

Memos nas Olimpíadas Rio 2016: o caso #DesculpaNeymar¹

Vinícius BARROS²

Vitor do NASCIMENTO³

Manuela CAVALCANTI⁴

Igor ALCOFORADO⁵

Juliano DOMINGUES DA SILVA⁶

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

O uso de memes tem conquistado muito espaço nas redes sociais e servido de instrumento para a replicação de conteúdos variados na Internet. O presente trabalho se dedica à análise desse fenômeno, ao propor uma interpretação do surgimento e propagação da hashtag DesculpaNeymar nas Olimpíadas Rio 2016. Tomou-se como base teórica conceitos próprios da reflexão sobre a chamada cibercultura. Metodologicamente, foi usada a indexação da hashtag e o recurso de pesquisa da rede social Twitter entre os dias 8 e 21 de agosto. Assim, foi possível identificar padrões em termos de oscilação de comentários e opiniões de internautas no que tange às seleções masculina e feminina de futebol. Com isso, procura contribuir com o estudo acerca do fenômeno da propagação de memes nas redes sociais.

PALAVRAS-CHAVE: meme; Rio2016; cibercultura; propagação; twitter.

Introdução

Nas Olimpíadas Rio 2016, um fenômeno típico das redes sociais foi visto amplamente entre as publicações sobre o evento: os memes. O conceito foi introduzido em 1976, pelo biólogo Richard Dawkins, em seu livro “O Gene Egoísta” (DAWKINS, 2001).

Neste artigo, o conceito de memes de Dawkins (2001) é revisado e trazido para o ambiente comunicacional sob à luz de pensadores da cibercultura, aplicando-se diretamente ao evento das redes sociais, em especial o Twitter. Adotou-se como estudo de caso o meme de um garoto vestido com a camisa do Brasil, cujo o nome do jogador da seleção brasileira de futebol masculino, Neymar, presente na blusa, está riscado. Para fins metodológicos, foi usada a indexação da hashtag #DesculpaNeymar e o recurso de

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Comunicação Multimídia do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UNICAP, email: vbarros102@gmail.com

³ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UNICAP, email: vitor.nascimento@hotmail.com

⁴ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UNICAP, email: manuela.cavalcanti@hotmail.com

⁵ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UNICAP, email: igoreaf96@gmail.com

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UNICAP, email: juliano@unicap.br

pesquisa da rede social Twitter dirigido entre os dias 8 e 21 de agosto. Através desses recursos, tornou-se possível identificar como se deu a propagação do meme descrito acima e quais foram os desdobramentos que o mesmo adquiriu durante sua repercussão na rede social.

Numa fase posterior, foram abordadas as hipóteses acerca do material coletado para construção da análise sobre repercussão desse meme. Tal repercussão foi mensurada através de retweets, comentários e desdobramentos a partir do meme original.

Justificativa

Numa época em que a cibercultura ganha espaço no cotidiano da sociedade, alguns elementos típicos da cultura digital geram elevado alcance midiático. Uma pequena postagem no Facebook pode levar centenas de likes e compartilhamentos. Algo dito no Twitter pode gerar grandes polêmicas, e assim, a realidade virtual se torna mais próxima do cotidiano, fomentando ainda mais a comunicação do século XXI e criando um novo espaço para discussões. Tal aspecto abre portas para uma maior interatividade e rapidez no processo comunicativo; isto pode ser muito bem explicado por Pierre Lévy em seu livro *Cibercultura* (LÉVY, 1999, p. 193):

O termo “ciberespaço, em contrapartida, indica claramente a abertura de um espaço de comunicação qualitativamente diferente daqueles que conhecíamos antes dos anos 80. [...] O ponto fundamental é que o ciberespaço, conexão dos computadores do planeta e dispositivo de comunicação ao mesmo tempo coletivo, não é uma infraestrutura: é uma forma de usar as infraestruturas existentes e de explorar seus recursos por meio de uma interatividade distribuída e incessante que é indissociavelmente social e técnica. (LÉVY, 1999, p. 193)

Embora seja assunto crucial do nosso século, o debate sobre espaço virtual e replicação de conteúdo e idéias na internet já vem sendo estudado há algum tempo. Com base nisto a presente pesquisa foi dirigida para entender tal fenômeno das redes sociais como espaço de divulgação de informação, tomando por base o uso dos memes.

Segundo os estudos do cientista Richard Dawkins (2001), memes consistem na transmissão de informação através de replicadores de comportamentos, que se torna, atualmente, representação da realidade vivida. Este fenômeno é tendência no meio virtual e sua análise, mediante o uso da teoria do enquadramento, ajuda a entender o que é discutido pelas pessoas e qual a percepção difundida através deste artifício.

Dessa forma, o presente artigo pretende trazer uma discussão acerca da propagação de memes por meio das mídias sociais, mas com destaque internacional, uma vez que se trata de um caso ocorrido nas Olimpíadas Rio 2016. Entre os dias 5 e 21 de agosto de 2016, o evento esportivo mobilizou 206 delegações dos mais diversos países, num total de 11.544 atletas, imersos na rotina de competições. Nesse contexto, inúmeras histórias suscitam no ambiente esportivo, sendo estas um prato cheio para usuários da Internet retratarem por meio de memes suas ideias.

Neste artigo, tem-se a intenção de explorar a vastidão de imagens criadas pelos internautas brasileiros usando a rede social Twitter como fonte de dados. Pretendeu-se fazer uma análise do conteúdo retratado nas redes e difundido dentro do conceito de multiplataforma e da cultura participativa, com o objetivo principal de se compreender como fenômenos dessa natureza ocorrem.

Problema de pesquisa e hipótese

Ao acompanhar as gerações, década após década, convivemos com a ideia da rapidez e fluidez da informação está cada vez mais presente, e, com ela, novas formas de comunicação serem desenvolvida. O que antes estava preso em determinado espaço e tempo, hoje migra para outras plataformas online, que dão voz para que cada vez mais pessoas possam expressar suas opiniões e estabelecerem elos de contato, promovendo maior interatividade entre grupos e culturas virtualmente. Segundo Castells (2011), este fenômeno chega para permitir uma comunicação de todos para todos, onde a velocidade de transformação da informação tornou-se tão rápida que é difícil até para a ciência acompanhar.

É com base na análise desse ciberespaço, definido por Lévy (1999) e Castells (2011), e do conceito de propagação de imagem de Dawkins (2001) supracitada no começo do artigo, que é objeto da pesquisa a forma de comunicar-se através da criação e replicação de memes. Esta transmissão de informação e comportamento caracteriza precisamente a nova geração, que através dessas imagens estáticas ou animadas transmitem suas críticas e/ou pensamentos sobre acontecimentos sociais. Tratam-se de episódios que sugerem os seguintes questionamentos: como se deu a propagação do meme nas redes sociais? Como se deu a repercussão desse meme entre os usuários do Twitter? Como se manifestou o desdobramento deste meme na internet?

Com base em pesquisas introdutórias e trazendo o recorte de estudo sobre a divulgação do conteúdo na rede social Twitter no período das Olimpíadas Rio 2016, procura-se compreender a dinâmica do surgimento e propagação de memes na internet. Como método, utilizou-se a categorização desse conteúdo, pesquisado através da hashtag #DesculpaNeymar, e o recurso de pesquisa avançada do Twitter aplicados à procura dos nomes Neymar e Marta durante os dias 8 e 21 de agosto de 2016.

Como hipótese, é possível afirmar que os comentários identificados se deram a partir de uma rejeição do público para com os atletas olímpicos, em especial os jogadores da seleção masculina de futebol. A rejeição vem ao caso por estar diretamente ligada ao mau desempenho dos homens no futebol no início do evento, sendo comparado ainda mais ao futebol feminino, que ao contrário, fazia uma boa participação logo de cara. O comportamento nas redes sociais apresentava-se como um termômetro do desempenho desses atletas, quanto melhor eles fossem, mais comentários positivos, e vice-versa. Foi neste contexto que surgiu a hashtag #DesculpaNeymar, a qual utilizar-se-á durante toda a pesquisa. Essa foi a hipótese testada pela presente investigação.

Fundamentação teórica

Ao trazer para a pesquisa a abordagem sobre memes, faz-se necessária a explicação do que eles são. Definido pela primeira vez pelo etólogo e biólogo Richard Dawkins (2001), em seu livro “O Gene Egoísta”, o autor dedicou um de seus capítulos à explicação sobre a replicação de conteúdo, usando da comparação entre a biologia e a cultura. Dawkins enfatiza a analogia entre a evolução cultural e a evolução genética, mas atenta que algumas vezes esta analogia ganha uma conotação um tanto desnecessária (DAWKINS, 2001, p. 212). Dentre os aspectos usados para essa comparação, ele afirma a importância do DNA como a entidade replicadora mais comum em nosso planeta; assim sendo, pergunta-se se haveria outras (DAWKINS, 2001, p. 214).

Mas temos que ir para mundos distantes a fim de encontrar outros tipos de replicadores e outros tipos de evolução? Acho que um novo tipo de replicador recentemente surgiu neste próprio planeta [...] O novo caldo é o caldo da cultura humana. Precisamos de um nome para o novo replicador, um substantivo que transmita a idéia de uma unidade de transmissão cultural, ou uma unidade de *imitação*.” (DAWKINS, 2001, p. 214)

A replicação da cultura para ele é um dos fatores mais presentes, pois é responsável por trazer várias crenças, padrões, dogmas, fés ou mesmo a própria ideia ligada a língua nativa. Todos estes fatores iriam além do genético. Nesta perspectiva, Dawkins denomina a “imitação” de conteúdo e a transmissão durante gerações como “Mimeme” ou Meme. Ligado à memória, meme poderia se relacionar com a própria definição de integração social. Na Sociologia a imitação é vista como um ato inerente ao processo de aprendizagem, que é a primeira forma de contato social. “Imitar é natural ao homem desde a infância – e nisso difere dos outros animais, em ser o mais capaz de imitar e de adquirir os primeiros conhecimentos por meio da imitação – e todos têm prazer em imitar” (Aristóteles *apud* FERNANDES, 2005, n.p.).

Replicadores bem sucedidos, os memes, então, seriam a mais concreta forma de transmitir conhecimentos, podendo replicar-se da mesma forma que os genes. Entretanto, Dawkins (2001) levanta caso sobre outra característica dos memes: a sua fidelidade de cópia. Segundo ele, à primeira vista os memes parecem ser replicadores de alta fidelidade, mas cada vez que uma pessoa ouve uma ideia e transmite-a a outra pessoa, ele provavelmente muda seu conteúdo. Desta forma, pode-se dizer que certa “mutação” ocorre na informação transmitida, e este seria outro caso dos memes, que estariam mais associados à ideia evolutiva. Explícito no livro “O Gene Egoísta” (DAWKINS, 2001), também é previsto o mesmo caso no próprio DNA, replicador universal.

Ao partir deste princípio de memes e entender sua definição como replicador cultural, foi possível delinear o rumo do artigo e do nosso estudo de “Memes nas Olimpíadas Rio 2016”. Os memes foram estudados de acordo com sua influência no espaço virtual (internet), mais especificamente na rede social Twitter. Neste artigo, se tem a intenção de explorar a repercussão de um dos memes mais famoso das Olimpíadas 2016: a imagem de um menino que utiliza a blusa do Brasil com o nome do jogador de futebol Neymar riscado, e, logo em baixo, o nome de Marta - jogadora da seleção brasileira feminina de futebol - escrito com hidrocor.

FIGURA 1 – foto que deu origem ao meme #DesculpaNeymar



Fonte: Internet, 2016.

O estudo da repercussão deste meme foi feito com a separação da imagem em duas categorias: a primeira forma sendo a imagem sem sofrer qualquer “mutação” (FIGURA 1). Já a segunda forma será da imagem com alterações feitas por usuários do Twitter. Nas modificações, constam os nomes de outras pessoas, cujo desempenho nos Jogos Olímpicos cresceu, resultando ou não em medalhas de ouro. Exemplo disto foi a utilização do nome de Bárbara, goleira da seleção brasileira feminina. Além dela, o atleta do salto com vara Thiago Braz, que ganhou ouro na modalidade, foi lembrado com a expressão “Menino da Vara” (FIGURA 2).

FIGURA 2 – foto original modificada



Fonte: Internet, 2016.

Memes: interação e cultura participativa

Diante das explanações feitas sobre a definição de memes, um conceito que deve ser inserido nessa discussão é o de propagação. Ele será importante para explicar o caráter disseminador desse meme. O autor que utiliza tal definição é Jenkins, Green e Ford (2014). Em *A Cultura da Conexão*, eles definem o termo “propagável”, cabível para explicar o fenômeno memético:

Pense em ‘propagável’ como aquilo que coloca algo num lugar, como uma postagem na Wikipédia; é algo em torno do qual se pode criar uma conversa. Queremos desafiar os leitores a refletir sobre as metáforas que todos usamos quando falamos sobre como conteúdos se movimentam através do cenário cultural (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 26)

A propagabilidade como objeto de estudo sobre esse meme será importante para identificar como essa imagem foi compartilhada e ajudará a embasar o presente artigo.

O que acontece quando muitas pessoas tomam decisões ativas para colocar conteúdo em movimento passando adiante uma imagem, uma música ou um videoclipe para amigos ou para redes sociais amplas? Como essa pergunta sugere, uma boa parte do que está sendo compartilhado no momento atual é entretenimento, ainda mais porque as comunidades de fãs estiveram entre as primeiras a adotar a prática da propagabilidade (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 32-3)

Outro fator fundamental para a presente pesquisa é a interação existente entre os usuários das grandes redes. Essa cultura de mútua participação é o que fortalece a ideia de replicação, vital para o conceito de meme iniciado por Dawkins (2001).

Um aspecto mais central a ser abordado é a replicação desse elemento midiático sob a forma de paródia. Com base em Lévy (1999), destacam-se, para efeitos deste artigo, as ideias de reapropriação e de recombinação da mensagem por parte do receptor, como parâmetro a partir do qual é possível avaliar o grau de interatividade do produto. Dentro dos memes esse grau de interatividade é visível pela quantidade de reapropriações feitas em cima de uma mesma imagem, de um mesmo meme. Assim, pode-se relacionar o conceito com a utilização dos memes como paródias da realidade. Essa recombinação do material original pode ser encontrada nos mais diferentes conteúdos difundidos na internet na forma de memes. No caso específico do meme encontrado através da hashtag #DesculpaNeymar e das pesquisas avançadas do site

Twitter, tais reapropriações são vistas neste artigo, bem como a maneira na qual o uso da mesma imagem foi ganhando conotações distintas à medida que novos acontecimentos ditavam o ritmo dos Jogos Olímpicos Rio 2016.

Teoria do Enquadramento

Foi aplicado ao estudo, ainda, a Teoria de Enquadramento, formulada por Bateson (1954) e Goffman (1986). Nela, a mídia é colocada como influenciadora das pessoas, moldando as interpretações e ações dos atores sociais (público da Olimpíadas).

Segundo Goffman (1986), o estudo do enquadramento analisa a forma que os mass media (meios de comunicação de massa) enquadram os conteúdos para os consumidores das notícias. Enquadramento são marcos interpretativos criados pelas pessoas, com a finalidade de dar sentido a eventos ou acontecimentos. Esses marcos, guiam a forma como as pessoas entendem o mundo e ajuda os indivíduos a formarem opiniões. De acordo com a Teoria do Enquadramento, a informação é direcionada pela janela a qual cada pessoa tem acesso. O indivíduo interpreta a mensagem e constrói suas experiências de vida, o que faz com que cada um tenha abordagens diferentes do mesmo material noticiado,

As pessoas apenas enxergam o mundo através de uma moldura de uma janela. Se a moldura da janela é muito pequena, as pessoas já enxergarão uma pequena parte do mundo. Se a janela na parede é voltada para o oeste, as pessoas apenas enxergarão o oeste. Em outras palavras, a mídia pode mostrar apenas uma pequena parte do mundo a partir de um particular ponto de vista. (PARK, *apud* LEAL, 2007, n.p.).

No caso desta pesquisa, a abordagem tratou sobre o enquadramento tomado pelos usuários alcançados pelo memes e a grande interação suscitada pela imagem difundida pelo Twitter. A foto que deu origem ao meme foi tirada de maneira repentina e postada na rede social supracitada. A partir daí, foi enquadrada como forma de retratar uma das percepções do público brasileiro com a seleção masculina de futebol nas olimpíadas, através de seu jogador de maior destaque.

Hashtag

A interação feita pelo Twitter pode ser realizada por meio de um mecanismo chama de indexação, quando há o uso de hashtags. Este termo foi criado primeiramente

para auxiliar na busca por conteúdos de nicho. Essa procura específica contribui até hoje para informações setorializadas. Moura e Mandaji (2014, p. 6), no artigo “A relação das hashtags com as palavras de ordem presentes nas Manifestações Brasileiras de 2013”, definem as funções das hastags na indexação de conteúdo: “As hashtags classificam, agrupam e direcionam as informações contidas na web sobre os mais variados temas e assuntos, possibilitando maior participação e cooperação dos usuários, através da utilização de palavras-chave para organização”.

Deste modo, a hashtag #DesculpaNeymar juntamente com o recurso de pesquisa avançada do Twitter dos nomes Marta e Neymar durante o período de 6 a 21 de agosto foram adotadas neste artigo para a localização e apreciação do meme referido acima. Dito isso, o meme servirá de pano de fundo para a análise da propagação de conteúdo e as apropriações sofridas por ele no universo da rede social Twitter.

Metodologia

Para construção da metodologia, o artigo faz uso da Teoria do Enquadramento, proposta pelos estudiosos da área da comunicação Gregory Bateson e Erving Goffman. Segundo os comunicadores o direcionamento da informação é constantemente noticiosa, determinando qual o assunto e como ele deve ser publicado na mídia.

O estudo sobre o caso do meme gerado a partir da imagem de um garoto com a camisa da seleção brasileira cujo nome de Neymar está riscado terá como base de pesquisa a rede social Twitter. Tal mídia social foi escolhida devido à capacidade da indexação de conteúdo proporcionada pelas hashtags, ou jogo da velha. Elas permitem encontrar um assunto de maneira mais específica, direcionando as buscas para o interesse do pesquisador. Assim, a Hashtag que proporcionou uma quantidade razoável de resultados ligados ao meme foi #DesculpaNeymar. Aliada a essa hastag, um outro meio eficiente encontrado foi a ferramenta de pesquisa da própria plataforma. Nela, é possível restringir as buscas por data e palavras-chave. Assim, o material encontrado faz referência exatamente à imagem que interessa ao artigo.

Assim, o presente artigo traz a observação da teoria aplicada ao tema de forma que seja analisada, primeiramente, a repercussão do meme durante o período de 08 a 21 de agosto de 2016. Após averiguada sua propagação, selecionar e enquadrar-se-á os memes encontrados em diferentes categorias: as quais tiveram a repercussão exata ao primeiro meme e o que sofreram alterações durante o processo.

Análise

De acordo com a análise feita no Twitter, o avanço da seleção brasileira masculina foi dando outros contornos à percepção da torcida em relação a Neymar. Já no dia 17 de agosto, três dias antes da final do torneio que consagraria a equipe como campeã olímpica, a hashtag #DesculpaNeymar já surgia na rede social. Tal reação foi um reflexo da goleada aplicada na semifinal diante da seleção de Honduras. Na partida, o atleta marcou um gol com apenas 14 segundos. No mesmo jogo, ele ainda converteu mais um tento e deu assistências aos companheiros de time.

A relutância em acreditar na equipe, motivada pelos resultados de 0X0 nas duas primeiras partidas e a falta de gols. O time masculino brasileiro foi o último entre todos os times a marcar nas Olimpíadas. Tal fato foi fundamental para que fosse criado no Twitter um palco opinativo, o qual pode-se observar que os comentários oscilavam de acordo com o desempenho desses atletas (FIGURA 3). Aliado à isso, o desempenho feminino só crescia e ganhava destaque com a torcida. Ressalte-se os exemplos reproduzidos abaixo:

FIGURA 3 – reprodução de postagens no Twitter relativos ao fraco desempenho do Brasil.





Fonte: Twitter, 2016.

Com a goleada aplicada pela seleção brasileira diante do time dinamarquês, por 4x0, a reação negativa do público contra Neymar arrefeceu (FIGURA 4). Na partida o atleta foi aplaudido em campo. Depois da Dinamarca, nota-se que o desempenho dos atletas masculinos cresceu, ganhando no jogo seguinte, dia 13 de agosto, contra a Colômbia por 2x0, caminhando para a semifinal. No Twitter o resultado positivo da seleção brasileira masculina começou a levantar outra série de comentários. As postagens abaixo reproduzidas ilustram isso:

FIGURA 4 – reprodução de postagens no Twitter relativos ao melhor desempenho do Brasil.



Fonte: Twitter, 2016.

Vale salientar que na partida das quartas de final contra a Austrália, dia 12 de agosto, a seleção feminina travou uma disputa de pênaltis, na qual Marta errou a cobrança. Surgiu aí a figura da goleira Bárbara com maior destaque, devido à defesa feita por ela que deu ao Brasil o acesso à fase seguinte.

Até então, somente havia um meme que ganhou a internet, o menino com o nome de Neymar riscado. Com o entrave feminino entre Brasil e Austrália e o pênalti perdido de Marta, as atenções se voltaram para a goleira Bárbara. A partir daí outro meme surgiu nas redes, reproduzido abaixo (FIGURA 5):

FIGURA 5 – mutação do meme original destacando a goleira Bárbara.



Fonte: Twitter, 2016.

Já abalados pelo desempenho dos jogadores de futebol, tanto das equipes femininas quanto as masculinas, os comentários e a circulação de memes ganharam outra amplitude. Para analisar esta seguinte etapa será necessário recapitular o conceito de memes descrito por Dawkins. O estudioso acreditava que a replicação pode vir de duas formas: uma sendo a propagação fiel à primeira ideia, e a segunda uma replicação que sofre mutação em seu conteúdo inicialmente divulgado.

A mutação do meme pode ser vista nas imagens que foram sendo criados após o jogo do Brasil do dia 12 de agosto, quando trouxe à tona o nome da goleira Bárbara. Menos de uma semana depois, outro nome também ganhou destaque, Thiago Braz ou “o menino da vara”. Medalhista de ouro no salto com vara, ele também representou uma das alterações feitas pelos internautas na camisa rabiscada.

No momento em que a equipe masculina de futebol vencida as partidas eliminatórias, a Hashtag #DesculpaNeymar ganhava força e crescia no número de citações entre os usuários. De acordo com a análise feita no Twitter, o avanço da seleção brasileira masculina foi dando outros contornos à percepção da torcida em relação a Neymar.

Já no dia 17 de agosto, três dias antes da final do torneio que consagraria a equipe como campeã olímpica, a hashtag DesculpaNeymar já surgia na rede social. Tal reação foi um reflexo da goleada aplicada na semifinal diante da seleção de Honduras. Na partida, o atleta marcou um gol com apenas 14 segundos. No mesmo jogo, ele ainda converteu mais um tento e deu assistências aos companheiros de time. Já na final, dia 20 de agosto, a hashtag se alastrou com maior intensidade.

FIGURA 6 – a hashtag #DesculpaNeymar ganha força



Fonte: Twitter, 2016.

Conclusão

O caso de estudo deste artigo é um dos memes mais famosos das Olimpíadas Rio 2016. Trata-se da imagem de um garoto vestido com a blusa do Brasil, na qual se vê o nome de Neymar riscado e o de Marta escrito logo abaixo. A análise teve como objetivo compreender a dinâmica do surgimento e propagação desse tipo de fenômeno na internet, mais especificamente na rede social Twitter. Para entender o contexto

favorável para a repercussão desse meme foi preciso revisar alguns conceitos-chave, sobretudo as ideias de cibercultura (LÉVY, 1999), meme (DAWKINS, 2001) e mídia propagável (JENKINS; GREEN; FORD, 2014).

No contexto das Olimpíadas Rio 2016, vale destacar a repercussão negativa do evento como opinião da maioria dos brasileiros, fato o qual pode ter contribuído para a rejeição de diversos atletas. Segundo dados apurados pelo Datafolha, dezessete dias antes da disputa estava em 50% a rejeição ao evento, além de uma faixa de 63% dos brasileiros verem mais prejuízo do que benefícios. Abrindo o leque de possibilidades para essa rejeição, pode-se juntamente supor que a Copa do Mundo possua relação com a desaprovação dos atletas de futebol. Igualmente dados do Datafolha, apenas 36% de pessoas mostravam-se realmente otimistas com o evento. Mas, essas são suposições que deverão ser estudadas em pesquisas seguintes.

Assim, pode-se inferir que a repercussão e propagação negativa das opiniões acerca do evento nas redes sociais refletiram-se, inicialmente, em mensagens negativas e descrentes em relação ao avanço dos atletas, em especial a seleção masculina de futebol, no jogos. Um dos principais nomes no futebol atual, Neymar, recebeu críticas pelo seu desempenho nas partidas iniciais, cujo ápice deu-se a partir da propagação da imagem de um garoto vestido com a camisa da seleção cujo nome de Neymar estava riscado, seguido pelo nome de Marta escrito. Vale resgatar que não apenas o desempenho masculino no futebol estava ruim quanto, na mesma época, a aprovação do time de futebol feminino fazia bons jogos e uma boa campanha; tal fato culminou na propagação do meme como também em diversas hashtags que comparavam as duas seleções, dentre elas a de estudo neste artigo: #DesculpaNeymar.

Os comentários em toda as redes sociais, em especial o Twitter, estavam condicionados à vitória e desempenho desses atletas nas olimpíadas, exemplo disso foi a repercussão de variados memes da foto do menino com o nome de Neymar riscado, e a aparição de nome de atletas de outros esportes e que estavam conquistando medalhas, como Rafaela Silva e ‘O Menino da Vara’ (Thiago Braz). Desta forma, é relevante também apresentar a volubilidade da opinião pública e o compartilhamento da mesma na rede social, representando, ao final dos Jogos Olímpicos, uma reviravolta nos comentários repercutidos. Quem antes rejeitava Neymar e os demais jogadores de futebol, na reta final do evento, exaltava sua participação. Isto graças ao desempenho dos jogadores, que resultou em uma medalha de ouro inédita para o Brasil.

Referências

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. 1º Edição. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2001.

FERNANDES, Vera Lúcia. **Uma leitura sócio-histórica da imitação no processo de ensino e aprendizagem**. 1º Edição, 2005. Disponível em: http://30reuniao.anped.org.br/grupo_estudos/GE01-3527--Int.pdf. Acesso em: 19 de set. 2016.

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

LEAL, P. M. V. Jornalismo político brasileiro e a análise do enquadramento noticioso. **Cong. da Assoc. Bras. de Pesq. em Com. e Pol.**, 2, Anais... Belo Horizonte, dezembro, 2007.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 1º Edição. São Paulo: Editora 34, 1999.

MANDAJI e MOURA apud SAAD, Marcela e MUNIZ, Polyana. **Como o uso das hashtags na publicidade pode contribuir para a viralização de campanhas: um estudo de caso sobre a campanha #somostodosmacacos**. 1º Edição. UNB. Disponível em: <http://bdm.unb.br/bitstream/10483/9395/1/2014_MarcelaSaadCampos_PolyanaMunizMachado.pdf>. Acesso em: 27 nov. 2016.