faz muitas pessoas caminharem na *linha tênue*, da qual podem efetivamente *despençar* a qualquer momento” (FURINI, 2003, p. 112)

Watts e Both (1993, citado por Delor e Hubert, 2000) trazem a tona o entendimento de “espaço de vulnerabilidade”, onde se manifestam três coordenadas de vulnerabilidade: o risco de estar exposto a situações de crise (exposição); o risco de não ter recursos necessários para lutar contra estas situações (capacidade); e o risco de estar sujeito a sérias consequências como resultado das crises (potencialidade). Estes espaços estão sobrepostos e acabam por reforçar a vulnerabilidade individual.

Se pensarmos na vulnerabilidade no esporte eliminando as questões da individualidade do atleta; estaríamos desrespeitando um dos princípios norteadores do treinamento desportivo. Além das diferenças pertinentes a cada modalidade, a individualização do treinamento é ponto central da organização e do planejamento do rendimento desportivo. É exatamente a individualização do treinamento, das técnicas, dos materiais, da alimentação, dentre outros fatores que são feitos “sob medida” para cada atleta, que garantem o alto rendimento.

A ausência de uma leitura ampla, profunda e crítica infringem limitações quanto às ações mitigadoras e ao enfrentamento da questão. Fawcett (2009) contribui com a leitura sobre o cuidado com a multiplicidade dos fatores quando trata da vulnerabilidade, pois os grupos não são homogêneos, e existem variações consideráveis em relação às expectativas, às experiências e às circunstâncias.

Assim, torna-se eminente encontrar maneiras de identificar, analisar, refletir, mensurar, equalizar os sistemas e estruturas que estejam latentes à vulnerabilidade. Fica patente a complexidade e interações que envolvem a

vulnerabilidade e a atenção necessária aos fatores e conexões que a potencializam no binômio Humano-Ambiente (TURNER et al, 2003). Constitui vulto que as conexões sejam entendidas e tratadas contextualmente. Observando que a amplitude das respostas será aumentada significativamente em razão das complexas interações dentro e no sistema. Direcionando-nos novamente para os postulados de Bronfrenbrenner.

Indago, novamente, onde estão os estudos sobre a vulnerabilidade no esporte? O “atleta-humano” não é vulnerável?

É possível afirmar que, a vulnerabilidade em todas as suas formas é um tema “proibido” no esporte. Ela não coaduna com a competição, a imagem é sempre transposta para a superação, os problemas individuais não podem estar presentes e não podem ser considerados, a não ser quando podem ser associados há um passado sofrido e de privação que possa vir a tornar a reportagem ou a história mais atraente. Em suma, essa leitura é a negação da condição humana.

Os pesquisadores que atuam no campo da robótica têm aplicado esforços consideráveis para que os robôs consigam manifestar emoções, inclusive chorar, indaga-se se um dia será possível aos robôs manifestar, por exemplo, o amor. Ora, os atletas, em contrapartida, têm sido preparados para “dominar” e quiça não manifestar suas emoções em face do possível prejuízo do desempenho. Essa exposição, em situação limítrofe, possibilita aventar que os robôs estão se humanizando e os humanos se robotizando. Exagero?

Então, por que simplesmente a vulnerabilidade é ignorada pela maioria dos técnicos, preparadores físicos e dirigentes? Um dos possíveis motivos é uma formação eminentemente biologizante, que ignora uma multiplicidade de fatores relevantes para o desempenho esportivo, que estão além da aplicação dos treinamentos.

Como o mundo virtual contribui com a vulnerabilidade e como o esporte se insere neste contexto são pontos de análise do próximo capítulo.

2.3. NOVAS MÍDIAS E VULNERABILIDADE

De igual forma que a vulnerabilidade, as novas mídias e as redes sociais, como fenômenos contemporâneos, carecem de aprofundamento das leituras nos diversos contextos. Tanto que nos deparamos com a ausência de estudos que aborassem as redes sociais e o esporte. Assim este capítulo é amparado nos 3 artigos publicados (REBUSTINI; ZANETTI; MOIOLI; SCHIAVON; MACHADO, 2012; REBUSTINI; ZANETTI; MOIOLI; SCHIAVON; MACHADO, 2011; REBUSTINI; ZANETTI.; MOIOLI; MACHADO 2011), como estudos pilotos do uso do Twitter pelos atletas e as repercussões decorrentes.

Depreendemos que a intensificação do uso das novas mídias nos últimos anos, além de aumentar os setores de aplicação e o espectro daqueles que podem interagir no mundo virtual, possibilitou a criação de um espaço de expressão de ideias e concepções, para muitos que antes não tinham qualquer relação com a mídia informativa formal (jornais, revistas, televisão, etc.). Atualmente, você não precisa comprar uma televisão, um jornal ou revista na banca ou fazer uma assinatura, inclusive nem ter um computador, o serviço pode ser “alugado” por minutos em uma Lan House. Essa nova configuração põe frente a frente, o consolidado - o jornalismo nas formas clássicas -, e os novos ambientes disponíveis no ciberespaço. Além disso, nos últimos anos, as redes sociais propiciaram novas formas de inter-relação no mundo virtual.

Dentre as redes sociais uma das de maior destaque é o Twitter. E o que é o Twitter? O serviço foi criado pelos programadores Evan Williams, Jack Dorsey e Biz Stone em julho de 2006. Inicialmente foi a tentativa de juntar o SMS (Short Message Service⁴), recorrentemente utilizado para envio de mensagens via dispositivos móveis, preponderantemente os celulares. Na web primeiramente foi utilizado pelos funcionários da companhia como forma divertida de comunicação interna. Em outubro de 2006, ele é lançado oficialmente. O mote do Twitter ou a pergunta básica que orienta os usuários é: “o que você está fazendo? (COMM e BURGE, 2009). Ele incentiva o

⁴ Short Message Service – Serviço de mensagem curtas.

compartilhamento de informações do dia a dia. As mensagens têm de ser feitas com apenas 140 caracteres.

Por proporcionar uma maior diversidade de atores, redes e conexões encontramos diferenças e características próprias, mesmo quando olhamos as duas redes sociais mais expressivas na atualidade: O Twitter e o Facebook. O relatório da Community102, disponível no Midiassociais.blog.br (2011), site especializado em monitoramento de comunidades online, aponta que 30% dos usuários do Twitter têm entre 25 e 34 anos, enquanto a maior faixa do Facebook está entre 18 e 25 anos (29%). Um dos fatos citados pelos usuários mais jovens para preferirem o Facebook ao Twitter, reside no fato do segundo estar mais concentrado nos contatos e nas marcas e menos na possibilidade de conversar com amigos. Quando olhamos para a idade média não há muita diferença entre as redes, sendo LinkedIn (44 anos), Twitter (39 anos) e Facebook (38 anos) e, de maneira geral, os usuários das redes sociais têm em média 37 anos.

Na faixa entre 18 e 25 anos no Twitter, 54% seguem alguma celebridade. Essa é uma das grandes diferenças na chamada das relações entre as duas redes, enquanto o Facebook trata as redes como “amigos”, o Twitter trata como “follow” e “follower”, isto é, você seguido ou é seguidor. De acordo com Java, Song, Finin e Tseng (2007), as pessoas utilizam o Twitter por 4 razões: “chatear” diariamente, conversar, partilhar informações e reportar novidades. De acordo com Comm e Burge (2009) há dois fatores que dão ao Twitter esse “poder”, o primeiro é a simplicidade, o segundo é a capacidade de criar massa crítica.

A revista TIME (05/06/2009) aponta que a preferência está baseada em três pontos que fazem com que o Twitter se destaque das outras: facilidade de criação da rede, a interação em tempo real e o compartilhamento dos links. Interessante notar que o jornalista responsável pela matéria, no parágrafo de abertura destaca que sua primeira impressão sobre o Twitter foi terrível e complementa perguntando “Por que o mundo precisar disso?”.

Atentemos para o fato de que nos últimos anos, um público mais velho tem participado mais efetivamente das redes online, ou por meio de redes sociais específicas voltadas para segmentos profissionais, caso do LinkedIn.

Dentre as redes sociais, o esporte de alto rendimento tem se utilizado intensamente do Twitter como forma de divulgação do cotidiano (FOLHA DE SÃO PAULO, 21/06/2011), arrebatando milhares de seguidores, que recebem, transmitem e discutem as mensagens postadas. Esse fato foi reportado por Rebutini, Zanetti, Dezan, Moiola e Machado (2011) quanto estudaram a incidência e o número de seguidores dos atletas no Twitter, o ponto de maior destaque é que das 200 contas com maior número de seguidores, em setembro de 2011; 14 estavam relacionadas com o esporte, sendo que destas 5 eram de esportistas brasileiros, inclusive do único técnico nessa lista (Mano Menezes, então técnico da Seleção Brasileira de Futebol).

A Sports Illustrated (05/06/2009) publicou uma reportagem intitulada “Mania do Twitter está mudando a face do esporte” e um dos destaques é “a obsessão do mundo esportivo pelas ferramentas do microblog, através do qual atualizam sua audiência na web com mensagens frequentes”.

O impacto dessas mídias é instantâneo, possibilitando aos que estão conectados, contato imediato com novos fatos, informações, acontecimentos, inclusive, banalidades. Os atletas, equipes, dirigentes, clubes e patrocinadores passam a utilizar massivamente estes novos instrumentos para propagar novas ações de marketing e publicidade, afazeres, negociações (REBUSTINI; ZANETTI; MOIOLI; SCHIAVON; MACHADO, 2011; BLASZKA, 2011), o que inclui também desavenças e a exposição da intimidade, que passa a ser compartilhada entre os seguidores da rede e os seguidores dos seguidores, em um efeito cascata no ciberespaço.

De acordo com Huberman, Romero e Wu (2009), acadêmicos, patrocinadores e ativistas políticos, veem as redes sociais online como uma oportunidade estudo, propagação das ideias, formação de amizades e marketing viral, dentre outros. Muito em razão de que “a mídia eletrônica está caracterizada pela habilidade de remover, ou ao menos rearranjar, as barreiras entre o espaço público e o privado”, afirma Papacharissi (2009, p. 206).

Mas como avaliar esse processo? Ele é benéfico ou maléfico? Positivo ou negativo?

Em matéria postada pelo site GRC Brasil (26/10/2010), é possível notar a preocupação que as grandes corporações têm com as mídias digitais,

as novas mídias sociais também agregam riscos. À medida que as organizações ampliam a adoção de ferramentas voltadas às mídias sociais para uso pessoal e corporativo, seus CIO's devem agir rapidamente no sentido de se educarem a respeito das ameaças potenciais à privacidade, segurança e identidade, para que possam orientar a alta administração de forma efetiva sobre como mitigarem os riscos associados às redes sociais.

Os efeitos dessas novas mídias já foram percebidos pelos órgãos que controlam o esporte. REBUSTINI; ZANETTI; MOIOLI; SCHIAVON; MACHADO, 2011) apontam que as Instituições Esportivas (Comitê Olímpico Internacional, Confederação Brasileira de Futebol, National Basketball Association - NBA) têm criado formas de limitar e coibir o uso das redes sociais pelos atletas.

Nesse fenômeno da virtualização e das redes sociais, como são construídas as relações entre os jornalistas e os membros do esporte? No mesmo artigo Rebutini e colaboradores (2011, p. 145), destacam que:

Nesse mundo, os jornalistas seguem as páginas dos atores principais do espetáculo esportivo, assim, as mensagens postadas são remetidas diretamente para as páginas dos jornalistas que escreverão em seus blogs análises sobre as mensagens dos atletas, e “retuitarão” para seus seguidores, em muitos casos, os próprios atletas, criando uma rede de repercussão. Antes das redes sociais, as reportagens ficavam restritas aos seus leitores dos jornais do dia seguinte, atualmente, esse processo é potencializado, os seguidores de seguidores terão acesso aos fatos, quase instantaneamente. O poder e o impacto real dessa nova dinâmica ainda não podem ser calculados.

Reed (2011) contribui afirmando que há uma ausência de consenso de como as mídias sociais “encaixam” dentro do profissionalismo do jornalismo tradicional e como têm influenciado a relação entre os jornalistas e suas fontes.

Uma descrição importante do efeito da rede social está descrita na revista Time (05/06/2009), ela destaca o comportamento dos participantes e da organização em um evento acadêmico:

Vinte anos atrás, as ideias trocadas nessa conversa teriam sido confinadas às mentes dos participantes. Dez anos atrás, uma transcrição teria sido publicada semanas ou meses mais tarde na Internet. Cinco anos atrás, um punhado de participantes podia ter um blog sobre suas experiências após o fato. Mas este evento estava acontecendo em 2009, assim a conversa do mundo real foi igualmente um conversa em tempo real no Twitter.

A matéria relata uma série de vantagens com a utilização das redes sociais pelos atletas, dentre as mais significativas, estão: a aproximação dos atletas com os fãs e o público sem intermediários. As grandes estrelas esportivas contam com empresas de gestão de carreiras e imagem, as quais

selecionam os programas e eventos que seus clientes podem comparecer, todas as ações estão intimamente ligadas às questões financeiras, de imagem e da relação com os patrocinadores.

Uma reportagem do UOL (18/10/2011) aponta que as redes sociais são uma forma de “libertar” os atletas, tornando-os mais espontâneos. A reportagem da Sport Illustrated (05/06/2009) afirma que o Twitter satisfaz a sede dos fãs por uma conexão mais próxima com os grandes atletas, proprietários das equipes, e mesmo de outros fãs; ainda acrescenta que para muitos fãs os “tweets” mostram o lado humano dos seus atletas favoritos ou dos proprietários, fazendo com que eles se sintam em uma relação próxima.

Mas como se constrói a relação entre o que usa para expor sua vida e o que “consome”? O consumidor pode adotar como espelho a vida daquele que idolatra, já que o “admirador” está num mundo praticamente sem fronteiras e limites, eles compartilham as glórias dos seus ídolos, na realidade eles se sentem partes do feito. Comm e Burge (2009, p. 75) contribuem com o seguinte apontamento “os sites da web têm usuários, o Facebook tem amigos, e o Twitter tem seguidores. Eles seguem suas mensagens – e, no processo, seguem sua vida”

Os atletas que utilizam de forma sistemática suas redes postam mensagens divulgando suas ações, de seus patrocinadores, da equipe e fatos do cotidiano (mundano). As modalidades que não apresentam grande cobertura da mídia utilizam as redes como forma de potencializar suas modalidades e eventos. Esse apontamento ganha corpo com os resultados apresentados na pesquisa de Reed (2011) quando estudou a relação dos jornalistas com as redes sociais, e ficou claro que os jornalistas acessam e utilizam as informações postadas pelos atletas dependendo do nível de resultados deles.

Outra consequência dessa nova dinâmica está em que antes o atleta, o técnico e o dirigente transferiam a culpa da repercussão de determinada reportagem às distorções feitas pelos jornalistas; hoje, o próprio atleta ou sua assessoria é responsável por fornecer a informação, sem intermediários, livre das interpretações ou especulações, portanto, são responsáveis por avaliar as consequências (REBUSTINI; ZANETTI; MOIOLI; SCHIAVON; MACHADO, 2011).

Por essa razão, as empresas que cuidam das imagens dos atletas têm se preocupado muito com o uso das redes por seus clientes, uma das maiores empresas de gestão de carreiras esportiva, descreveu sua preocupação em reportagem (TERRA, 16/01/2009), principalmente sobre quais “posts” estariam disponíveis nas páginas de seus atletas, inclusive apontam as diferenças do perfil dos seus clientes e citam três exemplos: de uma golfista que deixa claro que não publicaria qualquer assunto da sua vida pessoal; de um renomado atleta de basquete, resistente num primeiro momento, que tomou a decisão depois de descobrir que havia uma conta falsa, que divulgava informações como sendo dele, o que resultou na abertura de uma conta “oficial”. Hoje é um dos atletas com maior número de seguidores e posta mensagens sobre tudo, desde seu desempenho ao que está fazendo nos seus momentos de lazer e; um terceiro atleta representado por eles, do futebol americano, que eles entendem que dificilmente aderiria às redes sociais.

Um ponto ressaltado nas fontes anteriores como importante para a expansão do uso das redes sociais está na segurança dos atletas, o sistema permite o “contato” do atleta com seus “seguidores” sem que ocorra o contato físico, preservando-os. Ele pode ser feito do quarto do hotel, no ônibus, da sua casa ou de qualquer lugar, sem a necessidade do cerco de seguranças e todo o aparato que é montado para os eventos.

Soma-se que nenhum atleta que tem o nome valendo milhões postaria mensagens sem um treinamento prévio e sem que, em muitos casos, passe por um filtro. Isto porque, cada usuário do Twitter divulga mensagens, quer para um seleto grupo privado (seguidores – “followers”) ou para a web pesquisável. Em ambos os casos, as mensagens aparecem automaticamente na página dos seguidores do Twitter ou dispositivos móveis. Qualquer indivíduo ou organização pode se inscrever para uma conta gratuita, embora não seja necessária conta para pesquisar todos os fluxos públicos (REED, 2011).

Mais recentemente as redes permitem o compartilhamento entre si, mensagens postadas no Twitter podem ser lidas em outras redes, desde que o usuário permita e cadastre. Tal fato significa que com um “enter”, você sabe onde vai começar, mas não sabe onde vai terminar essa mensagem. Portanto, uma frase postada inadequadamente ou mal interpretada pode gerar perdas significativas para os patrocinadores, equipes e, principalmente, os atletas que

por vezes estão sendo punidos por postagens inadequadas com críticas aos árbitros, às instituições, aos adversários e mesmo companheiros de equipe.

Esta preocupação tem fundamento em razão da dinâmica criada com o advento das novas mídias, as mensagens não podem ser completamente eliminadas, além disso, a segurança das informações prestadas por quem está conectado também não está. Quanto ao primeiro fato, deve-se fazer apenas um pequeno exercício dos riscos. Como foi dito anteriormente, a decisão de ter uma conta no Twitter por um grande atleta foi feita após descobrir-se que havia um perfil falso (*fake*) que postava mensagens assumindo a identidade desse atleta, fato este que não é raro. Apesar do Twitter permitir que esses perfis sejam denunciados, o estrago pode ser grande. Acompanhando o raciocínio Ivoskus (2010) aponta que ao se conectar com uma rede social, imediatamente perde-se o controle e a autonomia sobre sua vida e seus dados. Por mais restrições que imponha ao seu conteúdo, as informações são disparadas sem rumo graças aos outros amigos e contatos que navegam pelo mesmo lugar e que esparramam confidências próprias.

Se de um lado o Twitter é um instrumento poderoso para atender às necessidades de troca rápida de informação, de outro, com semelhante agilidade, permite a violação de direitos e a ocorrência de diversos prejuízos (PINHEIRO, 2011). No mesmo artigo, a autora destaca os crimes mais comuns nas redes sociais e, principalmente, no Twitter: uso indevido da marca da empresa, podendo causar confusão perante o consumidor e desvio de clientela; uso indevido da imagem de pessoas, trazendo exposição indesejada, ofensas de toda a sorte (injúria, calúnia, difamação e seus reflexos em âmbito cível) e o que é chamado de "furto de identidade digital" - que ocorre nas hipóteses de perfis falsos, em geral, muito praticado por desafetos e concorrentes. Complementa dizendo que em regra, junto com a imagem são veiculadas informações ofensivas, assim como são reunidas informações inverídicas sobre produtos e serviços, e assim por diante.

O que dizer dos "retweets", o sistema incentiva, e este é um dos grandes motes do Twitter, que suas mensagens sejam reencaminhadas para outras pessoas, assim aqueles que são seguidores podem redirecionar para seus seguidores, desde a mensagem encaminhada não comprometa seu autor. Mesmo que o autor apague a mensagem, não há como saber se realmente não

há cópias “circulando” pelo ciberespaço, em razão das conexões desenvolvidas, além da possibilidade de armazenamento nos computadores dos seguidores e fisicamente com os *printscreens*⁵, assim como os jornalistas que cobrem o meio esportivo já as tenham publicado por meio de seus blogs e/ou pelo próprio Twitter. Quanto à segurança das informações, por vezes são divulgadas notícias de “falhas” nas redes sociais que expõe os dados privados de seus usuários, além do armazenamento de informações sem autorização dos seus usuários (ESTADO DE SÃO PAULO, 12/02/2012).

Conseqüentemente diversas instituições têm desenvolvido roteiros com orientações para o uso seguro das mídias sociais; dois exemplos podem ser dados: o material utilizado pelos departamentos e agências federais americanas (CIO COUNCIL, 2009) e o Guia da IBM para mídias sociais (IBM Social Computing Guidelines, 2005), que já passou por três revisões a última em 2010.

Esta preocupação parte também da relação dos atletas com os jornalistas. O emprego das novas mídias causou um salto sobre o “intermediário”, a notícia é postada diretamente pelo atleta e sua equipe, não passa mais pela apuração do jornalista e por suas interpretações. Em artigo publicado por Telander (1984) citado por Reed (2011), o autor destaca que se tornou mais comum os atletas reclamarem de histórias injustas publicadas pelos jornalistas e cita alguns dos fatores que aborrecem os atletas: a) quando o atleta é citado erroneamente, b) utilização de citações fora de contexto, c) utilização de material “off”, isto é, que não foi autorizado pelo atleta, d) menção a vida privada do atleta, e) má interpretação da filosofia do atleta, do salário, das atitudes, da infância..., ou f) a interpretação de que o atleta é uma pessoa má, ou g) Interpreta o atleta como um atleta ruim. Cabe destacar que o artigo remete ao início da década de 1980. Como estão estas relações hoje? Para Posetti (2009) com o surgimento das novas mídias que mescla o profissional e o pessoal, o público e o privado – borram-se as linhas de engajamento para os jornalistas treinados para serem observadores e comentaristas didáticos, ao invés de participantes em debates e personagens dentro de histórias.

⁵ Printscreen é a captura na forma de imagem de tudo que está presente na tela do computador, a pessoa pode salvar em um arquivo a tela ou imprimi-la.

Num ambiente em que os atletas de altíssimo nível são profissionais com estruturas profissionais questiona-se a conduta dos jornalistas, então como isso ocorre no mundo virtual? De acordo com Lewis (2010, p. 51), as mídias sociais são uma ameaça potencial para o profissionalismo, porque o grau e o tipo de participação permitidos em espaços online desafiam as organizações de notícias de reavaliar seus limites estabelecidos.

Ainda mais incisivo Garrison e Salwen (1989) apontam que o jornalismo esportivo e a evolução do relacionamento entre jornalistas desportivos e as pessoas e eventos tem sido criticados: pelos escritos banais, por torcem pelo time da casa, por aceitarem “presentes/brindes” de bom grado, servindo como “scrapbook” para as estrelas do esporte e uma falta de vontade para relatar em profundidade as questões. O que leva a suspensão do apontamento feito por Bourdieu (2005. p.55) de que “o jornalista exerce uma forma de dominação (conjuntural não estrutural) sobre o espaço de jogo que ele construiu, e no qual ele se acha colocado em situação de árbitro, impondo normas de “objetividades” e de “neutralidade””.

Neste novo ambiente e cenário como fica a figura do jornalista? Nesse sentido Hermida (2010) conclui que os jornalistas utilizam as novas mídias apenas para dois aspectos: compartilhar informações e relatar notícias, o que parece muito pouco diante do potencial da ferramenta.

A possibilidade de “furo” jornalístico é reduzida. Apesar desta figura não ser tema central da tese, ele perpassa pelo cenário.

Diante do olhar preliminar e, não obstante, talvez ainda rasos, algumas perguntas e inquietações afloram e que entendo serem prementes para entender as novas composições e tonalidades do esporte nas redes sociais.

- a) Será que os atletas têm noção e profundidade do quanto eles estão inseridos no cotidiano das pessoas? E como o uso das novas mídias pode potencializar essa comunicação;
- b) O quanto eles afetam a formação das novas gerações, inclusive dos atletas jovens? Exatamente a geração mais integrada às redes sociais e novas mídias;
- c) O quanto à repercussão e o envolvimento nesse ambiente virtual pode interferir no desempenho? Ele está imune às consequências?

- d) Que ele pode ser o desencadeador do próprio processo de vulnerabilidade;
- e) Como desenvolver uma criticidade sobre o uso das novas formas de mídia e o esporte de alto rendimento?
- f) Como se dá a relação entre o que usa para expor sua vida e o que “consome”. Assim, ele (atleta) pode se tornar o Avatar⁶ do seguidor (fã)
- g) Antes o atleta, o técnico e o dirigente transferiam a culpa da repercussão de determinada reportagem às distorções feitas pelos jornalistas; hoje, eles próprios são os causadores das divergências;
- h) Como fica o jornalismo esportivo nessa nova dinâmica?

O *Twitter* como pôde ser visto é um meio de divulgação, de promoção, de confrontos, fonte de receitas, de discussão e mesmo de exposição da condição do atleta em seu clube e fora dele. Esse contexto exige que as esferas esportivas se atenham e analisem profundamente como estas novas dinâmicas podem interferir no rendimento dos atletas. Além deles, os pesquisadores devem direcionar seu foco para analisar, compreender e criticar a influência do fluxo ciberespaço-esporte.

Diante da fundamentação feita debruço-me na pesquisa em si e na verificação da possível vulnerabilidade decorrente das redes sociais, no caso dessa tese do *Twitter*, pelos atletas de alto rendimento.

⁶ A palavra AVATAR é originária do sânscrito (avatara), que significa “descida do céu à terra” Dicionário Aulete. De acordo com Bell (2008) Avatar é qualquer representação digital (gráfica ou textual) além de um simples nome, que gerencia (uma capacidade de realizar ações) e é controlado por um agente humano em tempo real.

3. OBJETIVO GERAL

Verificar e analisar a existência da vulnerabilidade decorrente do uso do Twitter no esporte de alto rendimento.

3.1. OBJETIVO ESPECÍFICO

Analisar os focos de vulnerabilidade no esporte no uso do Twitter;
Analisar as diferenças socioculturais na repercussão do uso do twitter no esporte;

4. HIPÓTESE

As repercussões sobre as mensagens postadas no Twitter possibilitam a vulnerabilidade no esporte;

5. PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

Adota-se a pesquisa qualitativa cross-cultural com adoção do método Netnográfico (KOZINETZ, 1998; KOZINETS, 2010), segundo roteiro de pesquisa na Web desenvolvido por Ford (2012) com a aplicação da Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2010) e Schreier (2012). Após a categorização e hierarquização dos conteúdos será aplicada a análise e a interpretação

5.1. OBJETOS DO ESTUDO

Serão analisadas as reportagens, em português, inglês, francês e espanhol, publicadas na internet que versem sobre a utilização e repercussão do Twitter no contexto esportivo.

5.2. DESENVOLVIMENTO DO MÉTODO

O procedimento adotado é o da Netnografia ou Etnografia Virtual. O termo Netnografia surge pela primeira vez no trabalho de Bishop et al (1995) e ganha relevo com o estudo realizado, em 1998, por Kozinets com

comportamentos de consumo de comunidades e culturas na internet. Em 2000, Hine adota o termo Etnografia Virtual.

A Netnografia ou Etnografia Virtual é o estudo em ambientes virtuais que possibilitam, dentre outros, os estudos nas redes sociais. Um dos aspectos que diferenciam da etnografia clássica, é que não há a presença física do pesquisador. Contudo, segundo Gutierrez (2010), o lugar físico e todas as suas relações sociais não ficam fora do campo de estudo, ao contrário, são inseparáveis no contexto geral que conecta todas as relações.

A apreensão das reportagens veiculadas é sustentada pelos procedimentos propostos por Ford (2012) para pesquisas na Web. Por tratar-se de estudo cross-cultural, as buscas foram feitas em português, inglês, francês e espanhol sem corte temporal no refinamento da busca. O país de origem da reportagem não era limitador. Utilizou-se o megabuscadore Google e adotou-se inicialmente as palavras-chaves: Twitter e Esporte.

Pela contemporaneidade dos trabalhos que estudam as redes sociais e a internet, há um processo de aprendizado muito intenso no decorrer da pesquisa.

Durante o processo de busca detectou-se que a utilização dos termos “Twitter e esporte” resultou majoritariamente no surgimento de endereços de contas do Twitter no topo da página do buscador, o que não era o foco desta pesquisa e dificultaria sobremaneira a coleta das reportagens.

Como solução optou-se pela formulação da frase: “o uso do twitter no esporte”. Essa estratégia teve por objetivo eliminar os endereços de contas do Twitter e efetivamente buscar as reportagens que tratam da temática. Outro ponto foi reduzir o surgimento dos links patrocinados.

Para aumentar a eficiência da busca, aplicou-se uma ferramenta disponível na página do Google de pesquisa simultânea em múltiplos idiomas (Figura 2). Essa aplicação permitiu que ao clicar no *link* que aponta os resultados, fossem direcionado para a página com os artigos em espanhol, inglês e francês. Primariamente elas são postadas por tradução automática. Apesar dessa facilidade, os artigos foram analisados no idioma de origem.

A seleção das matérias pautou-se nas que tivessem respaldo editorial ou tivessem sido redigidas por especialistas esportivos, de marketing ou de novas mídias. Novamente encontra-se uma grande dificuldade; os grandes portais

possuem sistemas próprios de busca e, portanto, não contribuem na relevância de acessos para o megabusador. Isto resultou numa vasta leitura dos itens, pois as matérias que contam com respaldo editorial ou de especialistas raramente estavam ou estão no topo das buscas.

Resultados traduzidos para o uso do twitter no esporte		
- Meu idioma: português ▼		
Idioma	Consulta traduzida	
inglês ✕	the use of twitter in sports - Editar	1.910.000 resultados
espanhol ✕	el uso de Twitter en el deporte - Editar	22.400.000 resultados
francês ✕	l'utilisation de twitter dans les sports - Editar	2.480.000 resultados

Figura 2. Imagem da busca simultânea em múltiplos idiomas.

Foram selecionadas 20 matérias por conveniência, sendo 5 para cada idioma. As matérias e os respectivos *links* estão disponíveis no Apêndice I. As matérias foram analisadas utilizando-se a análise de conteúdo que incide sobre os significados do texto.

Os conteúdos são organizados, categorizados de acordo com o modelo que orienta o pesquisador (DESMARAIS e MOSCAROLA, 2004).

De acordo com Bardin (2010, p. 44) a análise de conteúdo é:

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis aferidas) destas mensagens

Nesse sentido Wanlin (2009) destaca que a análise de conteúdo é um conjunto de ferramentas metodológicas das mais sofisticadas e em constante aperfeiçoamento na aplicação ao "discurso" altamente diversificada e baseada em dedução e inferência. Isto é, busca a interpretação dos dados oscilando entre dois polos, por um lado, o rigor da objetividade, e, por outro, a fertilidade da subjetividade (BARDIN, 2010). A análise de conteúdo está organizada em

três fases cronológicas: pré-análise, a exploração do material e também o tratamento dos dados, a inferência e a interpretação. A técnica resultará na categorização e hierarquização dos conteúdos.

Como forma de redação optou-se pela proposta de Fortin e Houssa (2012, p. 72, tradução minha) quando tratam da etnografia pós-moderna, no caso da tese, de uma netnografia. São enfáticas ao dizerem que:

Estamos evidentemente conscientes da dimensão transgressiva que implica o projeto paralelo de uma etnografia interpretativa e de uma etnografia pós-moderna, pois os organismos que subvenciam as instituições privilegiam a produção de textos redigidos no formato tradicional. De qualquer maneira, estamos mais e mais convencidas que a emersão de uma epistemologia diferenciada oferece contribuição válida ao campo da pesquisa.

Outro ponto é que a redação deve retratar da forma mais fidedigna possível o contexto. Assim a redação na forma clássica, usualmente, aceita pela maioria dos campos da ciência quanto aos tempos verbais e pronominais será utilizada nas citações ou análises de conhecimentos ou informações já postos na literatura, bem como nas análises objetivas. Contudo, no processo interpretativo, portanto, subjetivo (condição fundamental para a realização da análise de conteúdo e de uma de suas etapas), eu utilizarei a redação em primeira pessoa, além de adotar em alguns momentos da linguagem coloquial, como forma de retratar mais fielmente o fenômeno estudado e suas peculiaridades, bem como da terminologia utilizada pelos usuários das redes sociais e no mundo virtual.

E por que faz-se necessário?

Hesse-Biber (2010, p. 517, tradução minha) destaca que “as tecnologias emergentes tem empurrado contra os limites, tanto os pesquisadores

qualitativos quanto quantitativos, quando no desenvolvimento de seus projetos de pesquisa”.

Além disso, está pesquisa insere-se no que Dicks e Mason (2010) denominam “ETHNOGRAPHIC HYPERMEDIA ENVIRONMENT - EHE⁷”, que possibilita um vasto número de significados e interpretações subjetivas. Complementam afirmando que “a reverberação da pesquisa qualitativa pos-paradigmática que encoraja mais transparência e forma mais proativas de engajamento do leitor com os textos acadêmicos, pode significar que a hipermídia pode ser o início de uma nova forma de compreensão” (DICKS; MASON, 2010, p. 597, tradução minha).

Devemos manter próximos de nosso olhar que essa pesquisa trata de novos contextos e inter-relações, tendo no cerne o mundo virtual. E que no contexto da internet, do hiperlink e da hipermídia: “a relação entre análise e representação, leitura e escrita, imagem e escrita, a palavra escrita e falada, e movimento e estabilidade são potencialmente reconfigurados com a hipermídia” (DICKS; MASON, 2010, p. 597, tradução minha).

Com essas considerações passo a análise dos resultados.

⁷ Ambiente de etnografia hipermídia.

6. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise de conteúdo resultou na configuração de 12 categorias. Como forma de análise aponto primeiramente uma síntese das categorias (Quadro 1) e em quais idiomas cada categoria foi encontrada. Após essa apresentação sintética passo a definição e análise de cada categoria.

Categoria	Idioma
Papel das redes sociais	(P), (I), (E), (F)
Inter-relações	(P), (I), (E), (F)
Provocações e confrontos	(P), (I), (F)
Exposição do outro e ofensas	(P), (E), (F)
Linguagem	(I)
<i>Fake</i> e piratas	(P), (I), (E), (F)
Incentivo	(I)
Imagem e marca	(P), (I), (E), (F)
Esclarecimento e negação	(P), (F)
Punições e responsabilização	(P), (I), (E)
Restrição	(P), (I), (E), (F)
Orientação	(P), (I), (E), (F)

Quadro 1. Categorias decorrentes da análise de conteúdo e os idiomas nos quais elas surgiram. Português (P), Inglês (I), Espanhol (E) e Francês (F).

Pode-se verificar que 6 das categorias (Restrição; Orientação; Papel das Redes Sociais; Inter-relações; Imagem e Marca; Fake e Piratas) estão presentes em todos os idiomas. Nesse primeiro momento já chama a atenção duas categorias: Incentivo e Linguagem, que estão presentes apenas nos textos em inglês. De forma sintética, 10 categorias estão presentes em português; 10 categorias em inglês; 8 em espanhol e 9 em francês.

No estudo de Rebutini, Zanetti, Moiola, Schiavon e Machado (2011) também se fez a análise de reportagens que tratavam da repercussão do Twitter e no qual foram encontradas 7 categorias, que no artigo foram

categorizadas com a seguinte definição: Provocações, Discussões, Restrição, Punição, Esclarecimento e Negação, Exposição do Outro e Incentivo. Inclusive, esse estudo preliminar serviu de base para a definição das categorias para a tese. Nesse estudo piloto utilizou-se de 42 reportagens, sendo 25 nacionais e 17 internacionais. Contudo, não se promoveu o filtro quanto ao uso de reportagens que estivessem sobre um direcionamento editorial e que efetivamente tratassem da análise da repercussão, isto quer dizer que os textos poderiam ser meramente informativos e estar concentrados apenas nos *leads*.

É premente assinalar a importância de no desenho do método ter optado pelo estudo cross-cultural, pois se assim não tivesse ocorrido algumas categorias não teriam sido identificadas e não teríamos um conjunto de análise tão profícuo. Os apontamentos sobre cada categoria e suas análises, da comparação entre os idiomas e a relação entre as categorias serão feitos a partir do próximo capítulo.

6.1. PAPEL DAS REDES SOCIAIS

Essa categoria representa essencialmente a discussão e reflexão das redes sociais (RS) na sociedade contemporânea e a sua utilização no mesossistema esportivo. Os fundamentos destacados nas reportagens praticamente foram consolidados na fundamentação teórica da tese. Contudo peculiaridades do contexto esportivo merecem reflexões adicionais.

Antes de expomos a análise do conteúdo dessa categoria é importante destacar que apesar da categoria estar presente nas reportagens nos quatro idiomas, deve-se ressaltar que as discussões e aprofundamento da questão são mais recorrentes nas reportagens em inglês e espanhol, sendo que em inglês o aprofundamento é maior. Nos artigos em português e francês cita-se o fato do papel das redes sociais, entretanto, não há um aprofundamento da temática.

As reportagens enfatizam a intensa ascensão da utilização das redes sociais, primeiramente pelos atletas nos últimos anos, e posteriormente a adesão das entidades esportivas às redes sociais. Destacam-se nos textos a inserção dos atletas, basicamente, em duas redes sociais; Twitter e Facebook.

A entrada das Associações, Federações, Confederações, inclusive, têm repercussão direta em 4 categorias encontradas nos resultados dessa tese – Restrição; Punição e Responsabilização; Confrontos e Provocações; Orientação. -, que serão aprofundadas em cada tópico.

Um ponto de absoluta atenção é que o Brasil, em fevereiro de 2012, tornou-se o segundo país com mais números de contas no Twitter (33 milhões) em julho já tinha atingido 41,2 milhões de contas, perdendo apenas para os Estados Unidos (mais de 140 milhões de contas) e superando o Japão, sendo

o país com o maior crescimento no primeiro semestre de 2012. Outros números apontam o destaque do país; São Paulo é quarta cidade em número de mensagens postadas, ficando atrás de Tóquio (2º lugar), Londres (3º lugar) e, no meu entender surpreendente, o primeiro lugar é de Jacarta (Indonésia) que é responsável por 27% dos *tweets* públicos. A pesquisa foi realizada com base na amostra de 1.058 milhões de *tweets* públicos em junho de 2012 (IDGNOW, 31/07/2012).

Há a possibilidade de trocarmos mensagens sem que elas sejam públicas, o que resulta em um número de atividade maior do que a apontada pela pesquisa, de qualquer maneira os números são impressionantes. Em outra reportagem do IDGNOW (03/08/2012) destaca-se o fato de existir mais de 500 milhões de contas no Twitter, mas que apenas um terço das contas são ativas. Neste quesito o Brasil é o 12º com mais contas ativas. Os países com maior número de contas ativas são Holanda, Japão, Espanha e Estados Unidos.

Estes números foram trazidos por quê? Ora, como um país como o Brasil que se destaca na utilização das redes sociais, seja o Twitter, o Facebook, o Orkut e mesmo as redes neófitas como o Instagram e as redes segmentadas, não apresenta reportagem que aprofundem a discussão do papel das redes sociais na sociedade e no esporte? Em suma, as discussões sobre essas novas dinâmicas apresentaram discussões meramente superficiais.

Outro relevo pode ser dado, quando olhamos a produção científica brasileira no que concernem as pesquisas aplicadas à temática, quanto à conceituação das redes sociais, à virtualização e da compreensão do macro

encontramos produção. Mas e a aplicação desses conceitos? Para ilustrar e expressar melhor o que estou dizendo, destaco o estudo desenvolvido por Chew e Eysenbach (2010) durante a Pandemia do H1N1, que tratou da análise de conteúdo das postagens no Twitter dos termos “H1N1” e “swine flu” entre 01 de maio de 2009 e 31 de dezembro de 2009. Por que evoco este artigo? Para destacar a infinidade de recursos, técnicas e ferramentas disponíveis para os estudos nas redes sociais, além da construção de novos métodos de pesquisas necessários para o estudo das redes sociais e da internet. Inclusive o artigo realiza a análise de conteúdo nos emoticons e nas internet slangs. Discutirei esses dois objetos no capítulo que trata da categoria Linguagem (ver. 6.5)

Apono, ainda, que o artigo trabalha tanto qualitativamente quanto quantitativamente, sendo que a análise de conteúdo possibilita e permite à adoção de ambas as leituras, cabendo aos pesquisadores dentro dos objetivos do estudo decidir por uma, outra ou por ambas (métodos mistos – “mixed methods”). Antes de atentar para os pontos que emergiram dessa categoria nas reportagens, entendo ser pertinente e que já perpasssei quando abordei a questão da hiperespecialização dos pesquisadores discorrer sobre esse ponto, a questão dos métodos nesse novo universo.

O novo cenário decorrente da virtualização exige o desenvolvimento de novos métodos de pesquisa, a inovação é condição vital da ciência. Há uma resistência significativa de algumas áreas de pesquisa sobre a adoção de um ou outro método (qualitativo ou quantitativo), ambos os lados destacando evidências de predominância de um sobre o outro. Ora, o que dizer então da adoção de métodos mistos? Apesar da tese ancorar-se sobre o método qualitativo, seria factível transformá-la em quantitativa, basta a aplicação a

mudança do foco, e por exemplo, poderia aplicar o teste de *chi-square* para verificar-se a existência de diferenças significativas entre as categorias para os idiomas, ou ainda, a aplicação de ambas as vertentes, entrando nos métodos mistos, que de acordo com Clark e colaboradores (2010) é a abordagem na pesquisa na qual o pesquisador decide misturar ou combinar tanto o método qualitativo quanto quantitativo. A fundamentação da aplicação dos novos métodos é amplamente exposta nas obras de Hesse-Biber e Leavy (2010a, 2010b), Bickman e Rog (2009), cabe ainda destacar as pesquisas desenvolvidas nos ambientes virtuais seja por meio das redes, por chat, por videoconferência, que alteram a dinâmica entre o pesquisador e os sujeitos da pesquisa (HESSE-BIBER; LEAVY, 2010a; JAMES; BUSHER, 2009; SALMONS, 2012; SALMONS, 2010), além dos trabalhos de Kozinets e Hine sobre a Netnografia.

Reforço à pertinência desse corte no texto pelo “simples” fato da categoria ter a denominação de “Papel das redes sociais”, e que muitos dos métodos centrados sobre a rigidez, em vez do rigor, têm e terão cada vez mais dificuldade de perscrutar esses novos ambientes.

As considerações acerca da categoria “Papel das Redes Sociais” apesar de ter um sentido mais amplo e generalista é simbiótico com o Twitter e suas próprias dinâmicas.

Reassumindo o foco sobre a análise da categoria podemos destacar algumas questões.

As matérias destacam que as RS trouxeram mudanças significativas nos relacionamentos, isto será aprofundado na categoria Inter-relações;

A mobilidade decorrente do uso de celulares e outros aparelhos, já destacado por Garcia Canclini (2009), têm potencializado as RS, principalmente com a expansão desses aparelhos na Ásia e África. Expandindo o sentido da transnacionalidade. O que nos leva a considerar e analisar a construção da identidade nesse fluxo infinito de interações nas mais diversas formas de manifestação; não me concentro sobre a concepção da identidade nacional, a qual segundo Bauman (2004, p. 28) “... consiste antes de mais nada no poder de exclusão. Sua *raison d'être* era traçar, impor e policiar a fronteira entre “nós” e “eles”, e continua “... O “pertencimento” teria perdido o seu brilho e o seu poder de sedução, junto com a sua função integradora/disciplinadora, se não fosse constantemente seletivo nem alimentado e revigorado pela ameaça e prática da exclusão”.

Quando centra o foco sobre a internet e a identidade, Bauman aprofunda a concepção da identidade contemporânea, afirmando que “Em nosso mundo fluido, comprometer-se com uma única identidade para toda a vida, ou até menos do que a vida toda, mas por um longo tempo à frente, é um negócio arriscado” (Bauman, 2004, p. 96). Quando voltamos à atenção na identidade digital encontramos os apontamentos de Doueih (2010, p. 27, tradução minha) que destaca:

A identidade digital é fundamentalmente polifônica: permite uma multiplicidade e uma diversidade que seguirão sendo um desafio e resistirão sempre a um controle absolutista, pese os esforços por normatizá-la. A dimensão polifônica da identidade digital é *potencialmente* capaz de implantar diversas especificidades culturais dentro da cultura digital e, por tanto, talvez, de relativizar e atenuar, na medida do possível, uma tendência universalista.

Entendo que mesmo que não seja consciente, e não vislumbro que haja noção efetiva do conceito nos participantes das redes sociais, não é exatamente essa multiplicidade de possibilidade, de maneiras de ser e a

ruptura das fronteiras do Estado que torna as RS tão atraentes e que inquietam sobremaneira os indivíduos?

Avanço evocando Marc Augé (2008) e o conceito do não-lugar, logo na introdução ele destaca que “o mundo global pressupõe, pelo menos idealmente, o desaparecimento das fronteiras e conflitos (p.XI, tradução minha). Acrescenta ainda que, “o desaparecimento das fronteiras é trazido para a evidência pela tecnologia audiovisual e o gerenciamento do espaço” (p. XI, tradução minha). O que quero dizer com isso; a internet e as redes sociais são a representação virtual do não-lugar, ela e elas são um espaço, mas não um lugar. A leitura desse fenômeno não se distancia da abordagem do Bauman quanto à movimentação identitária. Para Augé, “se o lugar pode ser definido com relacional, histórico e preocupado com a identidade, o espaço não pode ser definido como relacional, ou histórico, ou preocupado com a identidade, portanto, será um não-lugar” (AUGÉ, 2008, p. 62, tradução minha).

As RS extrapolam o domínio da mídia clássica, principalmente a televisão; conseqüentemente modificam as relações e necessidades do negócio esportivo, afetando a relação com imagem do atleta e as marcas; (ver categoria sobre Imagem e Marca). Além disso, possibilita a divulgação de modalidades menos conhecidas e que não possuem espaço na televisão;

Alteram a autonomia dos atletas, intensificando as relações com os fãs, patrocinadores e simpatizantes. Permitindo que eles exponham suas opiniões a qualquer momento, sem, preliminarmente, uma censura ou orientação sobre suas atitudes. Enfaticamente não passará impune ou será ignorado esse novo espaço pelas autoridades esportivas. (ver categoria Restrição; Punições e Responsabilização);

As RS provocaram uma alteração de papéis, elas exigem um novo posicionamento de uma personagem que fica ou ficava entre o atleta e a mídia, que é o jornalista. O atleta e/ou equipe não precisa de forma tão intensa quanto antes da atuação dessa personagem, a partir do momento que o atleta é primário na geração da informação. O que desperta, no meu entender, a necessidade de uma mudança nas dinâmicas entre estas personagens, que segundo Reed (2011) ainda não é consensual a forma de atuação do jornalista nesse novo cenário.

O último ponto resultante das reportagens nessa categoria é a velocidade com que a informação atinge os fãs, patrocinadores, dirigentes, etc.

Diante do exposto fica evidente que a imaturidade do sistema em decorrência de ser um fenômeno recente, torna-o movediço. As interferências, permutações e a multilateralidade nas relações tornam as dinâmicas instáveis, multifocais, polifônicas e de difícil controle ou, inclusive, de difícil acompanhamento. A não ser que passe 24 horas diante da minha conta em uma RS, não conseguirei acompanhar todas as postagens feitas na minha própria rede, quiça acompanhar a conta de outras pessoas. Para fechar essa categoria e permitir a visualização do exposto nesse parágrafo e dar uma dimensão da velocidade, intensidade e interação existente nas RS e o esporte, destaco que o recorde de mensagens no Twitter até a conclusão dessa tese, é de um evento esportivo, a final dos 200 metros livres vencida por Usain Bolt durante a Olimpíada de Londres atingiu 80.000 mensagens por minuto (IDGNOW, 09/08/2012).

6.2. INTER-RELAÇÕES

A categoria trata das inter-relações e interações proporcionadas pelo Twitter entre os diversos participantes do cenário esportivo, eminentemente os atletas. Entendo que nessa categoria reside o fator de maior sedução do Twitter ou de outras RS. A dinâmica proposta permite a sensação de aproximação entre as personagens. Ela colige, ainda, duas das fundamentações feitas na categoria anterior: não-lugar e a identidade.

A primeira leitura que faço aponta que a aproximação realizada não é física e, portanto, de lugar, e sim, uma aproximação de espaço sem fronteiras, o que desloca-nos para a noção de não-lugar e uma aproximação identitária e de pertença.

Os fãs, admiradores, simpatizantes e demais pessoas que se interessem têm acesso a praticamente tudo da vida da estrela esportiva, inclusive de fazerem parte das conquistas e das vitórias, pois elas são a “minha” vitória também. Não me permito ignorar que nessa categoria também reside as maiores turbulências. De fato, é a partir dessa categoria que resultam o surgimento das categorias conseguintes.

Como forma de apresentação e seguindo a orientação de Elo e Kyngäs (2007) quanto à exposição de uma matriz de categorização, de fluxo hierárquico e relacional na análise de conteúdo, a qual eles denominam: processo de abstração. Sintetizo na Figura 3, as relações e dinâmicas surgidas da análise de conteúdo entre as categorias.

Saliento que as peculiaridades de cada categoria serão analisadas nos capítulos seguintes. Essa exposição visual também permite vislumbrar as consequências das mensagens postadas. Apesar da elaboração do fluxo dar a

sensação de controle e de que o ambiente é conhecido, e de certa forma o é, afirmo que é uma ilusão acreditar que a teia de conexões decorrentes dos seguidos e seguidores, sejam eles primários, secundários, terciários ou de qualquer nível de aproximação existentes entre as partes, esteja sob controle daquele que emite a mensagem. Se fosse fato, bastaria apagar a mensagem, mas a evidência está exatamente em saber que essa mensagem, provavelmente em milissegundos percorreu a teia de conexões do Twitter, inclusive; ela já pode ter rompido as fronteiras da rede, a qual pertence e, em razão dos meus seguidores, ter desembarcado em “outros mundos virtuais”, em resumo, a mensagem já não me pertence mais.

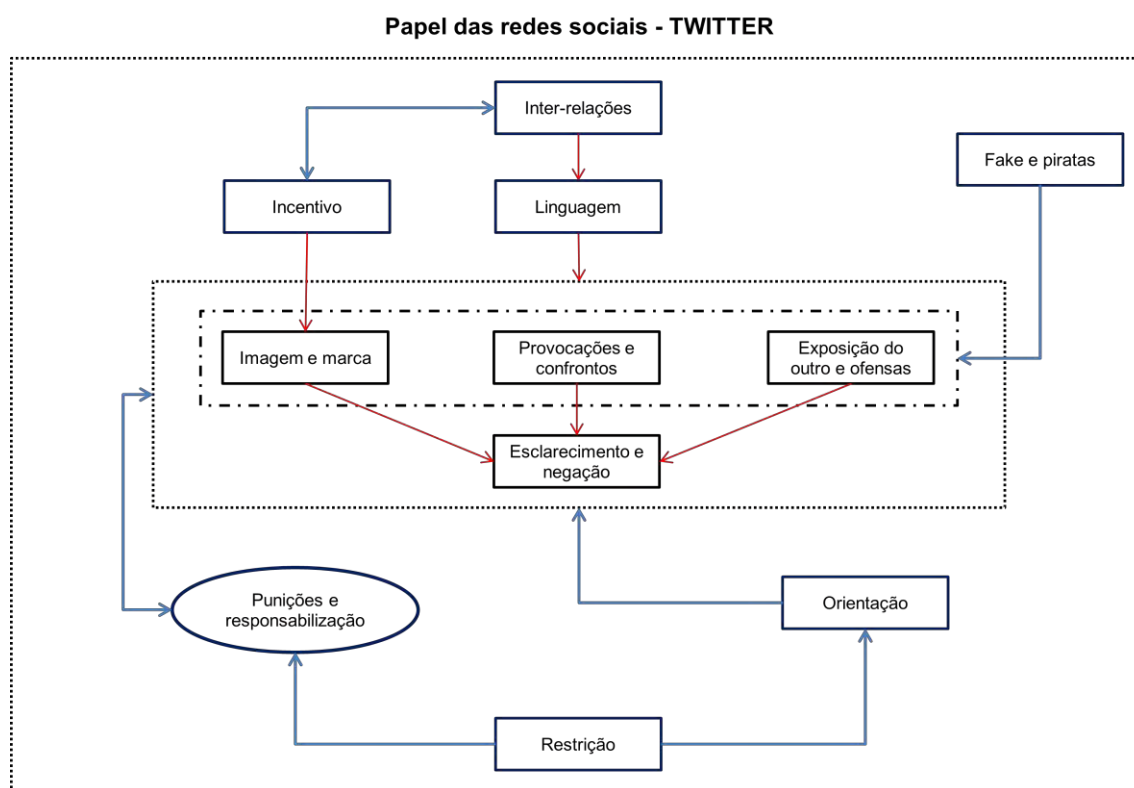


Figura 3. Fluxo hierárquico e relacional das categorias

Desta forma, uma mensagem inadequada pode se tornar uma catástrofe.

É possível afirmar que dessa categoria advém um dos primeiros pontos de vulnerabilidade para o atleta ou outras figuras do contexto esportivo.

Essa categoria emerge nas reportagens nos 4 idiomas. Novamente as reportagens em inglês são protagonistas, principalmente as originárias dos Estados Unidos. Efetivamente os textos em inglês carregam *per si* a cultura esportiva, além do que não podemos deixar fugir do nosso horizonte que, os Estados Unidos são detentores de aproximadamente 25% de todas as contas no Twitter e é o país sede das grandes redes sociais, portanto, a cultura da internet e do esporte têm profunda posição nas características socioculturais na sociedade americana contemporânea.

Nas reportagens em espanhol há destaque para as ações que alguns clubes têm feito para a aproximação do torcedor e dos simpatizantes, utilizando a atratividade de seus jogadores como meio de aproximação, isto é, há simpatizantes e fãs que são dos atletas e não do clube, assim o clube tem realizado campanhas nas redes para aumentar sua base de torcedores. Essa relação será aprofundada na categoria Imagem e Marca.

Outro ponto, aventado em duas reportagens em francês é que os clubes franceses ainda não utilizam adequadamente e intensamente o potencial das redes sociais. Novamente, os textos em português apenas citam os fatos sem adentrar e adensar as análises sobre tal fenômeno.

Ainda podemos destacar alguns pontos resgatados das reportagens:

- a) O Twitter e as RS permitem que os fãs possam conhecer as paixões, as reações, gostos dos atletas e suas histórias; e a constatação consequente dessa relação é que os fãs demandam cada vez mais informações, sejam elas sobre os treinamentos, resultados, frustrações, banalidades e vida mundana dos ídolos;

- b) Essa inter-relação desemboca na cobrança direta dos fãs, torcedores e simpatizantes sobre o desempenho, atitude e decisões que o atleta toma ou tome; Um dos exemplos citados em uma reportagem foram as cobranças quanto à contratação de um membro de uma equipe de ciclismo que já esteve envolvido em casos de doping, sendo que os fãs cobraram a equipe pelo Twitter, levantando uma série de questionamentos sobre a contratação do profissional. Em outros tempos isso só seria possível com manifestações *in loco*.
- c) Os itens a e b, de certa forma forçaram os atletas a compartilharem mensagens antes, durante e depois das competições; Exemplos: durante o *draft* (recrutamento) da WNBA, as atletas compartilhavam reações e emoções durante a seleção;
- d) A constatação destas inter-relações fez com que as grandes ligas americanas NFL (*National Football League*), NBA (*National Basketball Association*), MLB (*Major League Baseball*), NHL (*National Hockey League*), WNBA (*Women National Basketball Association*), WPS (*Women Professional Soccer*), NASCAR (Automobilismo) e diversas outras Federações, Associações, Ligas e Confederações passassem a disponibilizar resultados, programação e destaques por meio de suas contas no Twitter;
- e) As RS e o Twitter tornaram-se também forma de auxílio para os atletas. Alguns deles citam as reportagens, solicitam auxílio aos seus seguidores quando estão em outras cidades, quanto à restaurantes e outras necessidades;

- f) Numa das reportagens o técnico mostra-se surpreso com o fato de seus atletas trocarem mensagens, sendo que eles estavam no mesmo ônibus.

É a partir dos laços e das relações estabelecidas nessa categoria é que emanam e se desenvolvem as demais categorias.

6.3. PROVOCAÇÕES E CONFRONTOS

Essencialmente trata dos embates entre personagens do cenário esportivo através do Twitter e das redes sociais. Interessante apontar que não há uma menção a esta categoria nas reportagens em espanhol.

Os atores aqui são diversos. Há provocações e confrontos entre atletas; atletas e familiares; atletas e empresários; atletas e torcedores; atletas e imprensa; atletas e dirigentes; entre jornalistas; Órgãos esportivos e patrocinadores e; atletas e órgãos esportivos. Não há dúvida que o atleta é protagonista. Resumidamente, basta estar conectado para ser exposto às provocações e confrontos.

Estas podem ser desde “tiradas de sarro”, gozações e banalidades até questões mais graves que desencadearam nas categorias de Esclarecimentos e Negação e em Punições e Responsabilização. No estudo de Rebutini, Zanetti, Moiola, Schiavon e Machado (2011) é a categoria com o maior número de reportagens.

Como exemplo da repercussão, no Brasil, uma pesquisa sobre o tamanho das torcidas de futebol, apontou um empate entre a torcida do Flamengo e do Corinthians. Assim, que a pesquisa foi divulgada, os torcedores, principalmente, do Corinthians utilizaram o Twitter para provocar a torcida do Flamengo (UOL, 05/10/2011). Mas estas provocações também extrapolam o ciberespaço trazendo consigo o confronto físico e a violência.

Essa dinâmica de provocações e confrontos fez com que surgissem os “ciberarruaceiros”, que provocaram o monitoramento de suas contas pela polícia e pelas autoridades que acompanham, principalmente, no futebol na tentativa de identificar os responsáveis e antecipar as ações. Ivoskus (2010)

contribui dizendo que por tudo que se conhece das redes, ela é um “caldo com componentes explosivo”, e segue, uma simples tirada de humor em um fórum de futebol pode terminar em um duelo verbal (e até físico) de consequências.

É fundamental entender que não precisamos mais estar diante de um computador para termos acesso ao Twitter ou as demais redes sociais, basta portar um celular ou outro dispositivo móvel, o que torna o processo muito mais rápido e intenso; simultaneamente, é possível, que todos os membros de um grupo recebam a mesma mensagem com apenas uma ordem. Há um ponto de auxílio às autoridades, mesmo que utilizam “nickname⁸”, é possível difícil identificar com os recursos atuais quem é o usuário de cada “nickname”. Esse apontamento tem relevo na reportagem que trata do ciclismo em que os torcedores começaram a questionar os atletas sobre a questão do doping, gerou como reação de um dos atletas de que era fácil se esconder atrás de um pseudônimo.

Um caso extremo citado em uma reportagem em inglês foi do atleta que encerrou sua conta no twitter após receber diversas ameaças, inclusive de morte, após optar jogar pela a Irlanda, em vez de pela Irlanda do Norte. Nesse caso, estamos diante claramente de um confronto político-cultural.

Interessante que os textos em português citam e tratam com mais intensidade destas questões, contudo não com o devido aprofundamento, aludem os confrontos e as provocações entre os diversos atores e a repercussão das postagens, mas não analisam e refletem de forma pujante.

Essa é uma categoria que pode desencadear a vulnerabilidade tanto pelas provocações e ações no mundo digital, como por extrapolar o risco, a

⁸ Em tradução literal – “apelido”, nome adotado nas redes sociais pelos usuários, necessariamente não precisa ser o nome real do participante,

exposição e o potencial dano para além do mundo virtual. Além disso, a categoria pode ter relação com a categoria Exposição do Outro e Ofensas (ver 6.4) que será analisada a seguir e com a categoria Negação e Esclarecimento (ver. 6.9).

6.4. EXPOSIÇÃO DO OUTRO E OFENSAS

Essa categoria, talvez, seja uma das categorias com conteúdo mais perigoso, juntamente com a categoria *Fake e Piratas* (ver. 6.6), são as reportagens que repercutem sobre mensagens feitas no intuito da exposição de outra pessoa, muitas vezes recheada por ofensas ou situações constrangedoras, expondo os atletas a situações íntimas - nus em vestiários -, quase sempre de autoria anônima, por meio de contas piratas ou “*fakes*”. Mas não foi o caso do atleta inglês que teve a foto de seu pênis postada por companheiros de equipe.

Apesar de não ser o cerne da questão é essa categoria que tem servido de suporte para as ações de restrição do uso em eventos mundiais esportivos ou nas ligas profissionais americanas. Contudo, não parece ser efetivamente essa categoria responsável pelo movimento das Entidades Esportivas em restringir o uso das RS nas competições. Parece-me mais plausível ser em decorrência das questões econômicas ligadas a categoria Imagem e Marca (ver 6.8) e que serão discutidas a posterior.

A categoria é representada por fatos recentes marcantes: um deles foi uma atleta grega e um suíço que foram cortados das respectivas delegações às vésperas da Olimpíada por terem feito declarações consideradas racistas em suas contas.

Outro fato explorado, em reportagem em português, foi o caso da judoca brasileira que discutiu pelo Twitter, o que resultou na troca de ofensas, mas o agravante foi que um internauta fez ofensas racistas. O que desencadeou uma nota de repúdio do Comitê Olímpico Brasileiro e o acionamento da Polícia Federal para que investigasse o caso.

A representação de que as fronteiras foram rompidas com o advento das redes sociais pôde ser visto pela confusão criada pela Vice-Secretária Geral do Partido Socialista Espanhol durante a Euro 2012. Ela postou uma mensagem perguntando aos seguidos em tom jocoso se eles já “tinham visto um sujeito mais feio que Ribery? A mensagem por si provocaria reações, o que ela não sabia é que há alguns anos, o atleta sofreu um acidente de carro que, praticamente retalhou seu rosto; e que ele se negou a realizar cirurgias plástica e, portanto, expõe as cicatrizes do acidente.

Diante da repercussão extremamente negativa e de ter sido informada por seguidores do Twitter do acidente pelo qual passou o atleta, justificou-se dizendo a priori que era apenas uma piada. Mas a intensidade das reações não cessou e mais tarde teve de postar uma nova mensagem pedindo desculpas pelo comentário estúpido. Esse fato desencadeia no desenvolvimento de outra categoria que discutiremos no desenvolvimento do trabalho - “Esclarecimentos e Negação” (ver 6.9).

O fato é que aquilo que talvez não passasse de uma piada, mesmo de mau gosto, tornou-se um problema em um ambiente sem fronteiras. Efetivamente esse é um ponto de vulnerabilidade, não há acuidade da repercussão do que posto, o que de início nada mais é do que uma brincadeira pode se tornar um problema, inclusive, jurídico.

Há outras formas de expressão dessas ações na sociedade contemporânea são os denominados cyberbullying⁹ e os casos de *Porn Revenge*¹⁰. Principalmente, no Brasil, que tem nas “marias-chuteiras” um

⁹ Denominação para as ações de bullying em ambiente virtual

¹⁰ Caso em que fotos, vídeos ou outras formas de mídia são disponibilizados nas redes sociais por um dos participantes ou por terceiros para denegri a imagem do outro, muitas vezes como forma de vingança.

personagem a parte no cenário futebolístico, mas não exclusivo dessa modalidade. Algumas delas têm vídeos com cenas íntimas com atletas (R7, 25/09/2012), bastando a ela postar um *link* na sua conta do Twitter para abalar a vida de algumas personalidades esportivas. Uma breve busca na internet e encontramos milhares de citações dessa natureza.

Não há como entender de forma diversa de que isso não propala a vulnerabilidade. Os atletas milionários estão à mercê dessa exposição, contudo, é importante destacar que foram eles próprios que se expuseram a situação, já que muitos dos vídeos foram feitos pela webcam dos próprios atletas.

No caso supracitado, a moça diz que não há interesse em divulgar os vídeos, será? Pois qual é a motivação para guardar tantos vídeos? Inclusive, segundo ela, os vídeos são armazenados em um HD externo como forma de evitar o vazamento. Ela diz na reportagem que é apenas para se promover. Isso significa que o atleta terá durante a carreira e mesmo depois dela “contas a acertar”? Como fica a exposição perante a sociedade e sua família?

Busca-se claramente os holofotes e a fama. Sobre este fato recai o apontamento de Rowlands (2008) de que tradicionalmente a fama era relacionada ao respeito e aos méritos, hoje tal conexão está quebrada, complementa dizendo que hoje, porém, a fama é também atribuída a pessoas sem talentos, o que não motivaria o respeito alheio em épocas passadas.

Para colaborar com esse ponto Bauman (2008, p. 9) destaca que:

Seria um grave erro, contudo, supor que o impulso que leva à exibição pública do “eu interior” e a disposição de satisfazer esse impulso seja manifestações de um vício/anseio singular, puramente geracional e relacionado aos adolescentes, por natureza ávidos, como tendem a ser, para colocar na “rede” [...] e lá permanecer, embora sem muita certeza quanto à melhor maneira de atingir tal objetivo. O novo pendor pela confissão pública não pode ser explicado por fatores “específicos da idade” – não só por ele.

Diante do exposto, é factível afirmar que essa dimensão esteja intimamente relacionada com a vulnerabilidade decorrente da exposição nas redes sociais e no Twitter.

Passo a analisar uma categoria que tem um significado impar nas internet e nas redes sociais, que é a Linguagem.

6.5. LINGUAGEM

É de fácil percepção que a linguagem na internet tem suas peculiaridades. Há uma concepção própria na escrita seja pela abreviação, pela combinação de palavras, pela criação de onomatopeias, pelos acrônimos, por ortografias particulares, como exemplo: achar por *axar*, é por *eh*. Muitas dessas características são decorrentes de grupos que passam a se comunicar dessa forma e vão criando adaptações, bem como, da transferência do espaço do SMS, origem do conceito do Twitter. O que fez com que as pessoas criassem soluções e abreviassem as palavras para encaixá-las no espaço permitido, tornando para aqueles que não são iniciados e familiarizados nessa nova forma de comunicação, incompreensível as conversas.

Em apenas uma reportagem - em inglês -, isso é mencionado, como se não tivesse nenhum relevo, e tem. Trata-se de alterações culturais, a não ser que retiremos a linguagem como componente preponderante na formação de uma cultura.

Quando Landow (2009, p. 89) trata do hipertexto aponta que:

o hipertexto se experimenta como um sistema que se pode descentralizar e recentralizar até o infinito, em parte porque transforma qualquer documento que tenha mais de um enlace em um centro passageiro, em um diretório com qual ele pode orientar-se e decidir para onde ir a continuação (tradução minha).

Não vejo dificuldade de transpor esse apontamento do Landow para as comunicações nas redes sociais e nas novas formas de comunicação, evidencia que o deslocamento da mensagem é infinito e sem fronteiras, se assim se quiser, entretanto, também se comporta, desta forma, sem que eu queira, praticamente autonomamente. Nas redes sociais depois do “enter” sei de onde a mensagem parte, mas não sei o destino final, isto se há destino final.

Outro ponto é o desenvolvimento de uma linguagem universal por meio dos *emoticons*¹¹ e das “*internet slang*”¹², por exemplo: LOL – *laughing out load* (tradução livre: rolando de rir), nos ambientes em que não há a utilização de *webcam* utiliza-se esse acrônimo para expressar uma gargalhada. Essa linguagem universal aponta para uma clara convergência da formação de uma cultura digital.

A incorporação dessas manifestações é tão intensa que por vezes elas são transpostas para contextos inadequados, como a acadêmica, entrevistas de emprego ou em situações que a língua formal e culta é exigida.

No caso do Twitter devemos lembrar que a construção dos endereços é precedida pela “@”, além disso, há a utilização dos “#” – *hashtag*. O *hashtag* possibilitou o surgimento dos *Trends Topics*¹³, que são os assuntos mais debatidos. Um ponto interessante é que a utilização dos “#” é originária dos usuários e não foi concebido pelos desenvolvedores do *Twitter*. Isso aponta para a dinâmica criada pelas redes sociais quanto às interações dos participantes.

A compreensão da utilização desses símbolos deve ser considerada nos estudos das RS. No estudo de Chew e Eysenbach (2010), os autores quando aplicaram a análise de conteúdo também categorizaram os *emoticons*, os símbolos e as *internet slangs*. Considerando isso, estamos diante efetivamente de novos desafios nos métodos de pesquisa e na análise dos contextos sociais.

¹¹ Combinação de símbolos e sinais que representam palavras, frases, emoções e sentimentos. Os *emoticons* tornam-se um idioma próprio de compreensão para os que estão familiarizados com as redes e inclusive os participantes são incentivados a adotá-los.

¹² Gírias da internet – são expressões originadas nos ambientes virtuais.

¹³ São os temas mais comentados

A análise dessas novas formas de expressão nas redes sociais está presentes nos estudos de Luor, Wu, Lu e Tao (2010), Huang, Yen e Zhang (2008) e Derks, Bos, Grumbkow (2008).

Parece-me possível afirmar que a área da Educação Física, de forma geral, ainda não se deu conta dessas novas dinâmicas.

Saliento, ainda, a preocupação por essa categoria ter sido praticamente ignorada pela maioria das reportagens.

6.6. FAKE E PIRATAS

Essa é uma categoria das mais relevantes e perigosas, conforme já referido no capítulo 6.4. As contas piratas e/ou *fake* têm trazido danos à imagem dos participantes. Elas têm como objetivo “*trollar*¹⁴” ou conturbar o ambiente digital, postando mensagens ofensivas e instigando confrontos entre os participantes, de preferência em participantes nas quais elas possam repercutir. Mas não está fora do alcance dos piratas a obtenção e supressão de informações dos participantes para o cometimento de crimes cibernéticos e no “mundo físico”, como aponta Glenny (2011).

Segundo Zago (2012), o termo ‘troll’ costuma ser utilizado em blogs e em fóruns de discussão para designar um indivíduo que perturba o bom andamento de uma comunidade virtual através da postagem de mensagens negativas ou fora de contexto. Complementa dizendo que a existência de trolls é inerente a qualquer tipo de ambiente interativo online, sempre que houver um grupo organizado em torno de um tema, haverá alguém com uma postura disruptiva e que não adianta responder uma mensagem ofensiva, pode-se estar dando uma visibilidade desnecessária à fala do *troll*.

Depreendendo que os esportistas e os grandes artistas são os que têm maior número de seguidores no Twitter estamos diante de um sério problema, que pode gerar prejuízos econômicos e de imagem incalculáveis. Cambria e colaboradores (2010) denominam os *Trolls* como um dos “dark side” da Web. Encontramos também a utilização de *spammers*¹⁵ para esses tipos de contas

¹⁴ Trollar – corresponde a enviar mensagens para uma determinada conta para “zuar”, “sacanear”; bagunçar, constranger.

¹⁵ São os responsáveis por disseminar o lixo virtual, comumente encontrado nas caixas de e-mails como spams.

(BODHANI et al., 2012; BENEVENUTO; MAGNO; RODRIGUES; ALMEIDA; 2010).

As contas “fakes” assumem para si uma identidade que não é própria de quem abriu a conta. Um dos exemplos mais famosos é do atleta de basquete Shaquille O’Neil que só abriu uma conta no Twitter depois de descobrir que alguém estava se passando por ele, descrevendo a sua suposta rotina diária e angariando milhares de fãs. Por vezes, o atleta tem de se pronunciar e pedir desculpas por mensagens postadas pelas contas *fake*. É inegável os prejuízos que estas contas podem trazer para a imagem do atleta e dos patrocinadores. Inclusive técnicos já tiveram endereços *fake*, o caso mais emblemático no Brasil, foi do técnico Tite (Corinthians) que por duas vezes já foi alvo de contas dessa natureza.

Essa problemática foi apontada nas reportagens nos 4 idiomas. Esse, portanto é um dos grandes problemas para os participantes das RS, é possível ter a minha “identidade eletrônica” duplicada ou roubada. Essas contas podem ser criadas nos portais que contam com o fornecimento de e-mails gratuitos.

Diante do exposto fica claro que os atletas de alto nível em qualquer das redes sociais que estejam participando estão vulneráveis a estes mecanismos de ação. Quando discuti a categoria “Exposição do Outro e Ofensas” (ver 6.4) apontei a questão da *Porn Revenge* e do *Cyberbullying*. No caso em questão as contas piratas e fakes são uma forma de potencialização da exposição e ofensa. Se refletirmos sobre a moça que guarda os vídeos íntimos de esportistas, e mesmo considerando que estes vídeos estão armazenados em suas páginas nas RS ou mesmo no seu computador, não são grandes as barreiras para que as contas sejam invadidas e esse material disponibilizado.

6.7. INCENTIVO

As redes têm sido utilizadas com afinco pelos atletas. A decisão da utilização, na maioria dos casos, tem sido do próprio atleta. Talvez já antevendo possíveis problemas, não se tem visto o incentivo incisivo dos Organismos Esportivos na adesão às redes sociais. As Entidades têm aderido diante de um movimento de virtualização, que entendo sem volta, mas não parece haver uma grande paixão pelas redes sociais, principalmente pela autonomia proporcionada aos atletas. A leitura das Entidades Esportivas da aproximação do atleta com os fãs tem como pano de fundo para elas a expansão de inserção de patrocinadores e marcas, não entendo que a espontaneidade e compartilhamento do dia a dia sejam o grande propulsor. No caso dos organismos esportivos o foco está no negócio e comércio.

Em apenas um texto, em inglês, é destacado o incentivo dado por um organismo internacional, neste caso a WLS (Women's League Soccer) para que as atletas utilizassem o Twitter, inclusive durante os jogos. Rebustini, Zanetti, Moioli, Schiavon e Machado (2011), em seu artigo, destacam que apenas um organismo esportivo tem incentivado a utilização do Twitter, que é o UFC (Ultimate Fight Championship).

Provavelmente modalidades que não são expoentes midiáticos adotem esse incentivo como forma de ganhar projeção e aumentar a interação com simpatizantes e com o público das redes sociais. É inclusive fundamental para a sobrevivência das modalidades, o maior acesso e exposição possibilitarão a obtenção de apoios de patrocinadores. De modo geral, os atletas são responsáveis pela própria adesão às redes sociais.

De maneira geral, os grandes organismos esportivos internacionais têm criado restrições ao uso das redes sociais. Veremos mais pormenorizado nas categorias Marcas e Imagem (6.8) e Restrição.(6.11).

6.8. IMAGEM E MARCA

O que começou com o compartilhamento de mensagens com amigos e seguidores já se tornou em pouco tempo um negócio. Muitas empresas têm departamentos que tratam exclusivamente do monitoramento e ações nas redes sociais. Transformada em uma poderosa ferramenta de marketing, associando o sucesso dos atletas aos produtos e marcas.

As contas de alguns atletas já passaram a ser intermediárias para a aproximação entre os fãs e os clubes e patrocinadores, bem como são estampadas com os logotipos e ações de seus patrocinadores. Um fato importante é que as personalidades, isto é, os atletas têm em sua maioria, pelos menos os grandes expoentes, mais seguidores do que os próprios clubes.

Essa exposição da imagem e da marca de fato é o grande desencadeador das ações de restrições impostas pelas ligas profissionais americanas, pelo Comitê Olímpico Internacional e outras Associações Esportivas. O negócio é mais importante. No meu entender há pouca dúvida de que houve pressão dos patrocinadores *Masters* dos grandes eventos, todos eles com contratos de exclusividade com os organismos internacionais e os grandes eventos, não querem a associação da marca de um concorrente no evento, mediada por uma grande atleta. Em alguns casos estes patrocinadores pagam bilhões de dólares para ter essa exclusividade e não querem ter seus concorrentes expondo seus produtos através das páginas de alguns atletas por valores muito inferiores ao que eles pagaram. Segundo reportagem da Revista Veja (25/07/2012), os patrocinadores gastaram aproximadamente 1 bilhão de libras apenas nos jogos de Londres. Não podemos esquecer que os

patrocinadores não podem ter suas logomarcas expostas nos locais de eventos e nos uniformes dos atletas e equipes, por isso esse valor é ainda mais impressionante.

Como aponta Bauman (2008, p. 20) estamos em uma sociedade de consumo e nesta sociedade “[...] ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria, e ninguém pode manter segura sua subjetividade sem reanimar, ressuscitar e recarregar de maneira perpétua as capacidades esperadas e exigidas de uma mercadoria vendável”. Nessa ótica, o que são os grandes atletas se não mercadores do corpo e do sucesso, são vitrines ambulantes, são marcas potencializadas pela mídia. E como toda marca tem seu preço.

Tamanha é a importância dessa temática que ela está presente nos 4 idiomas estudados. E destacam exatamente a importância das RS para a “imagem e marca” do atleta; considerando que as RS são uma base que não pode ser ignorada. Apesar de estar disposto nos quatro idiomas, é discutida com maior profundidade nos artigos em francês e inglês. As reportagens em espanhol e português apenas resvalam sobre o tema.

Apontam ainda que há atletas que têm resistência a aderirem, doravante, não tenho dúvida que serão “convencidos” pelos seus clubes e patrocinadores no afã de trazer mais recursos para o clube e para si, em resumo, de trazer mais consumidores. O dinamismo, a fluidez, a instabilidade e a virtualização dos vínculos potencializa a “venda” do atleta, renovando sua imagem sobremaneira. O que remonta ao que Bauman (2008, p 75) aponta como “vendabilidade”, segundo ele é “obter qualidades para as quais já existe

uma demanda de mercado, ou reciclar as que já se possui, transformando-as em mercadorias para as quais a demanda pode continuar sendo criada”.

Em seu livro “o que o dinheiro não compra”, Sandel (2012, p. 9) discorre que “há coisas que o dinheiro não compra, mas atualmente, não muitas. Hoje, quase tudo está à venda”, e cita alguns exemplos: upgrade na cela carcerária, acesso às pistas de transporte solidário, barriga de aluguel indiana, direito de ser imigrante nos Estados Unidos, direito de abater um rinoceronte negro ameaçado de extinção, o celular do seu médico, o direito de lançar uma tonelada métrica de gás carbônico na atmosfera e matricular seu filho numa universidade de prestígio. De outra forma se você não tem dinheiro para comprar essas benesses, você pode conseguir algum dinheiro. Segundo o autor há algumas formas: alugar espaço na testa (ou em outra parte do corpo) para publicidade comercial, servir de cobaia humana em testes de laboratórios farmacêuticos para novas medicações, combater na Somália ou no Afeganistão num contingente militar privado, ler um livro, no caso de um aluno do 2º ano do ensino fundamental numa escola de Dallas com baixo desempenho, perder seis quilos em quatro meses, no caso de um obeso e comprar a apólice de seguro de uma pessoa idosa ou doente, pagar os prêmios anuais enquanto ela está viva e receber a indenização quando morrer: potencialmente, milhões de dólares (dependendo da apólice). Por que trago esses apontamentos de Sandel? Porque é possível dizer que a ausência de limites do espaço virtual, que também estão ausentes, em diversos casos, no mercado, afrouxa a atenção aos princípios morais.

Esses apontamentos repercutem em outra personagem importante nas Redes Sociais e encontra uma seara profícua no Twitter, que são as celebridades. De acordo com Primo (2009):

As celebridades são um fenômeno típico da indústria cultural, vinculado à força difusionista e aos interesses mercadológicos da mídia de massa. [...] a celebridade é, ao fim e ao cabo, uma mercadoria, fruto de um projeto bem planejado com objetivos e metas a serem alcançados. A celebridade não pode ser pensada apenas como uma pessoa famosa. Trata-se de um complexo construído por uma quantidade de profissionais e equipes. A celebridade vincula-se a outras indústrias e produtos culturais, dos quais depende para manter seu sucesso. Hoje não é possível avaliar o valor de uma celebridade sem sua inter-relação, por exemplo, com a indústria da moda e com periódicos especializados em fofocas. O status de celebridade, portanto, não é uma construção individual, simples consequência do talento próprio.

Será que esta não é uma forma de tratar indignamente o atleta? Apenas como objeto de exposição, do qual se espera receita e mais receita. No momento pode parecer que não, mas já apontei os problemas severos que os atletas passam durante a transição de carreira. Entendo que dentro de uma expectativa de carreira tão exígua, o atleta, o clube, os técnicos e patrocinadores tentem arrecadar ao máximo a cada instante.

Como reflexão trago os apontamentos de Berger e Zijderveld (2012) quando tratam da questão do *background* e do *foreground* formulados inicialmente por Gehlen no século XX. Em síntese o *foreground* (primeiro plano) é a área da vida em que as escolhas são permitidas e o *background* (plano de fundo) aquela em que as escolhas são inviabilizadas. Assim, o comportamento de *background* pode ocorrer automaticamente, sem muita reflexão, pois já está institucionalizado; o *foreground* requer reflexão – deve-se ir a este ou aquele lado? Os autores destacam que o equilíbrio entre o *background* e o *foreground* foi bastante afetado pela modernização. Por que trouxe isso à baila? Respondo com uma pergunta simples: qual é o grau de

reflexão do atleta? O “depois vemos” compromete o equilíbrio entre o que somos e o porvir. Pois, a sociedade contemporânea está alicerçada, esgarçando a acepção da palavra, no desenraizamento do indivíduo numa sociedade em rede. Basta retomarmos os apontamentos de Bauman (2004, 2007) e de Garcia Canclini (2009) quanto à configuração da sociedade contemporânea.

Esse atleta “produto” vai se transformar um dia; esse corpo não será capaz de fazer o que faz atualmente, o amadurecimento e envelhecimento proporcionará outras habilidades, mas não para atuar da forma como atua hoje. Portanto, quem será esse atleta no futuro? E esse futuro é próximo se considerarmos uma carreira de alto nível projetada entre 10 e 15 anos, isso no ponto de vista de longevidade do ser humano passa a ser um percentual pequeno da vida ativa.

Retomando Berger e Zijderveld (2012, p. 15) para fechar esse tópico, eles destacam que “*a modernidade aumenta em muito o foreground e reduz o background. Em outras palavras, a modernidade tende a desinstitucionalizar*”.

6.9. ESCLARECIMENTO E NEGAÇÃO

As mensagens com conteúdo ofensivo, inadequado ou que por qualquer forma é má interpretada e traz dano à imagem do atleta ou daquele que foi atingido. Essa categoria é resultante das Inter-relações, dos Fakes ou Piratas, dos Confrontos e Provocações, da Exposição do Outro e Ofensas. Tem origem nas mensagens postadas pelos atletas, dirigentes, técnicos, torcedores, dirigentes e outros que transitam no cenário esportivo.

De maneira geral, os atletas não conseguem avaliar as consequências das mensagens postadas em suas páginas e, por vezes, acabam tendo que utilizar entrevistas coletivas ou novas mensagens para negar o significado da postagem anterior ou de um mal entendido gerado por ela, ou para negar que a mensagem partiu de sua autoria – responsabilizando a ação de algum *hacker* -, dizendo que a conta foi invadida ou que outra pessoa escreveu a mensagem.

Já citei o caso da Vice-secretária na Espanha que emitiu um pedido de desculpas em sua conta no Twitter. Essas ações têm sido recorrentes no mundo esportivo. Em alguns casos pelo atleta e outras personagens não conseguem avaliar o alcance da sua mensagem ou, até mesmo, intencionalmente com o objetivo de provocar um adversário, elas extrapolam o aceitável.

Um caso emblemático ocorreu em 2011 com a nadadora Stephanie Rice, ganhadora de três ouros Olímpicos em Pequim (2008), que após uma declaração racista em uma competição na África do Sul, teve de convocar a imprensa para um pedido de desculpas. Isto não evitou a perda de um de seus patrocinadores, no caso dela, a Jaguar.

Interessante notar que essa categoria só surgiu em artigos em francês e português. Talvez esse fato recaia pela utilização de “apenas” 5 reportagens. Quanto às reportagens em língua inglesa, que em sua maioria tinham origem nos Estados Unidos pode-se aventar que há uma forte preparação dos atletas desde o *College* no sentido de ensiná-los a lidar com a mídia.

Entendo que é uma categoria com potencial de adensamento.

6.10. PUNIÇÕES E RESPONSABILIZAÇÃO

Por si só é uma categoria que evoca a vulnerabilidade. É constituída pelas menções de punições e responsabilizações aplicadas após a postagem de mensagens no Twitter. Não há menção nos artigos em francês sobre essa categoria, isso pode ser explicado pelo fato, de como foi exposto na categoria Imagem e marca, de que os franceses não utilizem as RS de forma intensa e desta forma não há uma consolidação das condutas.

Os primeiros casos conhecidos de punições e responsabilização estavam no campo da reprimenda. A partir de 2009, inicia-se por parte de alguns clubes e entidades esportivos um maior monitoramento dos atletas e filiados, no intuito de mitigar possíveis danos à imagem e aos negócios decorrentes de mensagens nas redes sociais.

Em 2009, a NBA (National Basketball Association) implementou um código de uso das novas mídias, que também é composto por sanções, na forma de multas e suspensões, que podem ser impostas aos filiados em casos de inadequação como: comentários ofensivos e comentários sobre a arbitragem.

Alguns casos foram emblemáticos e são citados nos artigos, o mais recente e marcante foi o desligamento a atleta grega Voula Papachristou nas vésperas da Olimpíada de Londres (2012) por ter postado uma mensagem com comentários racistas, no caso dela, não foi possível nem pedir desculpas. Para alguns foi uma reação excessiva do comitê. Para mim, fica o fato de que anos de treinamento foram perdidos em razão de 140 caracteres. Isto não é vulnerabilidade? Durante a Olimpíada o atleta suíço Michel Morganella (futebol) também foi desligado da delegação por comentários racistas.

Um atleta espanhol que atua na NBA foi suspenso por postar mensagem em sua conta do Twitter compartilhando a fala do seu treinador no vestiário. Àqueles habituados com o contexto esportivo sabem que o vestiário é um lugar sagrado.

É grande a probabilidade que daqui para frente tenhamos uma intensificação das ações contidas nessa categoria. E que os atletas sofram sanções das mais diversas formas; decorrente da maior exposição, de um maior monitoramento e do limite imposto pelas equipes e Organismos Esportivo (ver categoria Orientação 6.12).

6.11. RESTRIÇÃO

Pauta-se pelas matérias que repercutem, essencialmente, sobre as Organizações Esportivas que têm tentado restringir o uso do *Twitter* no ambiente esportivo, principalmente, o Comitê Olímpico Internacional, seguido pelas Federações Internacionais que aplicaram essas restrições durante as Olimpíadas de Londres em 2012. A tentativa de restrição já foi imposta para a Seleção Brasileira de futebol durante a Copa América de 2011 (FOLHA DE SÃO PAULO, 21/06/2011).

As restrições são sustentadas pelos organismos tendo como fundamentação a necessidade de proteger os atletas de possíveis repercussões negativas das mensagens, o que poderia interferir na concentração dos atletas; adiciona-se o cuidado para que os atletas e as pessoas envolvidas nos eventos não divulgassem informações consideradas de sigilo, sobre a segurança dos jogos e para impedir que ocorressem provocações entre os atletas durante os jogos causando constrangimentos. Mas, o ponto chave foi tentar impedir o uso de mensagens de cunho comercial, isto é, *Twitter* de atletas que têm patrocinadores próprios que não são os patrocinadores do Comitê Olímpico Internacional ou das Federações e Confederações esportivas.

Devemos lembrar que o amadorismo está extinto há tempos no esporte de alto nível. Os patrocinadores investem milhões e, em alguns casos, bilhões em eventos, em sua maioria em cotas exclusivas, os chamados patrocínios *Master*; e nos atletas – alguns deles com contratos vitalícios, visando à associação de seus produtos à vitória e as conquistas. É fato que uma

empresa que compra o “Naming Rights¹⁶” de um estádio ou ginásio não tem interesse de ver os concorrentes divulgarem as marcar em seus “territórios”.

As reportagens estudadas apontaram uma intensificação dessa categoria, principalmente a partir dos Jogos Olímpicos de Londres (2012). O fato se deve a uma alteração feita pelo COI na regra 40, que impediu que os atletas fizessem promoções de seus patrocinadores, inclusive nas redes sociais durante os Jogos Olímpicos, resultando em uma série de protestos de atletas, uma das mais veementes foi da americana Sanya Richards-Ross que confrontou a atitude do COI dizendo que a ação tinha apenas cunho econômico e não visava efetivamente à proteção dos atletas. A restrição também foi aplicada aos técnicos e funcionários das delegações.

O atleta americano Leo Manzano tentou postar uma foto no Twitter ao lado do seu tênis. O calçado tinha marca diferente do patrocinador oficial dos jogos, ele foi proibido. Mas não apenas o COI aplicou ações de restrição. A Federação Internacional de Rugby já havia aplicado restrições durante a Copa do Mundo.

Durante a Euro 2012, o técnico Frances Laurent Blanc fez recomendações sobre a utilização das redes para seus jogadores, pedindo que evitassem declarações sobre a organização, arbitragem e o ambiente de suas equipes, que a regra era simples: não correr qualquer risco de deslizos, insultos e polêmicas. Além da seleção Francesa, as equipes da Dinamarca, Itália, Alemanha e Espanha restringiram as ações de seus jogadores pelo Twitter. Em um caso a pressão dos patrocinadores falou mais alto, a

¹⁶ Termo utilizado para o direito sobre a propriedade do nome. Comum entre empresas que compram ou alugam o nome de algum estabelecimento de espetáculos culturais e/ou esportivos trocando-o para o nome da própria empresa ou de algum produto relacionado ao mesmo.

Federação Espanhola voltou atrás na decisão após pressão de seus patrocinadores. Depararemos-nos cada vez mais com esses confrontos.

A NCAA (*National Collegiate Athletic Association* – Entidade que cuida do esporte universitário nos Estados Unidos) proibiu os técnicos de postarem mensagens sobre atletas, inclusive, de dizerem que se dirigiam para um jogo específico, Isto porque alguns deles estavam utilizando as RS e, especificamente, o Twitter para se aproximar de familiares de jovens atletas que estavam participando dos recrutamentos universitários.

Algumas equipes da NBA e NFL já impõem restrições aos atletas. Inclusive, o canal ESPN dedicado ao esporte, fez diversas recomendações aos seus jornalistas. Entendo que as recomendações na forma posta são pequenas restrições de manifestação.

Um dos fundamentos que ancoram a Internet é a liberdade de manifestação e de “deslocamento” no espaço virtual. A censura e/ou restrição das mensagens dos atores do cenário esportivo são uma afronta clara a essa premissa. Portanto, se as possibilidades de punição e responsabilização e de esclarecimentos antes decorriam da avaliação do atleta ou do staff, passam a estar a partir dessas ações restritivas dependentes da interpretação de seus clubes e entidades esportivas. O que tende a levar a uma intensificação dos confrontos entre atletas e gestores. Pois não afeta apenas a liberdade de expressão, mas antes de tudo é potencializado porque afeta as questões econômicas.

De que lado o atleta vai se postar quando o seu patrocinador que o sustenta ao longo da carreira, do ciclo olímpico e que espera o retorno de

mídia, as suas apresentações nos eventos internacionais é impedido de aparecer ou mostrar sua marca, mesmo que nas páginas pessoais do atleta?

Essa categoria não foi exposta nas matérias em Espanhol, sendo que a imposição do COI foi amplamente explorada nos outros idiomas.

A tendência é que os embates se intensifiquem e ocorra o surgimento de formas para burlar estas restrições serão encontradas nesse universo sem fronteiras. Bem como é viável a inserção nos contratos de cláusulas que “orientem” esta questão.

6.12. ORIENTAÇÃO

Presente nos quatro idiomas, no meu entender essa categoria é a síntese da existência da vulnerabilidade. Pelo fato de que há uma série de orientações sendo feitas, principalmente, para os atletas e técnicos visando estabelecer parâmetros do que é “aceitável”. Ora, se há orientações é porque há risco e considerando que o conceito da vulnerabilidade comporta em sua base três premissas: a exposição, o risco e o dano.

Para ilustrar podemos citar:

- a) Nas reportagens em francês foi possível identificar a orientação por parte dos técnicos e a necessidade do cuidado com a imagem e repercussão das postagens, sob pena de afetar o negócio;
- b) Nas reportagens em espanhol foi possível identificar o que foi chamado de “Teoria” do correto uso do twitter” e da importância do media training¹⁷;
- c) Em inglês, encontramos a preocupação de técnicos com a exposição dos atletas no que se referem as suas imagens, além da orientação e do monitoramento feito pela NCAA, já que segundo a reportagem é no Twitter e nas RS onde está incubado o próximo escândalo;
- d) As reportagens em português trouxeram a cartilha da NBA e divulgação do manual de comportamento feito pela Federação Inglesa de Futebol (FA – Football Association), que tem nos seus os seguintes tópicos (grifos meus):

¹⁷ Orientação dada aos atletas, técnicos, staff e dirigentes sobre as condutas mais adequadas e a forma de se relacionar com a mídia. Esse treinamento é realizado por praticamente todas as equipes de alto nível, executado principalmente pelas equipes de assessoria de imprensa.

- i. Observar os benefícios que a interação com os torcedores pode trazer;
- ii. Compreender a audiência potencial de redes sociais como Twitter e Facebook;
- iii. Compreender que as infrações cometidas nas redes sociais são passíveis de punição;
- iv. Cuidado com a divulgação de marcas, bens e serviços;
- v. Não divulgar escalações, lesões ou táticas;
- vi. Reconhecer a autoridade da FA para punir as infrações cometidas nas redes sociais;

Ao olhar atentamente, deparamo-nos que dos 6 itens apenas 2 estão voltados aos benefícios e ao potencial das redes, os outros 4 tratam efetivamente de restrições e punições;

O item VI destaca-se como o mais interessante, pois ele faz com que o atleta anua com o papel punitivo da FA. Significa afirmar: estamos orientando para que ninguém possa questionar as punições futuras. Não menos sugestivo o IV trata da divulgação de marcas, bens e serviços, sinteticamente, vocês não podem divulgar o que bem entenderem.

Será interessante verificar como os atletas e seus patrocinadores individuais se comportarão. No momento de redação dessa tese ainda não é possível avaliar como serão as interações nesse novo contexto.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento de pesquisas no ambiente virtual na sociedade contemporânea torna-se um dos maiores desafios para as análises socioculturais. Além de ser um ambiente sem limites, polifônico, caótico e seduzir pelo “cheiro do novo”, exige do pesquisador e dos estudiosos desse universo, que se comunica simbioticamente como nosso “mundo físico”, graus maiores de criatividade, uma maleabilidade do raciocínio, uma leitura mais complexa e multifacetada, conseqüentemente menos rígida, mas não sem rigor.

Obriga que o pesquisador não se prenda aos conceitos estabelecidos no lugar, de outro lado, condiciona que ele não se perca no não-lugar e no universo sem limites. O conceito é facilmente transposto para o universo clássico, a ciência diz que nosso universo está em expansão e que não há possibilidade de detectarmos ainda seus limites. O mundo virtual e as redes sociais encontram-se na mesma toada.

A tese levantou a hipótese de que a exposição nas redes sociais e, prioritariamente, o Twitter conduziam os atletas de alto rendimento à vulnerabilidade. Teve como um dos primeiros desafios tratar de duas temáticas carentes nas Ciências do Esporte: a vulnerabilidade e as redes sociais, nesse caso o Twitter. De forma inegável foi possível constatar a ausência de literatura que trate da vulnerabilidade no esporte, há estudos que podem ser inseridos no conceito, mas que não tratam de forma direta da vulnerabilidade, sequer existe citação ao conceito.

A internet e, essencialmente, as redes sociais diante do frescor do surgimento, ainda carecem de um amadurecimento das pesquisas, da

conceituação e dos efeitos socioculturais, torna-se ainda mais relevante pelo fato de estarmos fazendo parte desse processo, não fazemos uma análise de um fenômeno retrospectivo, estamos, sim, vivendo-o.

Entendo que a hipótese da pesquisa foi verificada e efetivada no estudo. O simples fato da exposição já poderia remeter à vulnerabilidade. Contudo, outros pontos emergiram das categorias formadas a partir da análise de conteúdo. Das 12 categorias, duas são essencialmente conceituais: papel das redes sociais e inter-relações. Ambas fundamentam e induzem as demais categorias, no caso do presente estudo. As inter-relações tornam-se mais fugazes nesse universo, impetrando novas dinâmicas que afetam a afetividade, os vínculos, os norteadores, as balizas morais e éticas, o fortalecimento das relações, as desviantes, possibilita que eu possa esconder-me ou mostrar-me de diferentes formas, posso ter múltiplas identidades e possa ter multiplicidades infinitas.

Nessa categoria das inter-relações está fundamentada a égide de todo o processo das redes sociais e o chamariz para a adesão. Na realidade está amparada por um fator que é fundamental nas relações off-line que é a afiliação. A compreensão da intercambiação entre o mundo on-line e off-line causa é um dos grandes desafios nos estudos das redes sociais, o que aflora do indivíduo em cada um deles?

Quando Bauman (2011, p. 27) trata exatamente da questão no mundo on-line e off-line, ele afirma que: “o contato face a face é substituído pelo tela a tela dos monitores; as *superfícies* é que entram em contato”, aprofunda de forma ainda mais incisiva, dizendo que:

Para um jovem, o principal atrativo do mundo virtual é a ausência de contradições e objetivos conflitantes que rondam a vida off-line. O mundo on-line, por outro lado, cria uma multiplicação infinita de

possibilidades de contatos plausíveis e factíveis. Ele faz isso reduzindo a duração desses contatos e, por conseguinte, enfraquecendo os laços, muitas vezes impondo o tempo – em flagrante oposição à sua contrapartida off-line, que, como é sabido, se apoia no esforço continuado de fortalecer os vínculos, limitando severamente o número de contatos à medida que eles se ampliam e se aprofundam. Essa é uma grande vantagem para homens e mulheres que se atormentam com a ideia de que o passo que deram talvez seja equivocado (apenas talvez), e que talvez (apenas talvez) fosse tarde demais para minimizar as perdas. Daí se sentirem mal com tudo que evoque um compromisso “de longo prazo” – seja planejar a vida, seja envolver-se com outros seres vivos.

Apesar de Bauman evocar o jovem na abertura do parágrafo, não podemos perder de vista que a média etária dos que têm participado das redes sociais está no que podemos chamar de adulto maduro (37 anos).

As redes incentivam os contatos e os vínculos, mas eles são na maioria fugazes e vulneráveis. A ruptura vem através de apenas um *click*, não há um desgaste severo no rompimento, até por que não há enraizamento das relações.

As redes sociais permitem que “eu” tenha milhares de seguidores, siga milhares, tenha centenas de amigos, isto não quer dizer que estabeleça vínculos afetivos com eles, inclusive que a maioria deles se quer os conheça no mundo off-line, em razão disso uma série de sensações, impressões, afinidades e empatias estão deslocadas. O cenário se torna mais cruel quando é possível “comprar” amigos na rede, no intuito de torna-se mais popular. Segundo Sandel (2012) até pouco tempo atrás era possível comprar amigos no Facebook por 0,99 dólares

O esportista acompanhado por milhões estabelece vínculos? Há recursos no Twitter que permite que eu publique mensagens, mas não permita que outras pessoas publiquem na minha página. Diante deste fato, onde estão os vínculos? Mesmo que não perceba, e muitos não percebem, não passo de

um número que potencializada o *status* de celebridade e o aumento do retorno financeiro dele.

A linguagem é um ponto fundamental na internet, mesmo assim, ficou evidente que as reportagens pouca atenção deram a este fato. E de sua inadequação que emana os primeiros problemas. As peculiaridades vão desde o desenvolvimento dos *emoticons* que sintetizam emoções, possibilitando que as conversas em chats mais “dinâmicas” até a criação das *internet slang*. No caso do Twitter, ele é responsável em parte por um aumento dessas variações, em razão da limitação de caracteres por mensagem, não que essa linguagem, a base pelo menos, não tenha migrado da escrita já existente no celular por meio do SMS. Podem-se criar confrontos desnecessários em decorrência da inadequação ou da não compreensão por parte de alguns participantes, principalmente pelos neófitos ou daqueles que não têm esse assanhamento por uma nova linguagem de mensagens carregadas por certo hermetismo.

O incentivo remete as inter-relações, o sistema das redes incentiva o compartilhamento e adesão. Ele próprio sugere amigos de amigos, ou melhor, o sistema analisa seus “gostos” e preferências e disponibiliza na sua página a possibilidade de adicionar alguém que tenha preferências similares as suas. Quando sigo alguém possibilito que quem me segue tenha acesso a quem eu sigo. O sistema potencializa! Eu não preciso fazer grandes esforços para angariar amigos, o sistema oferece-os. No sistema esportivo o olhar tem se voltado para o desenvolvimento da imagem dos atletas e da marca. Os especialistas, não tenham dúvida, irão potencializar suas estrelas, atingindo cada vez mais seguidores e permitindo que as ações do atleta e de seus patrocinadores sejam cordialmente fornecidas ao séquito de seguidores.

A combinação entre a Inter-relação, Incentivo e Linguagem desencadeou um bloco de categorias, em que efetivamente nos depararemos com uma potencialização da vulnerabilidade no sistema.

O bloco subsequente é composto pela Imagem e Marca, Provocações e Confrontos, Exposição do Outro e Ofensas que poderá desaguar ou não - essa é uma decisão do atleta ou do staff, na necessidade de Esclarecimento e Negação.

O foco do esporte de alto nível está no fato de que estamos falando de altíssimo profissionalismo, num sentido mais econômico do que comportamental. A inapropriação de conduta no Twitter que desencadeie uma turbulência sobre a Imagem e Marca, seja por Provocações ou Exposição excessiva e inadequada resultarão inexoravelmente em dano à Imagem, com certeza a categoria mais importante para o atleta na sociedade contemporânea. É de onde vem sua ascensão ou não ao *status* de celebridade, mesmo que ele não seja um expoente esportivo, no que tange ao rendimento, vide o estrondoso sucesso de imagem que tem Beckham, que é muito mais uma celebridade do que um atleta diferenciado, não estou dizendo que ele não o seja.

Em razão das ramificações infinitas criadas pelas interações em rede, uma mensagem inadequada exporá imediatamente o atleta ou qualquer membro do cenário esportivo a uma situação vulnerável. Durante a tese expus o caso da atleta grega e da nadadora, uma perdendo anos de treinamento em razão do corte à véspera da Olimpíada e a outra perdendo o mais importante patrocinador. Como fica o caso da primeira atleta? Como lidar com o desastre

causado por 140 caracteres? Até pouco tempo atrás era necessário um esforço maior para um desastre tão grande.

Nesse bloco de categorias nos deparamos de forma clara com um cenário que evoca a vulnerabilidade; a exposição e o risco, eixos do conceito de vulnerabilidade tratados na tese, estão claramente ancorados aqui. Alguns dos riscos e danos causados pela exposição foram expostos ao longo da tese, mas não tenho dúvidas que novas modalidades de problemas surgirão com o aprofundamento da utilização do Twitter e das redes sociais no cenário esportivo. Mesmo que nesse altíssimo profissionalismo muitos dos atletas tenham em seus *staffs* - assessores, que podem controlar e gerenciar suas contas, esse controle não é 24 x 7 (24 horas, sete dias na semana), basta que ao chegar de uma festa uma “balada”, ele poste algum comentário ou fotos da sua incursão noturna para que a polifonia caótica seja iniciada. Ao despertar provavelmente terá muito a comentar.

Agregado a este conjunto de categorias encontramos a Categoria Fake e Piratas. Não há dúvidas que ficar imune às ações dessa categoria é um desafio constante e provavelmente de baixo índice de sucesso. Para Glenn (2011, p 16) “a internet é uma teoria da grande bolha – resolvemos um problema que a afeta, mas outro, aparentemente intratável, vem à tona em outra parte”. Dizer que não estou vulnerável neste não-lugar é no mínimo ingenuidade.

Principalmente porque àqueles que se utilizam dessas estruturas querem exatamente atacar e promover-se. São sobre as celebridades expostas constantemente à mídia e, agora, as redes sociais que esses agentes das sombras digitais irão atuar. É temeroso ou uma fuga da realidade dizer que

estamos imunes a estas ações, o mundo ordinário está exposto e vulnerável. Glenny (2011, p. 25) destaca que “a internet gerou uma quantidade insondável de dados e informações da qual um grande percentual não tem valor nenhum, outro tanto ainda não foi interpretado e uma pequena parcela é perigosa por sua falsidade”.

Não é possível dizer assentado no mínimo de lógica que não estamos vulneráveis na internet e redes sociais.

O desdobramento das categorias supracitadas remeteu a três outras categorias que podem ser tratadas conjuntamente ou de forma isolada.

As Punições e Responsabilização são implicações do exposto anteriormente, o fato reside nas consequências das mensagens postadas no Twitter, sejam elas originárias de ações do proprietário da conta ou de outrem. Mesmo que seja de outrem a consequência primária é sobre o proprietário da conta, ele terá de prestar esclarecimento de diversas formas para mitigar o efeito causado. Se antes, essa categoria era decorrente quase que exclusivamente de uma punição sobre a imagem, assim carregada de subjetividade e a retratação limitava-se a uma nova mensagem de consternação ou um pedido de desculpas públicas. Hoje, a punição e responsabilidade estão mais institucionalizadas com a entrada das Entidades Esportivas no “jogo virtual”. Amparados numa argumentação primária de proteger o atletas de problemas mais severos, porém tem como pano de fundo mais estruturado e intenso as questões comerciais que envolvem o esporte de alto nível. Com este novo “player” no cenário virtual surge a categoria das Orientações e das Restrições.

Em ambas estão o papel primários das Entidades que gerenciam o esporte no mundo. Como não havia na regulamentação esportiva e nas regulamentações das ligas profissionais - termo que utilizo para me referir principalmente às ligas profissionais norte-americanas, até pouquíssimo tempo. Não havia arcabouço legal para sanções aos atores do cenário esportivo que extrapolassem nas mensagens nas redes sociais. Como foi citado anteriormente o COI, a NBA e diversas outras entidades sob a pecha de orientação do filiados; não ficou apenas na orientação; direcionou o não cumprimento às sanções, sejam multas, suspensões e inclusive expulsões - vide as recomendações contidas no documento da Federação Inglesa de futebol.

É possível afirmar que não há divergência que esse processo se deu com o intuito de controlar as ações de seus membros, de resguardar os aspectos jurídicos e comerciais de seus apoiadores (patrocinadores) e de limitar a autonomia e a liberdade proporcionadas pela internet.

Também não entendo haver controvérsia que essas ações, tacitamente, tenham como ação intrínseca mitigar a vulnerabilidade que a internet e as redes sociais impõem.

Caminhando para o fechamento da tese. A inserção dos atletas de alto nível nas Redes Sociais e, no caso dessa tese, no Twitter, desencadeia, sim, a vulnerabilidade. Dois dos fatores que sustentam a concepção da vulnerabilidade estão constantemente presentes, não receio dizer que são onipresentes no ambiente virtual: a exposição e o risco.

De toda sorte, entendo que a tendência é de um recrudescimento das três últimas categorias expostas na tese – Punições e responsabilização;

orientações e Restrições, principalmente partindo dos gestores do esporte. Mas também entendo que não será sem intensa batalha no campo econômico e será ainda mais instigante a pretensão de controlar o incontável, polifônico, multidimensional e caótico ambiente virtual. A entrada das assessorias de imprensa nesse ambiente para filtrar as mensagens também deve se intensificar.

Foi possível depreender das reportagens que há um aprofundamento maior das reportagens em Inglês e espanhol, principalmente as norte-americanas, é inegável que a cultura esportiva é referência e está presente na trajetória de vida dos cidadãos daquele país. Apesar de não ter um aprofundamento das reportagens em francês, deixando claro que há reportagens que evidenciam que os clubes franceses não se voltaram ainda ao fenômeno das redes sociais, mas não se pode enganar que em breve haverá um aprofundamento, e, neste caso, decorrente de uma cultura de pesquisa e estudos nas áreas socioculturais.

Entendo que há a necessidade imediata de um aprofundamento da análise por parte da imprensa esportiva sobre a temática. Ela não pode se limitar a informar, ela tem papel preponderantemente crítico, tem de refletir, tem de auxiliar na formação de opiniões, tem de esclarecer, tem transformar questões técnicas ao alcance de um público especializado em uma linguagem acessível ao leitor da mídia tradicional, das novas mídias, dos blogs e microblogs. Portanto, os jornalistas e os órgãos de imprensa têm um grande desafio pela frente.

De certo há limitações no estudo, a captação e o processo de seleção das reportagens diante de milhares de possibilidades é um desafio que não

acredito estar vencido. Utilizar os metabuscadores e aprender a utilizar as diversas ferramentas disponíveis também são, principalmente para ainda grande parcela de pesquisadores que não são nativos digitais. Sobre essa questão dos nativos digitais, sugiro o livro de Palfrey e Gasser (2009). Mas não há limitadores para os pesquisadores que não são nativos digitais adentrem ao campo, basta determinação e coragem.

Não ignoro que novas reportagens criem novos retratos, o que é natural no desenvolvimento social e cultural.

Para finalizar, e não vou fugir de algumas afirmações, já que critiquei na tese os pesquisadores que se furtam a assertividade das conclusões. Afirmo com segurança nos dados coletados, principalmente por meio das categorias que surgiram da análise de conteúdo combinada com a fundamentação teórica adotada ao longo das discussões, na leitura crítica imposta e na minha não neutralidade, que há sim vulnerabilidade causada pela a exposição dos atletas às redes sociais e, no caso da tese, no Twitter.

8. FUTUROS DESAFIOS

Não vou me furtar diante do que foi exposto há algumas provocações e voltar o olhar para questões que são pertinentes e que têm sido margeadas pelas ciências esportivas e não só por ela.

Quando os pesquisadores e estudiosos, gestores e técnicos, preparadores físicos e psicólogos do esporte tornar-se-ão atentos à vulnerabilidade intrínseca a prática esportiva? Diversos ramos das ciências discutem a vulnerabilidade, como demonstrado na tese, por que no esporte ela está silenciada? Demonstrei alguns porquês.

Quando a vulnerabilidade que atinge a existência do ser humano será pauta dos estudos no esporte?

Quando os estudos deixarão de centrar-se nos “grandes atletas”, e voltará seus olhos para todas as etapas?

O futebol é carro-chefe do esporte brasileiro do ponto de vista econômico-social, vários atletas estão entre os mais seguidos no Twitter no ranking mundial, o Brasil é protagonista na participação nas redes sociais, isto não merece que estivéssemos debruçados sobre esse fenômeno?

Como serão as dinâmicas da imprensa esportiva nessa nova realidade?

E as questões éticas, morais e dos valores no esporte nesse universo movediço?

E os estudos dos jogos eletrônicos que retratam o esporte? Quais são os olhares? O que está sendo retratado nesses jogos? O próximo passo são os jogos em realidade virtual, estamos cientes disso? Estamos nos preparando como pesquisadores para esse salto?

Como ficam os sentimentos e emoções no mundo desarraigado?

Discuti a identidade nesse cenário, mas, e a identidade esportiva?

Continuaremos consolidando métodos rígidos, mas nem sempre rigorosos, nas pesquisas sobre um contexto instável, transitório, fugaz, polifônico e caótico?

Os campos de pesquisa nessa nova realidade também estão contidos no parágrafo supracitado. Quem são os pesquisadores que estarão dispostos a se expor, correr riscos e ficarem vulneráveis a virtualização? Estão dispostos a transitar na instabilidade da internet? Nossa formação nos dá fundamentação para esse deslocamento?

Discorri sobre alguns desses pontos na tese, mas também vivenciei alguns deles no desenvolvimento da tese. O temor que nessa fugacidade o objetivo do meu estudo (Twitter) pudesse perecer antes da conclusão da tese.

Nesse processo, além de toda a leitura e análise feita no desenvolvimento da tese, um ponto entendo ter sido fundamental: a construção da categorias da análise de conteúdo, principalmente pelo exercício de sua construção ter sido realizada sem o auxílio dos softwares existentes para tal, o que permitiu no meu entender uma capacidade de gerenciar as informações no desenvolvimento da tese maior, já que a vivência com os textos não foi intermediada por um computador.

9. REFERÊNCIAS

- ADORNO. T. W. **Palavras e sinais: modelos críticos**. Petrópolis: Vozes, 1995.
- AUGÉ, M. **Non-places: an introduction to supermodernity**. London: Verso. 2nd Edition, 2008.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: edições 70. 2010
- BAUMAN. Z. **Amor Líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- BAUMAN, Z. **Identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005
- BAUMAN, Z. **Tempos líquidos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- BAUMAN, Z. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008
- BAUMAN, Z. **44 cartas do mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- BELL, M. W. Towards a definition of “virtual worlds”. **Journal of Virtual Worlds Research**, Texas, v. 1, n 1. July 2008. Disponível em: <http://journals.tdl.org/jvwr/article/viewFile/283/237>. Acessado em 16 de maio de 2012.
- BELLENZANI, R.; MALFITANO, A. P. S.. Juventude, vulnerabilidade social e exploração sexual: um olhar a partir da articulação entre saúde e direitos humanos. **Saúde e Sociedade**, São Paulo, v. 15, n. 3, Dec. 2006. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902006000300010&lng=en&nrm=iso . Acessado em 11 de março de 2012.
- BERGER, P. **Perspectivas sociológicas: uma visão humanística**. Petrópolis: Vozes, 2002
- BERGER, P. ZIJDERVELD, A. **Em favor da dúvida: como ter convicções sem se tornar um fanático**. Rio de Janeiro: Campus, 2012
- BENEVENUTO, F.; MAGNO, G.; RODRIGUES, T.; ALMEIDA, V. Detecting spammers on Twitter. Seventh Annual Collaboration, Electronic messaging, anti-abuse and spam conference, **Anais..** Redmond, Washington, Jul. 13-14, 2010. Washington. Disponível em <http://ceas.cc/2010/papers/Paper%2021.pdf>. Acesso em 20 de agosto de 2012.
- BISHOP, A.P., IGNACIO, E., STAR, S.L., NEUMANN, L., SANDUSKY, R.J., SCHATZ, B. Building a university digital library: Understanding implications for academic institutions and their constituencies. In: Higher Education and the NII: From vision to reality. **Anais** , Set. 26-29, 1995. Washington, DC: Coalition for Networked Information, 1995. Disponível em

<http://dli.grainger.uiuc.edu/dlisoc/socsci_site/monterey-final.html>. Acesso em 15 de março de 2011.

BLASZKAS, M. **An examination of sport consumers' Twitter usage**. Master degree dissertation. Georgia States University. Georgia – USA, 2011.

BICKMAN, L. ROG, D, J. **The Sage handbook of applied social research methods**. California: Sage, 2009

BODHANI, A.; GOODYER, J.; GROGAN, A.; HAYES, J.; LENTON, D.; SANGANI, K. ; VITALIEV, V.; WILSON, J. The A to Z of fakes. **Engineering and Technology**, v. 7, n. 1, 41-60, 2012.

BOURDIE, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005

BOURG, J.F.; BOUGUET, J.J. **Economia do esporte**. Bauru, Edusc, 2005

BRONFENBRENNER, U. Ecological System Theory. In: ROSS, V. **Six Theories of Child Development: revised formulations and current issues**, London: Jessica Knigsley Publishers, p. 187-249, 1992.

CAMBRIA, E.; CHANDRA, P.; SHARMA, A. HUSSAIN, A. Do not feel the Trolls. **Anais – International Semantic Web Conference**, Shanghai, China, Nov. 7-11, 2010. Shanghai. Disponível em: http://sdow.semanticweb.org/2010/pub/sdow2010_paper_1.pdf. Acesso em 20 de agosto de 2012.

CAPRA, F. Vivendo redes. In: DUARTE, F.; QUANDT, C.; SOUZA, Q. **O tempo das redes**. São Paulo: Editora Perspectiva, 17-30, 2008.

CARVO, C.; DERCON, S. Measuring individual vulnerability. **Discussion Paper Series**, Oxford, n. 229, march 2005.

CIO COUNCIL. **Guidelines for Secure Use of Social Media by Federal Departments and Agencies**. 2009. Disponível em: [http://www.cio.gov/Documents/Guidelines for Secure Use Social Media v01-0.pdf](http://www.cio.gov/Documents/Guidelines%20for%20Secure%20Use%20Social%20Media%20v01-0.pdf). Acesso em: 27 de outubro de 2011.

CLARK, V. L. P. CRESWELL, J. W. GREEN, D. O, SHOPE, R. J. Mixing quantitative e qualitative approaches. In: HESSE-BIBER, S. N.; LEAVY, P. **Handbook of Emergent Methods**. New York: The Guilford Press, 2010.

COMM, J.; BURGE, K. **O poder do Twitter: estratégias para dominar seu mercado e atingir seus objetivos com um tweet por vez**. São Paulo: Editora Gente, 2009.

CRISTAKOU, A.; LAVALLEE, D. Rehabilitation from sports injuries: from theory to practice. **Perspective in public health**, London, v. 129, n. 3. 120-126, 2009.

CUTLER, S. L. Vulnerability to environmental hazards. **Progress in Human Geography**, London, v.20, n.4, p.529-539, dec.1996

CZERESNIA, D. Ciência, técnica e cultura: relações entre risco e práticas de saúde. **Cad. Saude Publica**, Rio de Janeiro, v.20, n.2, p.447-55, 2004.

DELOR, F.; HUBERT, M. Revisiting the concept of 'vulnerability'. **Social, Science & Medicine, Orebro**, 50: 1557-1570, 2000.

DERKS, D.; BOS, A. E. R.; GRUMBKOW, J. V. Emoticons and online message interpretation. **Social Science Computer Review**, v. 26, n. 03, 379-388, 2008

DESMARAIS, C.; MOSCAROLA, J. Analyse de contenu et analyse lexicale - Le cas d'une étude en management public. **Lexicometrica**, Paris, numéro spécial, 2004. Disponível em: <http://lexicometrica.univ-paris3.fr/thema/thema7.htm>. Acessado em 15 de fevereiro de 2012.

DICKS, B.; MASON, B. Hypermedia methods for qualitative research. IN: HESSE-BIBER, S. N.; LEAVY, P. **Handbook of Emergent Methods**. New York: The Guilford Press, 2010, p. 571-600.

DINIZ, D.; GUILHEM, D. Bioética feminista: o resgate político do conceito de vulnerabilidade. **Bioética**, Florianópolis, v. 7, n. 2, p. 181-188, jul./dez. 1999.

DOUEIHI, M. **La grand conversion digital**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2010.

DUNCAN, L. A.; SCHALLER, M; PARK, J. H. Perceived vulnerability to disease; development and validation of a 15-item self-report instrument. **Personality and individual differences**, London, v. 47, p. 541-546, 2009.

DUNKLEY, D. M.; SCHWARTZMAN, D. LOOPER, K. J.; SIGAL, J. J. PIERRE, A. KOTOWYCZ, M. A.. Perfectionism dimensions and dependency in relation to personality vulnerability and psychosocial adjustment in patient with coronary artery disease. **J. Clin Psychol Med Setting**. **11, 2011**.

ELISON, J.; PARTRIDGE, J. A. Relationships between shame-coping, fear of failure, and perfectionism in college athletes. **Journal of Sport Behavior**, London, v. 35 n. 1, p. 19-39, 2012

ELO, S., KYNGÄS, H. The qualitative content analysis process. **Journal of Advanced Nursing**, v. 61, n. 1, 107-115, 2007

EPLOV, L. L.; JORGENSEN, T.; BIRKET-SMITH, M.; PETERSEN, J.; JOHANSEN, C.; MORTENSEN, E. L. Mental Vulnerability – a risk factor for ischemic heart disease. **Journal of Psychosomatic Research**, London v. 60, p. 169-176, 2006.

ESTADO DE SÃO PAULO. **Twitter muda política de privacidade após críticas.** 12 de fevereiro de 2012. Disponível em: <http://blogs.estadao.com.br/link/twitter-muda-politica-de-privacidade-apos-criticas>. Acessado em 20 de janeiro de 2012.

EZELL, B. C. Infrastructure vulnerability assessment model (I_VAM). **Risk analysis**, Malden, v. 27, n. 3, 571-583, 2007

FASTING, K.; BRACKENRIDGE, C.; KJOLBERG, G. **Using court reports to enhance knowledge of sexual abuse in sport.** School of Sports and Educational Research Papers. Brunel University Research Archives, march 2011. Disponível em: <http://bura.brunel.ac.uk/bitstream/2438/5001/1/Fulltext.pdf>. Acessado em 10 de fevereiro de 2012.

FAWCETT, B. Vulnerability: questioning the certainties in social work and health. **International Social Work**, London, 52 (4), p. 473-484, 2009

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION. Disponível em: <http://www.fifa.com>. Acessado em 10 de maio de 2011.

FOER, F. **El mundo en um balón:** al globalization a traves del futbol. Madrid: Debate, 2004.

FORD, N. **Using the web for research.** Los Angeles: Sage, 2012.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Seleção vai regular uso de redes sociais.** 21 de junho de 2011. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2106201110.htm>. Acesso em: 21 de julho de 2011.

FOLHA.COM. **Ex-jogadores de futebol americano processam liga por lesões.** 25/12/2011. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/esporte/1026025-ex-jogadores-de-futebol-americano-processam-liga-por-lesoes.shtml>. Acesso em 23 de abril de 2012.

FORTIN, S.; HOUSSA, E. L'éthnographie postmoderne comme posture de recherché: une fiction en quatre actes. Trois-Rivières: **Recherches Qualitatives**, v. 31, n. 2, p. 52-72, 2012.

FURINI, **Modernidade, vulnerabilidade e população de rua em Presidente Prudente (SP).** Dissertação de mestrado. Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Estadual Paulista, Campus de Presidente Prudente, 2003.

GARCIA CANCLINI, N. **Diferentes, desiguais e desconectados.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

GARRISON, B.; SALWEN, M.. Newspaper sports journalists: A profile of the "profession". **Journal of Sport and Social Issues**, London 13(2), 57-68,

GLENNY, M. **Mercado sombrio: o cibercrime e você**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011

GLOBOESPORTE.COM. **Atleta leiloa espaço em seu ombro para tatuar Twitter de patrocinador**. 13 de janeiro de 2012. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/atletismo/noticia/2012/01/atleta-leiloa-espaco-em-seu-ombro-para-tatuar-twitter-de-patrocinador.html>. Acessado em 05 de junho de 2012.

GRC BRASIL, **Monitorando os benefícios e os riscos das mídias sociais**. 26 de abril de 2010. Disponível em: <http://www.grc.net.br/entry.php?10-Monitorando-os-benefícios-e-os-riscos-das-mídias-sociais&referrerid=0>. Acesso em: 27 de outubro de 2011.

GUTIERREZ, S. S. **Professores conectados: trabalho e educação nos espaços públicos em rede**, 2010, p. 278. Tese. Faculdade de Educação – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010

HAUW, D.; BILARD, J. **Cours de vie sportive et dynamiques du dopage**. Rapport final. Université Montpellier 1, 2011. Disponível em: http://www.ecoutedopage.fr/upload/comprendre/Hauw_Bilard_RapportMJS2011-cours_de_vie_et_dopage.pdf. Acessado em 15 de março de 2012.

HERMIDA, A. **Twittering the news: The emergence of ambient journalism**. *Journalism Practice*, 4(3), 297-308, 2010.

HESSE-BIBER, S. N. The impact of emergent technologies on research methods. IN: HESSE-BIBER, S. N.; LEAVY, P. **Handbook of Emergent Methods**. New York: The Guilford Press, 2010, p. 517-523.

HESSE-BIBER, S. N.; LEAVY, P. **Handbook of Emergent Methods**. New York: The Guilford Press, 2010a.

HESSE-BIBER, S. N.; LEAVY, P. **Mixed Methods Research: merging theory with practice**. New York: The Guilford Press, 2010a.

HINE, C. **Virtual Ethnography**. London, SAGE Publications, 2000.

HOGAN, D. J.; MARANDOLA JUNIOR, E. Towards an interdisciplinary conceptualisation of vulnerability. **Population, Space and Place**, London, n.11, 2005, p.455-71.

HOPENHAYN, M. A cidadania vulnerabilizada na América Latina. **Revista Brasileira de Estudos de População**, Belo Horizonte, ABEP, v.19, n.2, p.5-18, jul./dez.2002.

HUANG, A. H.; YEN, D. C.; ZHANG, X. Exploring the potential effects of emoticons. **Information & Management**, 45, 466-473, 2008.

HUBERMAN, B. A.; ROMERO, D. M.; WU, F. Social network that matter: Twitter under the microscope. **First Monday**, Bridgman, v. 14, n. 1 - 5 January 2009. Disponível em: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2317/2063>. Acessado em 10 de fevereiro de 2012.

HUGHES, L.; LEAVEY, G. Setting the bar: athletes and vulnerability to mental illness. **British Journal of Psychiatry**, London, v. 200, p. 95-96, 2012.

IBM. **IBM Social Computing Guidelines**. 2005. Disponível em: <http://www.ibm.com/blogs/zz/en/guidelines.html> Acesso em: 27 de outubro de 2011.

IDGNOW. **Twitter alcança a marca de meio bilhão de contas. Brasil é 2º país na rede**. 31 de julho de 2012. Disponível em: <http://idgnow.uol.com.br/internet/2012/07/31/twitter-alcanca-a-marca-de-meio-bilhao-de-contas-brasil-e-2b0-pais-na-rede/>. Acessado em 20 de agosto de 2012.

IDGNOW. **Twitter possui 500 milhões de contas, mas apenas um terço é ativa**. 03 de agosto de 2012. Disponível em: <http://idgnow.uol.com.br/internet/2012/08/03/twitter-possui-500-milhoes-de-contas-mas-apenas-um-terco-e-ativa/>. Acessado em 20 de agosto de 2012.

IDGNOW. **Vitória de Usain Bolt bate recorde de tweets por minuto**. 09 de agosto de 2012. Disponível em: <http://idgnow.uol.com.br/internet/2012/08/09/vitoria-de-usain-bolt-bate-recorde-de-tweets-por-minuto/>. Acessado em 20 de agosto de 2012.

INTERNACIONAL OLYMPIC COMMITTEE. Lausanne, Acessado em 10 de maio de 2011. Disponível em: <http://www.olympic.org/>

IVOSKUS, D. **Obsesión digital: usos y abusos em la red**. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2010.

JAMES, N.; BUSHNER, N. **Online Interviewing**. London: Sage, 2009

JAVA, A., FININ, T., SONG, X., TSENG, B. **Why we Twitter: Understanding microblogging usage and communities**. San Jose, California, USA: University of Maryland, 2007. Disponível em http://ebiquity.umbc.edu/file_directory/papers/369.pdf. acessado em 18 de fevereiro de 2012.

KAZTMAN, R. (Coord.). **Activos y estructuras de oportunidades. Estudios sobre las raíces de la vulnerabilidad social en el Uruguay**. Montevideo: Oficina del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y Oficina de la CEPAL en Montevideo, LC/MVD/R, 1999. (n.180).

KELLNER, D. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. In: MORAES, D. **Sociedade Mídia-tizada**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006, p. 119-148.

KOCIAN, R. C. KOCIAN, W. E. MACHADO, A. A. Aspectos psicológicos positivos e negativos de uma concentração esportiva: uma visão dos atletas. **EF Deportes**, Buenos Aires. Ano 10, n. 89. Disponível em <http://www.efdeportes.com/efd89/concen.htm>. Acessado em 15 de março de 2012.

KOZINETS, R. On Netnography: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture. In: **Advances in Consumer Research**, New York, Volume 25, p. 366-371, 1998

KOZINETS, R. **Netnography: doing ethnographic research online**. London: Sage Publications Ltd. 2010.

KREHER, J.B; SCHWARTZ, J. B. Overtraining Syndrome: a practical guide. **Sports Health: a multidisciplinary approach**, London, v. 4, n. 2, p. 128-138. March/april 2012.

LALLY, F.; CROME, P. Understanding Frailty. London: **Postgrad Med J**. v. 83, p. 16-20, 2007

LA MENDOLA, S. O sentido do risco. **Tempo Soc.**, São Paulo, v.17, n.2, p.59-91, 2005.

LANDOW, G. P. **Hipertexto 3.0: teoria crítica y nuevos médios em La era de la globalización**. Barcelona: Paidós, 2009

LAVOURA, T. N. **Estados emocionais: A investigação do medo no contexto esportivo**, 2007. Dissertação de Mestrado, Unesp – Rio Claro, 2007.

Le BRETON, D. **A sociologia do corpo**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2007.

LEE, M. J.; WHITEHEAD, J.; NTOUMANIS, N.; HATZIGEORGIADIS, A. Relationships Among Values, Achievement Orientations, and Attitudes in Youth Sport. New York, **Journal of Sport and Exercise Psychology**, v. 30, 588-610, 2008

LEVY, P. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 2009.

LEWIS, S. C. **Journalism innovation and the Ethic of participation: a case study of the Knight Foundation and its News Challenge**. Thesis. The University of Texas at Austin, 2010.

LIMA, M. A.; MARTINS, C. J.; CAPRARO, A. M. Olimpíadas Modernas: a história de uma tradição inventada. Goiás: **Pensar a Prática**, v. 12. n. 1, jan/abr, 2009.

LUOR, T.; WU, L.L.; LU, H. P.; TAO, Y. H. The effects of emoticons in simplex and complex task-oriented communication: an empirical study of instant messaging. **Computers in Human Behavior**, 26, 889-895, 2010.

MACHADO, A. A. **A relação conturbada entre torcida e atletas: quem exige o que de quem?**. IN: MACHADO, A. A.; GOMES, R. Psicologia do Esporte – da escola à competição. Várzea Paulista: Editora Fontoura, p. 49-65, 2011.

MACHADO, A. A. BARTHOLOMEU, D. **Análise da precocidade nos esportes**. IN: MACHADO, A. A.; GOMES, R. Psicologia do Esporte – da escola à competição. Várzea Paulista: Editora Fontoura, p. 49-65, 2011.

MACHADO, A. A.; ZANETTI, M. C.; MOIOLI, A. O corpo, o desenvolvimento humano e as tecnologias. **Motriz**, Rio Claro, v. 17, n. 4, p. 728-737, out/dez 2011.

MARTILL, M. The sexual abuse of boys in organized male sports. **Men and Masculinities**, London, 12 (2), p. 225-249, 2009

McKNIGHT, K.; BERNES, K.; GUNN, T.; CHORNEY, D.; ORR, D.; BARDICK, A. Life after sport: athletic career transition and transferable skills. **Journal of Excellence**, n. 13. p. 63-77, 2009. Disponível em: [https://www.uleth.ca/dspace/bitstream/handle/10133/1175/Life After Sport.pdf?sequence=1](https://www.uleth.ca/dspace/bitstream/handle/10133/1175/Life%20After%20Sport.pdf?sequence=1). Acessado em 20 de junho de 2012.

MEEUSEN, R. NEDERHOF, E.; BUYSE, L.; ROELANDS, B.; DE SCHUTTER, G.; PLACENTINI, M. F. Diagnosing overtraining in athletes using the two-bout exercise protocol. **British Journal of Sports Medicine**, London, n. 44, 642-648, 2010

MEYER, D. E. E.; MELLO, D. F.; VALADÃO, M. M. AYRES, J. R. C. M. "Você aprende. A gente ensina?": interrogando relações entre educação e saúde desde a perspectiva da vulnerabilidade. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 6, junho 2006. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2006000600022&lng=en&nrm=iso. Acessado em 12 de fevereiro de 2012.

MIDIASSOCIAIS.BLOG.BR. **Como grupos de faixas etárias diferentes agem nas mídias sociais**. 14 de julho de 2011. Disponível em: <http://midiassociais.blog.br/2011/07/14/como-grupos-de-faixa-etaria-diferentes-agem-nas-midias-sociais>. Acessado em 01 de fevereiro de 2012.

MKT ESPORTIVO. Middlesbrough pode tatuar patrocinador em jogadores. 05 de abril de 2012. Disponível em: <http://www.mktesportivo.com/2012/04/middlesbrough-pode-tatuar-patrocinador-em-jogadores/>. Acessado em 7 de junho de 2012.

MOIOLI, A. **A convivência do técnico e os atletas adolescentes de futebol: uma análise intercondutal das relações afetivas na equipe**. 2004, Dissertação de Mestrado – Instituto de Biociências, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2004.

PALFREY, J; GASSER, U. **Born digital: understanding the first generation of digital natives**. Philadelphia: Basic Books, 2008.

PALMA, A.; SALOMÃO, L. C.; NICOLODI, A. G.; CALDAS, A. Reflexões acerca da adesão aos exercícios físicos: comportamento de risco ou vulnerabilidade? **Revista Movimento**, Porto Alegre, v. X, nº 21, p. 83-100. Set-dez/2003.

PAPACHARISSI, Z. The virtual geographies of social networks: A comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. **New Media Society**, London, 11, 199-220, 2009.

PEARCE, P.Z. A practical approach to overtraining syndrome. **Current Sports Medicine Reports**, Philadelphia, v. 1, p. 179-183.

PINHEIRO, P. P. Twitter: Novo desafio para os advogados e empresas. **Revista Visão Jurídica**, nº 41, junho de 2010. Disponível em <http://revistavisaojuridica.uol.com.br/advogados-leis-jurisprudencia/41/artigo155902-1.asp>. Acessado em 10 de fevereiro de 2012.

POSETTI, J. Twitter's difficult gift to journalism. **NewMatilda.com**. 17 de junho de 2009. Disponível em <http://newmatilda.com/2009/06/16/twitters-difficult-giftjournalism>. Acessado em 17 de fevereiro de 2012.

PRESOTO, D.; MACHADO, A. A. GOUVÊA, F. C. Esporte na perspectiva da teoria crítica. In: MACHADO, A. A. **Psicologia do Esporte: da educação física escolar ao esporte de alto rendimento**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2006. p. 258-266.

PRIMO, A. **A busca por fama na web: reputação e narcisismo na grande mídia, em blogs e no Twitter**. IN: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009. **Anais..** Curitiba, 2009, s.n.

R7. **Famosa entre jogadores, gata guarda vídeos íntimos de craques na webcam**. 25 de setembro de 2012. Disponível em: <http://esportes.r7.com/blogs/fernanda-factory/2012/09/25/famosa-entre-jogadores-gata-guarda-videos-intimos-de-craques-na-webcam>. Acessado em 30/09/2012

REBUSTINI, F. **Interferências dos fatores externos sobre os estados de humor de jovens voleibolistas**. 2005, Dissertação (Mestrado em Ciências da Motricidade) – Instituto de Biociências, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2005.

REBUSTINI, F.; MACHADO, A. A. Imediatismo e Performance: incongruências na formação do jovem atleta. In: MACHADO, A. A. (Org.). **Especialização esportiva precoce: perspectivas atuais da psicologia do esporte**. 1 ed. Jundiaí: Fontoura, 2008, p. 67-84.

REBUSTINI, F.; ZANETTI, M. C.; MOIOLI, A.; SCHIAVON, M.; MACHADO, A. A.. Twitter e o esporte de alto rendimento. **Coleção Pesquisa em Educação Física**, Jundiaí. v. 10, p. 141-147, 2011.

REBUSTINI, F.; ZANETTI, M. C.; MOIOLI, A.; SCHIAVON, M.; MACHADO, A. A.. Novas mídias no esporte: um olhar sobre o Twitter. **Coleção Pesquisa em Educação Física**, Jundiaí. (No prelo), 2012.

REBUSTINI, F.; ZANETTI, M. C.; MOIOLI, A.; MACHADO, A. A. Análise da repercussão do uso do Twitter no esporte de alto rendimento.. In: **V Simpósio Nacional da Abciber**, 2011, Florianópolis. Anais do V Simpósio Nacional da Abciber. São Paulo: Ed. Unip, 2011. v. 1. p. 1-10.

REBUSTINI, F.; ZANETTI, M. C.; DEZAN, F.; MOIOLI, A.; MACHADO, A. A. Esportistas e Twitter. In: III Seminário de Psicologia do Esporte e Motricidade Humana, 2011, Rio Claro. **Anais....** Rio Claro, 2011. p. 37-37.

REED, S. J. **Print Sport journalist´ use of social media and its effect on professionalism**. Master degree dissertation. University of Minnesota: Minnesota, 2011.

RENAUD, M. Solicitude e Vulnerabilidade. In: CARVALHO, A. S. **Bioética e vulnerabilidade**. Coimbra: Editora Almedina, 2008, p.11-20.

ROWLANDS, M.. **Fame**. Stocksfield: Acumen Publishing, 2008

RUOTTI, C.; MASSA, V.C.; PERES, M.F.T. Vulnerabilidade e violência: uma nova concepção do risco para o estudo dos homicídios de jovens. **Interface - Comunic., Saude, Educ.**, Botucatu, v.15, n.37, p.377-89, abr./jun. 2011.

SABINO, C. **O peso da forma: cotidiano e uso de drogas entre fisiculturista**, 2004. Tese de doutorado. Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2004.

SALETTI FILHO, H. C. **Cuidado e criatividade no contínuo da vulnerabilidade: contribuições para uma fenomenologia hermenêutica da atenção à saúde**. 304f. 2007. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo, 2007

SALMONS, J. **Cases in online interview research**. London: Sage, 2012.

SALMONS, J. **Online interviews in real time**. London: Sage, 2010.

SANCHEZ, A. I. M.; BERTOLOZZI, M. R. Pode o conceito de vulnerabilidade apoiar a construção do conhecimento em Saúde Coletiva. **Ciência & Saúde Coletiva**. Rio de Janeiro, 12(2): 319-324, 2007

SANDEL, M. J. **O que o dinheiro não compra**: os limites morais do mercado. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2012.

SAREWITZ, D.; PIELKE JR, R.; KEYKHAH,, M.. Vulnerability and Risk: some thoughts from political and policy perspective. **Risk analysis**, Malden , v. 23, n. 4, 805-810, 2003.

SCHWARTZ, S.H. (1994). Are there universal aspects in the structure and content of human values? **The Journal of Social Issues**, London, v. 50, 19–45.

SCHMIDTLEIN, M.C.; DEUTSCH, R.C; PIEGORSCH, W.W.; CUTTER, S.L. A sensivity analysis of the social vulnerability index. **Risk analysis**, Malden , v. 28, n. 4, 1099-1114, 2008.

SCHREIER, M. **Qualitative Content Analysis in Practice**. London: Sage, 2012.

SELYE, H. A Syndrome Produced by Diverse Nocuous Agents. **Nature**, v. 138, n. 7, p. 32, 1936

SEN, A. K. **Poverty and famine: an essay on entitlement and deprivation**. Oxford: Claredon, 1981.

SESAY, W. Female body: gender inequality, vulnerability, HIV and AIDS in Kenya. **Advancing women in leadership journal**, New Mexico, v. 30, n. 17, 2010. Disponível em: http://www.advancingwomen.com/awl/Vol30_2010/Wiathera%20Sesay_AWL_Vol_30_No._17_final9_21_10.pdf. Acessado em 10 de fevereiro de 2012.

SILVA, A. V. Vulnerabilidade social e suas consequências: o contexto educacional da juventude na região metropolitana de natal. In: 13º Encontro de ciências sociais do Norte-Nordeste. 2007. **Anais...** Disponível em: www.cchla.ufrn.br/rmnatal/artigo/artigo16.pdf. Acesso em: 29 de setembro de 2010.

SMITH, D.; STEWART. S. Sexual aggression and sports participation. **Journal of Sport Behavior**, Alabama, v 26, n 4. 2003.

SPORTS ILLUSTRATED. **Twitter craze is rapidly changing the face of sports. 05 de junho de 2009.** Disponível em: http://sportsillustrated.cnn.com/2009/writers/the_bonus/06/05/twitter.sports/index.html . Acessado em 13 de fevereiro de 2012.

STAMBULOVA, N.; ALGERMANN, D.; STATLER, T.; CÔTÉ, J. ISSP position stand: career development and transitions of athletes. **International Journal of Sport and Exercise Psychology**, London, v. 7, n. 4, 395-412, 2009.

TENISBRASIL. **Henin teme ficar só e lamenta ter sido 'máquina'**. 14 de junho de 2012. Disponível em: <http://tenisbrasil.uol.com.br/noticias/13758/Henin-teme-ficar-so-e-lamenta-ter-sido-maquina/> Acessado em 18 de junho de 2012.

TERRA. **Jogadores do Santos discutem com fã na internet.** 02 de agosto de 2010. <http://esportes.terra.com.br/futebol/brasileiro/2010/noticias/0,,OI4600070-EI15406,00-Jogadores+do+Santos+discutem+com+fa+na+internet.html>
Acessado em 20 de novembro de 2010.

TERRA. **Twitter aproxima internautas de astros do esporte.** 16 de janeiro de 2010. Disponível em <http://tecnologia.terra.com.br/noticias/0,,OI3444938-EI12884,00-Twitter+aproxima+internautas+de+astros+do+esporte.html>.
Acessado em 12 de fevereiro de 2012.

TERRA. **Maior vitrine publicitária, comercial do Super Bowl custa US\$ 3,5 mi.** 05 de fevereiro de 2012. Disponível em: <http://esportes.terra.com.br/futebolamericano/noticias/0,,OI5595578-EI15543,00-Maior+vitrine+publicitaria+comercial+no+Super+Bowl+custa+US+mi.html>. Acessado em 10 de fevereiro de 2010.

THIEL, A.; DIEHL, K.; GIEL, K. E. SCHNELL, A. SCHUBRING, A. M. MAYER, J.; ZIPFEL, S.; SCHNEIDER, S. The German Young Olympic Athletes' Lifestyle and Health Management Study (GOAL Study): design of a mixed-method study. **BMC Public Health, London**, v 11, 410, 2011.

TIME. **How Twitter Will Change the Way We Live.** 05 de junho de 2009. Disponível em: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1902818,00.html>. Acessado em 17 de fevereiro de 2012.

TURNER II, B. L.; KASPERSON, R. E.; MATSON, P. A.; McCARTHY, J. J.; CHRISTENSEN, L.; ECKLEY, N.; KASPERSON, J. X.; LUERS, A.; CORELL, R. W.; MARTELLO M. L.; POSLKY, A. B. G.; PULSIPHER, A. SCHILLER, A. A Framework for vulnerability analysis in sustainability science. **PNAS**, Washington. v. 100, n 14, july 2008, p. 8074-8079. Disponível em: www.pnas.org/cgi/doi/10.1073/pnas.1231335100. Acessado em: 20 de novembro de 2011.

UNITED NATION. Disponível em: <http://www.un.org>. acessado em 10 de maio de 2011.

UOL. **Investigação sobre manipulação na Itália anuncia punições para 22 clubes e 61 pessoas.** 18 de junho de 2012. Disponível em: <http://esporte.uol.com.br/futebol/campeonatos/italiano/ultimas-noticias/2012/06/18/esquema-de-manipulacao-na-italia-termina-com-punicoes-para-22-clubes-e-61-pessoas.htm>.
Acessado em 23 de junho de 2012.

UOL. **Ronaldo reconhece paternidade do 4º filho após exame de DNA.** <http://esporte.uol.com.br/ultimas-noticias/efe/2010/12/08/ronaldo-reconhece-paternidade-do-4-filho-apos-exame-de-dna.jhtm>. Acessado em 20 de dezembro de 2010.

UOL. **Mídias sociais "libertam" atletas, e viram palco de desabafos e reclamações.** 18 de outubro de 2011. Disponível em: <http://pan.uol.com.br/2011/ultimas-noticias/2011/10/18/midias-sociais-libertam-atletas-mas-tambem-viram-palco-de-desabafos-e-reclamacoes.htm>. Acesso em: 18 de outubro de 2011.

UOL. **Corintianos tiram sarro de flamenguistas no Twitter por empate em pesquisa sobre maiores torcidas.** 05 de outubro de 2011. Disponível em: <http://uolesporte.blogosfera.uol.com.br/2011/10/05/corintianos-tiram-sarro-de-flamenguistas-no-twitter-por-empate-em-pesquisa-sobre-maiores-torcidas>. Acesso em: 05 de outubro de 2011.

USA TRACK & FIELD. **2012 USA Track & Field Advertising Guidelines.** Disponível em: <http://www.usatf.org/About/Privacy---Other-Policies/Advertising-Guidelines.aspx>. Acessado em 05 de junho de 2012.

VEJA. Patrocinadores da Olimpíada: os vilões que pagam a conta. 25/07/2012. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/esporte/patrocinadores-da-olimpiada-os-viloes-que-pagam-a-conta>. Acessado em: 22 de agosto de 2012.

ZAGO, G. S. Trolls e jornalismo no Twitter. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 9, n. 1, jan-jun, 2012

WANLIN, P. L'analyse de contenu comme méthode d'analyse qualitative d'entretiens: une comparaison entre les traitements manuels et l'utilisation de logiciels. **Recherches Qualitatives**, *Trois-Rivières, hors série 3*, p. 243-272, 2007.

WEIS, K. How the print media affect sports and violence: the problems of sport journalism. **International Review for the Sociology of Sport**, London, v. 21, n.2-3, 239-252, june 1986.

WYLLEMAN, P.; REINTS, A. a lifespan perspective on career of talented and elite athletes: perspective on high-intensity sports. **Scandinavian journal of Medicine & Science Sports**, London, v. 20, supplement s2, p. 88-94, October 2010.

YAHOO. **Grandes escândalos de manipulação de resultados.** 30 de maio de 2012. Disponível em: <http://br.esportes.yahoo.com/fotos/grandes-esc%C3%A2ndalos-de-manipula%C3%A7%C3%A3o-de-resultados-slideshow/>. Acessado em 17 de junho de 2012.

APÊNDICE I – RELAÇÃO DAS REPORTAGENS

Espanhol

1. Deportistas y clubes tratan de ganar mercado en las redes sociales - <http://www.marca.com/2012/02/22/futbol/1329915408.html>
2. Numerosos deportistas se enganchan a la red de 'microblogging' y se abre el debate - <http://www.marca.com/2009/03/26/baloncesto/1238076507.html>
3. El nuevo 'vicio' de las estrellas del deporte se llama Twitter - http://www.marca.com/2009/02/16/mas_deportes/otros_deportes/1234805333.html
4. Prohíben uso de Twitter a la selección de fútbol de Dinamarca - <http://elcomercio.pe/deportes/1405976/noticia-prohiben-uso-twitter-seleccion-futbol-dinamarca>
5. El uso estratégico del Twitter en entidades deportivas y deportistas. - <http://www.iesport.es/es/component/content/article/198.html>

Francês

1. Les sportifs censurés sur les réseaux sociaux ? - <http://coolissport.fr/les-sportifs-censures-sur-les-reseaux-sociaux;>
2. Le personal branding est l'avenir de la communication-sportive - [http://marketingdigital-football.com/boris-laffargue-le-personal-branding-est-lavenir-de-la-communication-sportive/;](http://marketingdigital-football.com/boris-laffargue-le-personal-branding-est-lavenir-de-la-communication-sportive/)
3. Foot: Le compte Twitter de certains joueurs pirate - <http://www.newsring.fr/societe/951-en-competition-les-sportifs-doivent-ils-la-boucler-sur-twitter/15773-foot-le-compte-twitter-de-certains-joueurs-pirate>
4. Les athlètes contre le contrôle de Facebook et Twitter aux JO - <http://www.lefigaro.fr/sport-business/2012/07/31/20006-20120731ARTFIG00393-les-athletes-contre-le-controle-de-facebook-et-twitter-aux-jo.php>
5. En Espagne, il ne fait pas bon de traiter Ribéry de "moche" sur Twitter - <http://www.lemonde.fr/euro2012/article/2012/06/24/en-espagne->

[il-ne-fait-pas-bon-de-traiter-ribery-de-moche-sur-twitter_1723808_1616919.html?xtmc=twitter&xtcr=56](http://thelede.blogs.nytimes.com/2012/07/12/tour-de-france-tension-simmers-on-twitter-1723808-1616919.html?xtmc=twitter&xtcr=56)

Inglês

1. Tour de France Tension Simmers on Twitter - <http://thelede.blogs.nytimes.com/2012/07/12/tour-de-france-tension-simmers-on-twitter/>
2. Twitter and the Games - <http://london2012.blogs.nytimes.com/2012/05/15/twitter-and-the-games/>
3. Twitter craze is rapidly changing the face of sports - http://sportsillustrated.cnn.com/2009/writers/the_bonus/06/05/twitter.sports/index.html
4. How Twitter Will Change the Way We Live - <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1902818,00.html>
5. McClean ends Twitter use after threats - <http://www.belfasttelegraph.co.uk/sport/football/mcclean-ends-twitter-use-after-threats-16156225.html>

Português

1. Você se lembra das polêmicas dos jogadores no Twitter? - <http://esportes.r7.com/futebol/noticias/repostas-voce-se-lembra-das-polemicas-dos-jogadores-no-twitter-20110520.html>
2. Jogadores de futebol ainda dão 'caneladas' no Twitter - http://www.lancenet.com.br/minuto/Twitter_0_458354332.html
3. Abertura às redes sociais transforma Twitter em vilão para atletas olímpicos - <http://olimpiadas.ig.com.br/2012-08-02/abertura-as-redes-sociais-transforma-twitter-em-vilao-para-atletas-olimpicos.html>
4. NBA abre debate sobre Twitter no esporte - <http://www.maquinadoesporte.com.br/i/noticias/midia/14/14457/NBA-abre-debate-sobre-Twitter-no-esporte/index.php>
5. Federação Inglesa cria "manual de comportamento" no Twitter - <http://veja.abril.com.br/noticia/esporte/federacao-inglesa-cria-%C2%98manual-de-comportamento-no-twitter>