

A Representação do Indivíduo no Instagram no período das Olimpíadas Rio 2016:¹ Análise da hashtag *#rio2016olympics*

Joel Feltrin VALADARES²

Valéria Casaroto FEIJÓ³

Universidade comunitária da Região de Chapecó - SC – Unochapecó

Resumo:

Tendo em vista a forte influência das mídias sociais no comportamento dos indivíduos dentro e fora do universo da web, e de como a imagem tem grande significado neste contexto o objetivo deste artigo é compreender como ocorreu a representação imagética dos indivíduos durante as Olimpíadas 2016 na mídia social *Instagram*. A partir da perspectiva da teoria fundamentada mensurou-se os resultados colhidos durante a pesquisa e pôde-se constatar decorrente das análises efetuadas que os indivíduos durante o período são em sua maioria representados pela textualidade, ou seja, a representatividade destes deu-se por meio dos textos aliados a imagem de si mesmos, em determinado espaço referente ao tema proposto do período das Olimpíadas Rio 2016.

Palavras-chave: Mídias Sociais; *Instagram*; Conteúdo; Imagética; Olimpíadas 2016.

1.Introdução

Cada vez mais a internet tem se tornado um meio eficiente para que pessoas estejam conectadas pelos seus interesses, motivações, e afins, posto isto, este artigo discute questões à maneira com a qual os indivíduos se conectam a partir de um tema específico, e de como estes assuntos geram discussões no sentido argumentativo, e discursivo. As mídias sociais têm tido um crescimento significativo nos últimos anos, não só pela internet ter se popularizado e pelo estabelecimento dela de um modo muito mais eficiente em seu amparo técnico, mas também pelo fato de que ela ao passo que as tecnologias também evoluem na mesma ou maior intensidade, torna-se muito mais acessível a grande parte da população e a aqueles que antes sequer tinham acesso aos meios comunicacionais mais rudimentares. Tornando também muito mais amplo o conceito de debater assuntos, pois ao mesmo ritmo os indivíduos detêm a capacidade de

¹ Trabalho apresentado no IJ5 - Comunicação Multimídia do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

² Acadêmico do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, Unochapecó. E-mail: joel.feltrin@unochapeco.edu.br

³ Doutoranda em Design e Expressão Gráfica na Linha de Gestão pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC e professora dos cursos de Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Design na Unochapecó. E-mail: valeria_f@unochapeco.edu.br.

discutir diferentes temas em simultaneidade. Olhando para este cenário, compreende-se que as mídias sociais começam a tomar forma em efetividade a medida que muita das questões antes discutidas em outros meios, tendem a convergir a um, ou por uma perspectiva mais ampla, tudo acontece nelas e por meio delas. E deste modo, ganham importância relevante no cenário da comunicação, pois existem diversas formas de leitura do contexto e problematização dele. Não caracterizando-se pelo formato padronizado, e nem pelas respostas prontas, ou sem retorno, mas caracterizando-se por não saber, em determinados casos como será o retorno daquilo que se foi postado.

Tão importante quanto às relações propostas neste contexto, é a representatividade imagética que o permeia. Para a atual sociedade e seus costumes, em muitas situações é muito mais importante registrar um determinado momento, do que legitimamente vivenciá-lo. Uma ferramenta da qual se utiliza corriqueiramente para check-in do cotidiano é o *Instagram*, que tem como característica principal ser um álbum online, à medida que é possível publicar fotos, e editá-las a partir de filtros e recursos de tratamento básico de fotos oferecidos pelo aplicativo, bem como apropriar-se dos recursos que são oferecidos para manusear vídeos de curta duração. Esta plataforma tem contribuído para o processo da relevância da imagem na contemporaneidade no contexto pós-moderno, colaborando para a ênfase nos discursos representados na própria imagem. A sociedade sempre consumiu, e viveu em torno das imagens e seus significados, entretanto ganha neste período uma maximização em decorrência das mídias sociais.

Não equidistante, os jogos Olímpicos são por sua vez um momento em que, assim como em outros grandes eventos de uma agenda de tradição e ordem mundial fazem com que o mundo se volte a estes acontecimentos, e por um período gere conteúdo incessantemente. Na atualidade ela toma uma nova forma, mais que esportes e a partilha das emoções a partir dos jogos, ela promove dentro do contexto estudado pelo presente, a possibilidade da representatividade da imagética por meio das mídias sociais, logo a interação na rede não em sua totalidade, decorre por meio de um grande acontecimento, onde indivíduos podem ser representados independentemente do local físico ao qual possam estar, mas, sobretudo representados na relevância da imagem que se dá por meio das publicações referentes ao período que compõe o evento.

2. A importância da imagem na contemporaneidade

Em uma sociedade que é guiada pelo visual, pelo peso da significância traçado pela imagética, que outrora guia-se pelas propriedades atribuídas pela imagem, acabam sendo um ponto de referência em comum por aquilo que se busca como atribuição de valores pessoais, ou seja, quando indivíduos identificam-se pela busca a algo que lhes são semelhantes e assim passa a existir um ponto de convergência.

Maffesoli (1997, p. 117) em seus estudos, trata da imagem como cultura, e esta afirma que a própria imagem produz culturas, ela é passível de linkar períodos, épocas, significados, símbolos, religiosidade, por exemplo; que transcende o conceito de “temporal” a medida que aprofunda-se a reflexão ao objeto. Segundo o autor, a predominância da relevância da imagem é capaz de dinamizar o espaço, e sobretudo é capaz de religar. Para que haja esta religação, é preciso atentar-se para os componentes que tecem o ambiente em totalidade, sejam eles lugares, pessoas, mapas, entre outros.

É neste sentido que a imagem em seu conceito mais apropriado ao contexto ganha um significado mais amplo e relevante, que vai além da estética e do belo, bonito ou feio, mas que Maffesoli (1997) trata também como “comunhão”.

Maffesoli (1997 p. 130) em citação a Karl Marx ressalta o quão importante é a imagem, no sentido de que com o advento das novas tecnologias a recriação destas se multiplica de forma incontável multiplicando ao infinito os mitos criados neste vasto cenário, naquilo que ele denomina “bombardeio de imagens”. A imagem é sensível, une a partir de sentimentos comuns, de sensações, fascinação, ódio, repulsa, amor, etc.

Para Flusser (1983) a imagem é dotada de um sentido que parte da imaginação em suas especificidades, o propósito não abstrato das imagens é trazer uma representação do mundo físico. As imagens compostas através de algum aparelho são chamadas nominadas pelo autor como imagem técnica, e esta por sua vez se faz diferente das demais, pois trazem um sentido, histórico e ontológico, narrando textos e discursos evoluídos, estas imagens projetam estes discursos, de maneira que a imagem em si tenha um significado mais complexo, reformulando o conceito de “histórico” para o contexto, são pós-históricas.

A condição do significado da imagem tradicional consiste em uma análise muito mais evidente e clara acerca da sua definição, ou seja, nas imagens tradicionais o

agente munido de seus subsídios se coloca entre a imagem e sua significância expondo seu viés e o que lhe convém como autor, deste modo a interpretação se dá por conta do indivíduo que buscará decifrá-la por seus próprios meios, deduções e referências, diferentemente do preceito de imagem composta (Flusser 1983, p. 10-11).

3. A mídia social Instagram enquanto ferramenta de produção de disseminação de imagens na pós-modernidade

É necessário compreender o conceito básico e a diferença de mídias e redes sociais. Mídias sociais são definidas como práticas online, com o principal intuito de disseminar conteúdo nas plataformas, sites, e demais meios que podem ser utilizados para conectar pessoas, possibilitando a aproximação destes indivíduos. Diferentemente de uma perspectiva onde analisa-se redes e mídias sociais a partir de um viés generalizador, Recuero (2009) compreende ser um fenômeno complexo e analítico que engloba todo conjunto de novas tecnologias que emergem gradativamente na pós-modernidade, que caracterizam-se por serem participativas, ao passo que se fazem mais acessíveis no sentido de serem popularizadas, rápidas e também instantâneas. Sendo possível então, gerar novas formas de circulação das informações, novas formas de filtrar essas informações e difusão das mesmas, a medida que o cenário amplia-se através das relações entre os indivíduos e suas motivações.

Recuero (2009) em sua fala afirma que as redes sociais podem ser definidas a partir de dois elementos como um conjunto de interações entre atores (ou nós), que são responsáveis por dar forma a rede e estruturas sociais. São os “porta-vozes”, de maneira a representar elementos como personalidade e expressões pessoais. Dentro do ciberespaço eles atuam a partir de algumas especificidades que os caracterizam, como o uso de *nicknames* por exemplo. E o outro ponto são as conexões, que nada mais são que os laços construídos pelos atores.

O termo redes sociais designa uma metáfora, que ilustra o sistema de modo mais claro, ou seja, de forma estrutural é que se entende o processo. A partir do computador e das plataformas em suas ramificações, define-se como estas relações são estabelecidas, como são eficazes, como geram conteúdo e como isso impacta toda essa estrutura.

Não distante desta afirmação, Telles (2010) afirma que o conceito de redes sociais é amplo, e que assim como já citado, designa a interação em complexidade nos

seus mais diversos e profundos níveis, e ainda sociologicamente segundo o autor, os mesmos conceitos são válidos, prevalecendo, pois a troca de informações dos indivíduos pelos mais diversos recursos que os sites oferecem.

Vaz (2011, p. 257) entende que a internet deixou de ser uma mídia convencional para tornar-se um ambiente, onde só é possível se houver pessoas, e como o autor mesmo designa, seria uma cidade deserta se os indivíduos não tecessem estas redes. A afirmação do indivíduo neste contexto vem através de elementos tangíveis, que representam sua personalidade, padrões, e conduta dentro da web.

Além da transformação do cenário econômico promovido pelas redes sociais e por toda transformação que está relacionada, Vaz (2011) destaca também que a sociedade pós-moderna a partir da internet pôde chegar ao relacionamento online, e que a internet foi fator determinante para o acontecimento da comunicação que excede limites, culturais e de espaço. Pelo fato de serem abstratas e intocáveis, as redes sociais se diferenciam dos sistemas seculares físicos tangíveis e se auto gerenciam, à medida que não existe uma regra que imponha um método de relacionamento neste contexto.

4. Metodologia

Para o estudo o autor apropriou-se da Teoria fundamentada (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2012), bem como também da Análise de conteúdo e as informações buscadas, e à medida que interpretadas e compreendidas, estas retroalimentaram o referencial teórico do presente. A Teoria fundamentada possui em sua essência vertente metodológica, teórica e pragmática, ou seja, norteiam o projeto de um modo a ser validado cientificamente e utiliza as ferramentas minuciosamente e analiticamente para se chegar ao resultado que nem sempre é satisfatório, mas que reflete a realidade de determinado contexto. Emergindo então dos dados obtidos como resultado (que podem ser de diversas fontes), e não de uma reflexão a partir dos meios utilizados ou possibilidade, ou hipóteses por exemplo. (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2012).

A Teoria Fundamentada proporciona ao pesquisador formular e estruturar sua pesquisa ao decorrer das informações que são levantadas como dados referenciais, facilitando o processo de análise dos resultados. Através do cruzamento dos mesmos, e da junção destes, permite-se que haja uma categorização por parte das informações

recolhidas, de modo que estas sejam analisadas para os fins desejáveis somando ao processo de construção da base teórica (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2012).

4. Análise das representações imagéticas das Olimpíadas Rio 2016 no Instagram

Para análise das imagens referentes às Olimpíadas Rio 2016 utiliza-se da amostragem qualitativa, e embasadas na proposta de estudo realizada por (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2012) a partir da perspectiva da teoria fundamentada. Tal proposta a caracteriza-se pela separação dos objetos de estudo no caso da pesquisadora, *tweets*, neste estudo as imagens coletadas, em categorias que facilitaram o processo de análise.

Para a seleção da amostra das imagens a serem analisadas utilizou-se a hashtag **#rio2016olympics**, pois trouxe em seus resultados imagéticos uma perspectiva mais adequada e específica ao tema em suas representações, ou seja, imagens voltadas ao contexto dos jogos e não tão amplas em seus conteúdos, no sentido das variadas diversidades que se é possível averiguar.

Foram selecionadas em primeiro momento as 100 (cem) primeiras publicações, devido ao fato de que ao utilizar-se mais que uma *hashtag* para análise dentro deste universo obter-se-ia muitos dados, impossibilitando deste modo o prosseguir do estudo, tendo em vista o caráter do artigo, que se faz específico dentro da sua proposta.

Ao utilizar a *hashtag* **#rio2016olympics**, excluiu-se as demais opções tais como: **#rio2016**, **#olympics**, **#olimpiadas2016**, entre outras que geraram relevante número de conteúdo durante o período e depois do término dos jogos. A partir dos cem primeiros resultados das imagens registrados para análise, segmentou-se para fins mais precisos na pesquisa uma amostra de cinquenta imagens finais analisadas, a fim de entender o objetivo proposto pela pesquisa, sendo ele, como se dá a partir da imagem a representatividade dos indivíduos durante determinado período e dentro de determinado site.

Ao primeiro passo utilizaram-se como processo de categorização os elementos contidos nas imagens, excluindo as opções que continham conteúdos pejorativos, pornográficos, políticos, preconceituosos e que fossem além da proposta abordada.

A amostra final foi dividida nas seguintes categorias para análise conforme o Quadro 1. Sendo que ao final apenas as três com maior relevância serão utilizadas para diagnóstico a partir do todo:

1- Categoria e especificações; 2 - Código cromático será acompanhado dos resultados das respectivas análises quantitativas.

Quadro 1. Categorização

Categoria	Código cromático
1 - Pessoas em grupos: Nesta categoria serão analisadas e selecionadas as imagens que contenham dois ou mais indivíduos que pareçam estar partilhando de algum momento em comum compondo assim a correspondente categoria	Vermelho escuro Resultado: 10 postagens
2- Oficiais (relação marca oficial): Nesta categoria as imagens foram selecionadas e analisadas pela proposta ao qual se refere às fotos que possuem ligação direta com o evento Olimpíadas Rio 2016, postagens realizadas pela comissão organizadora, ou atletas, por exemplo.	Magenta Resultado: 8 postagens
3 - Com texto: Foram analisadas e selecionadas nesta categoria todas as imagens que possuam legendas. As legendas não foram selecionadas a partir do seu conteúdo, também não foram traduzidas (nos casos referentes a perfis estrangeiros) para facilitar a seleção das imagens. Nesta categoria as imagens não possuem grande relevância para avaliação.	Azul escuro Resultado: 31 postagens
4 - Somente texto: Nesta categoria foram consideradas apenas imagens cuja representação não contivesse nenhuma outra forma se não textual, tipográfica.	Laranja Resultado: 1 Postagem
5 - Texto + imagem: Foram consideradas todas as imagens que tivessem a imagem em si (foto/ilustração) associada a um texto sobreposto a mesma.	Verde escuro 2 Resultado: 3 postagens
6 - Brasilidade (elementos do Brasil): Considerou-se aqui todos os elementos que pudessem remeter ao País, natureza, pontos turísticos por exemplo.	Vermelho Resultado: 4 postagens
7 - Prática de esportes: Todas as imagens relacionadas à prática de alguma atividade física, oficial dos jogos ou não.	Magenta escuro (2) Resultado: 3 postagens
8 - Paisagens: Aqui foram selecionadas todas as imagens que pudessem representar a natureza voltada ao Brasil.	Verde oliva Resultado: 12 postagens

<p>9 - <i>Selfies</i>: Nesta categoria selecionou-se as imagens que pudessem representar os indivíduos em auto registro, no sentido de autorretrato.</p>	<p>Preto Resultado: 18 postagens</p>
<p>10 - Arte: Foram consideradas as imagens que obtivessem cunho artístico e pudesse de algum modo representar o período das Olimpíadas, como pinturas, <i>grafitti</i>, por exemplo.</p>	<p>Amarelo Resultado: 5 postagens</p>

Fonte: Elaboração pelo autor/2016

O resultado final da pesquisa surgiu a partir do cruzamento dos dados selecionados e mensurados.

5. Resultado e Discussão

Inicialmente foram coletadas 100 imagens durante o período que compreende o segundo semestre de 2016, destas 100 imagens foram selecionadas 50, e estas foram categorizadas para análise. Após a etapa já descrita, uma das primeiras percepções referentes às publicações foi que os indivíduos representam-se das mais variadas formas, ainda que conectados por um mesmo tema, sendo assim pode-se notar também que à medida que os resultados foram surgindo o significado imagético foi se fortalecendo dentro do contexto Olímpico imagético. A partir da elaboração de uma planilha de análise pôde-se observar os resultados mensurados em números que mostram uma significativa diferença das demais categorias analisadas que, os textos são de fundamental importância para complemento do sentido da imagem em si, o texto serve de apoio de modo que a própria imagem complemente-o, dando sentido ao viés de que as duas se intercalam e se conversem, enfatizadas pela perspectiva narrativa linguística. Deste modo a categoria que mais representa o período das Olimpíadas Rio 2016 é a categoria: **Com texto (legenda) (imagem 2 e imagem 3)**.

Imagem 2. Imagem capturada para análise de comentários



♥ 538 curtidas

the.chalk.bucket • Your only limit is you. •
 @madison_kocian ♥ #rio2016olympics 🇧🇷 🇺🇸

Fonte: *Print Screen* (captura de tela) e observações elaboradas pelo autor

Imagem 3. Captura de

♥ 538 curtidas

the.chalk.bucket • Your only limit is you. •
 @madison_kocian ♥ #rio2016olympics 🇧🇷 🇺🇸

Fonte: *Print Screen* (captura de tela) e observações elaboradas pelo autor

As imagens analisadas aqui são diversas, reforçando a fala dos autores no que diz respeito à representatividade, ou seja, essas imagens são a tentativa do homem representar-se ou em períodos específicos, ou em temas diversos, e assim como Flusser (1983) trata em sua fala, que as imagens são sensíveis, e unem por sentimentos, deste modo o texto (legenda) não só complementa este posicionamento como efetiva a importância de ambos para uma compreensão mais específica no que tange o conteúdo das publicações.

A categoria *Selfies* (imagem 4) foi a que obteve em segundo posto, a maior relevância em posts pela mensuração dos dados. Muito mais que o “autorretrato moderno”, nesta categoria verificou-se as publicações onde os indivíduos tendem a registrar suas atividades em um determinado período que não é cotidiano, estas pessoas pertencem a uma cultura muito mais visual, onde é preciso registrar o momento, só está se divertindo se há registro na web, reflexos da pós-modernidade. O que janta, o que consome quanto literatura, por exemplo. As publicações geralmente continham um caráter de autopromoção, onde o intuito era partilhar o que faziam, como faziam, com quem faziam e onde faziam. Ainda que haja uma essência narcisista, para este segmento de pesquisa não se concebe o fato de que as *selfies* possam tratar-se de uma obsessão pelo “ser visto”, mas sim que visa o compartilhamento de algo não corriqueiro.

Imagem 4. Imagem capturada para análise



♥ 28 curtidas

henriqueprad E a recordação de hoje ...
#rio2016olympics #paralympics #tbt

Fonte: Print Screen (captura de tela) e observações elaboradas pelo autor

A terceira categoria com a maior relevância quantitativa foi a categoria: **Paisagens (Imagem 5)**. Os cenários aqui notados em sua maioria dizem respeito á lugares de passeio, visitas, ou pontos atrativos. As imagens são tratadas a partir dos filtros disponíveis no site, e parecem servir de convite para os demais indivíduos conectados pelo uso da mesma *hashtag*, no sentido de que estas imagens de locais paradisíacos servem de chamada para que os demais indivíduos possam conhecer e também partilhar.

Imagem 5. Imagem capturada para análise



♥ 592 curtidas

registrosdorio Lindo pôr do sol nos nossos vizinhos!!! 🌅

Fonte: Print Screen (captura de tela) e observações elaboradas pelo autor

As demais categorias tiveram um significado não tão relevante quanto os já exemplificados anteriormente, entretanto ajudam a definir o comportamento dos indivíduos em sua representação nas publicações. As categorias com menor abrangência quantitativa correspondem a: ARTE, BRASILIDADE (elementos do Brasil), TEXTO + IMAGEM, SOMENTE TEXTO, OFICIAIS (relação com a marca oficial). Ao analisá-las notou-se a partir dos elementos pré-estabelecidos para a mensuração dos resultados da pesquisa, que estes segmentos são menos comuns, muito embora façam parte deste universo, aparecem com menor frequência e intensidade nas publicações deste período, deste modo pode-se concluir que não são relevantes ao categorizar os indivíduos e estabelecer sua representatividade imagética, muito embora cada uma delas possua importância para o universo analisado, não são suficientemente relevantes quanto as demais que anteriormente foram citadas, contudo ajudam a construir este cenário comunicacional.

Concluiu-se o objetivo da pesquisa ao vislumbrar os resultados alcançados, de maneira que estes traduzam a realidade de um período em uma mídia que tem alcançado cada vez mais patamares universais. As pessoas tendem a se comunicar criando vínculos cada vez mais próximos e concretos mesmo dentro da web, não somente entre pessoas, não somente nos relacionamentos que competem a troca afetiva existente entre estes indivíduos, mas a conversação estende-se também a marcas, produtos, serviços, por exemplo.

A representação das pessoas no período das Olimpíadas Rio 2016, como conclusão do presente artigo, corresponde a textualidade somado a imagem do indivíduo em si, no autorretrato expositivo dele aos demais indivíduos que também compartilharam da mesma informação como link. Os dados obtidos comprovam que o indivíduo se representa com mais efetividade quando utiliza-se de textos, que como já abordados servem como complemento e articulação não só conceitual, mas também explicativa e chamativa, na tentativa de compartilhar o momento e fazer dele público, a experiência ali vivida e compartilhada com os outros reforça a ideia de que o que aproxima os indivíduos neste meio, não são apenas as familiaridades e afinidades existentes por exemplo, mas também o fato de que estes estão mais propensos a engajarem-se por uma causa em comum. E por fim, a representatividade do indivíduo no Instagram no período das Olimpíadas Rio 2016 pode ser concebida como o fato de que imagem por si só não pode ser caracterizada como eficaz na representação do indivíduo, muito embora não

corresponda uma totalidade dentro do universo comunicacional, mas determina para esta pesquisa que a imagem é dotada de sentido se somada ao texto, isto caracteriza a resultabilidade da pesquisa proposta.

6. Considerações Finais

Este artigo é apenas uma pequena contribuição para um universo que é tão complexo e repleto de perguntas a serem respondidas, a partir desta pesquisa é possível entender outras variáveis comunicacionais como por exemplo, comportamentos individuais, comportamentos em grupos, em ramificações do tema principal, enfim, existem infinitudes de possibilidades, mas a proposta principal é de buscar instigar aos interessados em análises específicas, no sentido de que estes possam instigar outros e contribuir para o avanço da pesquisa científica em campo que é tão complexo e profundo, mas que está nas mais diversas formas com que nos comunicamos diariamente.

7. Referências

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. SÃO PAULO, ATLAS, 2006.

FLUSSER, V. **Filosofia da Caixa Preta**. São Paulo, Hucitec, 1985.

FRAGOSO, Suely; RECUERO; Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012, 239p. (Coleção Cibercultura).

LE MOS, A. **Cibercultura. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea.**, Sulina, Porto Alegre., 2002.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e ofícios Editora, 1995.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da cibercultura: perspectivas, questões e autores**. 2. ed. Porto Alegre, sulina, 2013.

RECUERO, Raquel: **Redes Sociais para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SIGNIFICADOS.COM- HASHTAG - disponível em:

<<https://www.significados.com.br/hashtag/>>. Acesso em: 25 de nov de 2016.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais. Cases, conceitos, dicas e ferramentas.** São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda., 2011.

VAZ, Conrado Adolpho. **Os 8 P's do marketing digital: o seu guia estratégico de marketing digital.** São Paulo: Novatec Editora, 2011.

OLIMPÍADAS RIO 2016. 2016. Disponível em:

<<http://www.suapesquisa.com/olimpiadas2016/>>. Acesso em: Novembro/ 2016.

OLIMPÍADAS INFORMAÇÕES. 2016. Disponível em:

<<http://www.riodejaneiroaqui.com/olimpiadas2016/olimpiadas2016.html>>. Acesso em: 28 Novembro/ 2016.

DICAS MUNDO DIGITAL, INSTAGRAM ONDE SURTIU, O QUE É, COMO USAR?

Disponível em: <dicasmundodigital.com.br/instagram-quando-surgiu-o-que-e-como-usar/>.

Acesso em Novembro/ 2016.