

## **ANÁLISE DA REPERCUSSÃO DO USO DO TWITTER NO ESPORTE DE ALTO RENDIMENTO**

Artigo científico apresentado ao eixo temático “Jogos, Redes Sociais, Mobilidade e Estruturas Comunicacionais Urbanas”, do V Simpósio Nacional da ABCiber

**Flávio Rebustini**<sup>1</sup>

**Marcelo Callegari Zanetti**<sup>2</sup>

**Altair Moiola**<sup>3</sup>

**Afonso Antonio Machado**<sup>4</sup>

**LEPESPE – Laboratório de Estudos e Pesquisas em Psicologia do Esporte – UNESP/IB – Rio Claro – São Paulo**

### **RESUMO**

O uso do *twitter* aparece como uma ferramenta intensamente utilizada por atletas, técnicos, dirigentes e pessoas ligadas ao esporte de alto rendimento. Assim, o objetivo dessa pesquisa foi analisar a repercussão nas mídias digitais das mensagens postadas no *twitter* por personalidades envolvidas com o esporte de alto rendimento. Adoto-se a abordagem qualitativa com a aplicação da técnica de análise de conteúdo para a categorização das reportagens. Da análise surgiram 7 categorias de reportagens: provocação, discussões, restrição de uso, punição, esclarecimento e negação, exposição do outro e incentivo. Essas categorias nos mostram que há, mesmo sendo um fenômeno relativamente recente, uma intensa repercussão e desdobramentos das mensagens postadas, bem como as conseqüências ainda não estão bem conhecidas.

Palavras Chaves: Twitter; Esporte; Tecnologias; Redes Sociais; Psicologia Do Esporte.

### **ABSTRACT**

---

<sup>1</sup> Doutorando em Desenvolvimento Humano e Tecnologia - UNESP - Rio Claro. Reitor da Universidade do Grande ABC de 2008 a 2010 (UNIABC). Mestrado em Ciências da Motricidade pela UNESP – Rio Claro – SP (2005). Especialista em Psicologia do Esporte pelas Faculdades Metropolitanas Unidas (1997). Graduado em Educação Física pela Universidade de Formação Educação e Cultura do ABC - UNIABC (1994). E-mail: [frebustini@lepespe.com.br](mailto:frebustini@lepespe.com.br)

<sup>2</sup> Licenciatura Plena em Educação Física pela Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de São José do Rio Pardo (2002). Mestrado em Ciências da Motricidade Humana pela Universidade Estadual Paulista, Campus de Rio Claro (2007). Doutorando em Desenvolvimento Humano e Tecnologia - UNESP - Rio Claro.

<sup>3</sup> Licenciado em Educação Física pela Escola Superior de Educação Física e Desportos de Catanduva (1982). Mestrado em Ciências da Motricidade pela UNESP - Campus Rio Claro (2004). Doutorando em Desenvolvimento Humano e Tecnologia - UNESP - Rio Claro.

<sup>4</sup> Licenciado em Educação Física. Graduação em Filosofia e Pedagogia. Mestrado (1985) e doutorado (1994) em Educação, pela UNICAMP. Livre-docente pelo Instituto de Biociências, UNESP, Rio Claro. Coordena o LEPESPE (Laboratório de Estudos e Pesquisas em Psicologia do Esporte), foi presidente da SOBRAPE (Sociedade Brasileira de Psicologia do Esporte), na gestão 2006-08. Coordenador do Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Humano e Tecnologias (DEHUTE), no IB/UNESP.

The use of twitter appears as an intensive tool for athletes, coaches, managers and people connected in the sport environment. The aim of this research was to analyze the impact of new media, mainly upon the messages posted on Twitter by personalities involved in elite sport. We adopted a qualitative approach with the technique of content analysis to categorize the news. Seven categories emerged from the analysis of reports: provocation, discussions, use restrictions, punishment, clarification and denial, the exposure of other and encouragement. These categories show us that there are, even its being a relatively recent phenomenon, a strong repercussion of the messages in the digital media, and consequences still are not well known.

Keywords: Twitter; Sport; Technologies; Social Networks; Sport Psychology

### **Introdução**

É inegável considerar o esporte como um dos maiores fenômenos da humanidade no Século XX; praticamente em todas as Nações, a atividade física e o esporte são partes essenciais de suas culturas.

A expansão significativa do esporte está intimamente conectada a duas instrumentalizações apontadas por Bourg e Gouguet (2005): do 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...

Soma-se a isso, a expansão e aprofundamento da relação com a mídia, no último quarto do século XX. As transmissões esportivas começam a ser realizadas ao vivo, via satélite, e passam a atingir regiões antes inacessíveis, revelando um novo mundo de interações, criam-se paixões, mitos e ídolos transnacionais. Essa nova dinâmica 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. As fontes de receita provenientes dessa expansão e dos

patrocinadores tornam-se ainda mais atrativas; elas encantam, assediam e pressionam constantemente os atletas, maximizando a imagem de ídolo e herói.

O advento do mundo digital e da virtualização das novas mídias, sem dúvida um caminho sem volta, potencializou esse retorno de maneira intangível, fazendo com que o controle e avaliação sobre a influência e riscos das 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”.

Neste sentido, não podemos deixar de atentar que o esporte é um mesossistema social, e como tal, co-habita e inter-relaciona-se com as diversas camadas dos microsistemas e dos macrosistemas. Essas dinâmicas 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.

Numa leitura da sociedade contemporânea Baumann (2007, p. 9) 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

Desta forma pode causar em diversos momentos uma confusão identitária no indivíduo, tamanha a 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, que é o espaço criado pela rede comunicacional formada por meios eletrônicos-computacionais da qual a internet é parte, tenciona as noções de espaço, tempo e lugar (GUTIERREZ, 2009). Esta relação espaço-tempo desenvolve uma polissemia, polifonia e um ambiente caótico, expandindo a capacidade de expressão e comunicação, mas também o torna praticamente incontrolável. Esse ambiente possibilita uma multiplicidade de significados e a descoberta de cada novo nível modifica a percepção do todo, conforme Berger (2002). Além disso, Le Breton (2007) afirma que os usos físicos do

homem dependem de um conjunto de sistemas simbólicos. Portanto, não há como ignorar nos dias atuais que a multiplicidade de significados interfere no esporte de rendimento.

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”.

O aparecimento das redes sociais, dos blogs e microblogs alteram as dinâmicas clássicas da mídia televisiva, do rádio e jornais. O impacto dessas mídias é instantâneo, possibilitando que aqueles que estão conectados, em uma rede, tenham 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, 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, em um efeito cascata no ciberespaço.

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. De acordo com Comm e Burge (2009) há dois fatores que dão ao *twitter* esse “poder”, o primeiro é a simplicidade, e o segundo é a capacidade de criar massa crítica. Desta forma, os atletas são seguidos por torcedores, companheiros, patrocinadores, agentes, dirigentes e técnicos que acompanham e repercutem as mensagens. Como esse ambiente não é de sentido único, estes “seguidores”, também são seguidos, e assim, cria-se uma teia complexa e intensa de informações.

Contudo, quais são os efeitos da polifonia, da polissemia e do caos criado por essa nova dinâmica? Como os jornalistas repercutem as mensagens postadas já que eles são ativos nesse processo dialógico? Se antes o jornalista esportivo emitia a opinião nas colunas dos jornais do dia seguinte, hoje é quase instantâneo, as postagens são realizadas durante a partida ou evento, por meio dos blogs e microblogs dos jornalistas.

O compartilhamento e interconexões existentes entre as diversas redes sociais possibilitaram que pessoas que não são seguidores primários sejam atingidas pelas notícias. Os jornalistas são seguidores e seguidos pelos atletas, técnicos e pelas demais esferas do

ambiente esportivo. Essa nova dinâmica carece de estudos que visem analisar, compreender e criticar como a utilização das novas mídias interfere no esporte e no desempenho dos atletas, técnicos, torcedores e de todos aqueles que acompanham de forma mais próxima o esporte.

Desta forma, o objetivo da pesquisa é analisar o conteúdo das reportagens que tratam da repercussão nas mídias digitais das mensagens postadas no twitter por pessoas envolvidas no esporte de alto rendimento.

### **Procedimento Metodológico**

Adota-se a pesquisa qualitativa por meio da análise de conteúdo das reportagens que tratam do uso do *twitter* no esporte de alto rendimento. 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”

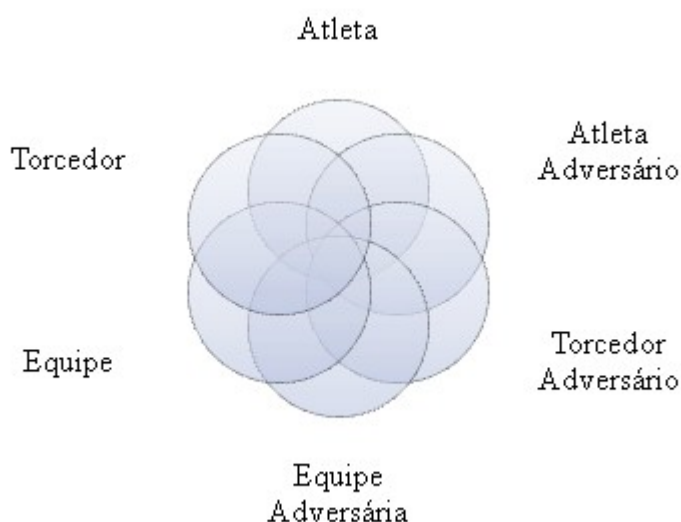
As reportagens foram localizadas por meio de buscadores na internet. Foram utilizadas 37 reportagens, sendo que 22 tratavam de repercussões no esporte nacional e 17 no esporte internacional, a análise centrou sobre a temática das reportagens.

### **Resultados e Discussão**

A análise de conteúdo resultou na extração e construção de 7 categorias decorrentes das características das reportagens trabalhadas.

**Provocações** – As reportagens tratam das mensagens postadas que tinham o objetivo de provocar e fomentar rixas. É nessa categoria que encontramos o maior número de teias de relacionamentos e repercussões. As provocações essencialmente são emitidas entre as personagens da Figura 1. A tríade atleta-equipe-torcedor que dispara provocações entre si,

também provoca os adversários na mesma tríade. Na realidade, as provocações estão exatamente sobre os protagonistas do evento esportivo. Tanto as reportagens nacionais quanto internacionais repercutem essencialmente sobre os mesmo pontos: o resultado dos jogos e o desempenho dos atletas nas partidas.

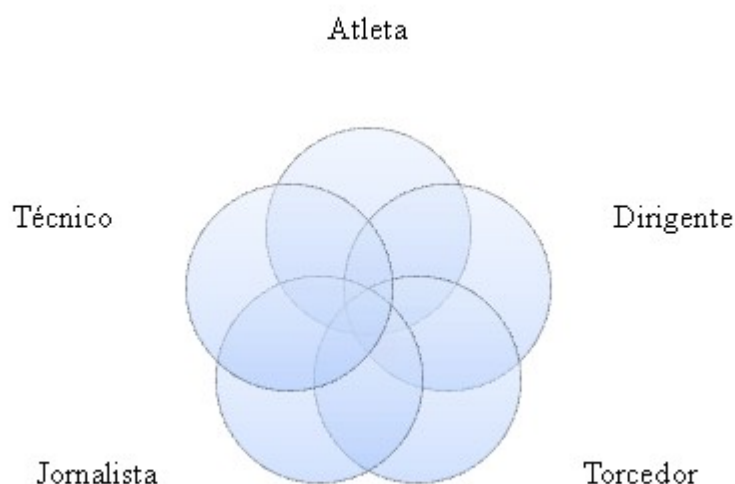


**Figura 1. Dinâmicas para a categoria "provocações"**

**Discussões** – As reportagens que estão nessa categoria tem relação direta com as da categoria anterior (provocações). Elas destacam as respostas de personalidade do ambiente esportivo sobre as provocações feitas. Nessa categoria aparecem personagens que não estavam contidos na tríade citada anteriormente, que são: os técnicos, os dirigentes e os jornalistas (Figura 2). Há um ponto interessante enquanto nas provocações recorrentemente são feitas de forma generalizada, por exemplo, quando se provoca uma equipe ou uma torcida. Nessa dimensão isso não ocorre, a discussão tem foco: um atleta que questiona a abordagem dada por um jornalista sobre as provocações, um dirigente que questiona a posição do jornalista, o técnico que argumenta sobre o dirigente. Claramente o cenário indica que se sobe na hierarquia esportiva, os protagonistas estão no comando esportivo e formação das opiniões no esporte. Não houve novamente distinção entre as reportagens nacionais e as internacionais.

**Restrição de uso** – Essencialmente, estão as matérias que repercutem 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 estão estudando regras para restringir o uso 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). Essas 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 pessoas envolvidas nos eventos não divulguem informações consideradas de sigilo e segurança dos jogos e para impedir que ocorram provocações entre os atletas durante os jogos causem constrangimentos. Mas, um ponto chave é tentar impedir o uso de mensagens de cunho comercial, isto é, *twitters* de atletas que tem patrocinadores próprios que não são os patrocinadores do Comitê Olímpico Internacional ou das Federações e Confederações esportivas.

**Figura 2. Dinâmicas para a categoria "discussão"**

**Punição** – Essa categoria é consequência da anterior. Os organismos esportivos na busca da restrição e controle desenvolveram multas e sanções. É o caso da NBA (National Basketball Association – Liga Americana de Basquete), implementou um código de uso das novas mídias (INFO ABRIL, 2009), a mesma reportagem destaca a multa de 7,500 dólares por violação das normas. Atletas que têm postado mensagens com menções racista, discriminatórias ou que possam de alguma forma gerar constrangimento estão sendo alertados de possíveis complicações em decorrência.

**Esclarecimento e negação** – Em muitos casos, os atletas não conseguem avaliar as conseqüências das mensagens postadas em suas páginas e, por vezes, acabam tendo de 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. Uma das formas de tentar se livrar da responsabilidade da autoria é dizer que a conta foi invadida ou que outra pessoa escreveu a mensagem.

**Exposição do outro** – Essa categoria, talvez, seja a mais perigosa, são as reportagens que repercutem sobre mensagens feitas no intuito da exposição de outra pessoa e não do proprietário do twitter. Muitas vezes as mensagens expõem os atletas situações íntimas - nus em vestiários-, quase sempre de autoria anônima.

**Incentivo** – apenas uma reportagem repercutiu sobre o incentivo de um órgão esportivo para que os atletas postassem mensagens. A UFC (Ultimate Fight Championship) que é a maior organização de MMA (Mixed Martial Arts). Não é possível verificar se essa é um posicionamento de visão da organização ou uma estratégia de divulgação, que mais tarde pode ser interrompida quando esta entender que essa ação possa ir contra os interesses dela.

## **Reflexões**

De acordo com Kellner (2006) os espetáculos multimídia fascinam e influenciam profundamente o pensamento e a ação. Ainda não é acurado o potencial econômico da associação entre o esporte e as novas mídias, bem como, qual será o resultado da integração do esporte e das novas mídias numa dinâmica multimidiática. Durante a segunda metade do século XX, o rádio e, principalmente, a televisão foram responsáveis pela intensificação do enraizamento do esporte na cultura das nações, por criar ídolos, heróis e mitos.

Partindo desse apontamento e dos resultados da pesquisa somos conduzidos a algumas reflexões, basicamente com questionamentos. Vamos adotar quase que exclusivamente as reflexões sobre a figura do atleta, mas elas devem ser extrapoladas para todos os envolvidos no ambiente esportivo:



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;

- a) O quanto eles afetam a formação das novas gerações, inclusive dos jovens atletas?  
Exatamente a geração mais integrada às redes sociais e novas mídias;
- b) O quanto à repercussão e o envolvimento nesse ambiente virtual pode interferir no desempenho do atleta? Ele está imune as conseqüências? Pode gerar um ambiente de vulnerabilidade?
- c) Como desenvolver uma criticidade sobre o uso das novas formas de mídia e o esporte de alto rendimento?
- d) Como se dá a relação entre aquele que usa para expor sua vida e aquele 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. Comm e Burge (2009, p. 75) contribuem com o seguinte apontamento “os sites da web têm usuários, o Facebook tem amigos, e o Twitter, seguidores. Eles seguem suas mensagens – e, no processo, seguem sua vida” (grifo nosso).
- e) 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 conseqüências.
- f) 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 desencadeadores da mensagem, 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 leitores de leitores terão acesso aos fatos, quase instantaneamente. O poder e o impacto real dessa nova dinâmica ainda não podem ser mensurados.

g) Um ponto sensível e perigoso é o fato de que alguém pode argumentar que nesse novo sistema a mensagem pode ser apagada, será? Basta um pequeno exercício para ver que o risco de uma mensagem comprometer as relações, principalmente, dos atletas com o mesossistema que o abarca. Uma vez a mensagem enviada não há mais controle sobre ela; ela pode ser “retuitada”, e em instante estar disponível para milhões de seguidores, mesmo que não sejam seguidores diretos dos atletas, mas estão conectados aos seguidores primários. Mesmo que o atleta, instantes depois de postar a mensagem arrepende-se e a apague, não garantirá que essa mensagem sumiu no ciberespaço. Essa mensagem pode ter sido “retuitada” para outras redes, por meio de compartilhamentos automáticos. Assim, mesmo que apagada na origem, a mensagem pode ter sido remetida para outras redes, pode ser sido salva, feito um *printscreen* e essa mensagem poderá ser lançada na rede quando o autor desse processo quiser.

*O twitter* como pode ser visto como um meio de divulgação, de promoção, de confronto, fonte de receitas, de discussão e mesmo de exposição da condição do atleta em seu clube. Esse contexto faz com 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.

## **Referências**

BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: edições 70. 2010

BAUMANN, Z. *Tempos líquidos*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BERGER, P. *Perspectivas sociológicas: uma visão humanística*. Petrópolis: Vozes, 2002

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

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.

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.

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

INFO ABRIL. Jogador de Basquete usa twitter e paga multa. 21 de dezembro de 2009. Disponível em: <http://info.abril.com.br/noticias/internet/jogador-da-nba-usa-twitter-e-paga-multa-21122009-24.shl>,. Acesso em: 15 de dezembro de 2010.

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

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

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