



## TOUR DA TOCHA RIO2016 : UM ESTUDO POR MEIO DAS CHARGES DE MEMES

André Gomides Lopes; Paola Pavinati; Ângelo Luiz Brüggemann; Rogério Santos Pereira

### RESUMO

*Este trabalho busca analisar, no contexto da cultura de convergência, a cobertura midiática do período de preparação para os Jogos Olímpicos do Rio/2016. Como recorte do estudo, selecionamos as narrativas que tematizaram o Revezamento da Tocha Olímpica. Os resultados mostraram que o cotidiano do revezamento do símbolo olímpico é noticiado não apenas pelos meios de comunicação oficiais, mas também se faz presente em campanhas publicitárias online, redes sociais, charges e memes.*

**PALAVRAS CHAVES:** Jogos Olímpicos; Revezamento da Tocha Olímpica; Mídia

### ABSTRACT

*This study aims at analyzing, in the context of the convergence culture, the media coverage of the preparation period to the 2016 Summer Olympics - Rio 2016. Narratives that thematized the Olympic Torch Relay were selected as the main source of the study. The results showed that the daily routine of the Relay is not only reported by official media but it also appears on online advertising campaigns, social media, cartoons and memes.*

**KEYWORDS:** Olympic Games; Olympic Torch Relay; Media

### RESUMEN

*Este trabajo tiene como objetivo analizar, en el contexto de la cultura de la convergencia, los medios de comunicación del período de preparación para los Juegos Olímpicos de Río / 2016. Como recorte de estudio, se seleccionaron las narrativas que tematizaram el relevo de la antorcha olímpica. Los resultados mostraron que el cotidiano del símbolo olímpico del*



*relé se informa no sólo por los medios de comunicación oficiales, sino que también está presente en las campañas de publicidad online, redes sociales, dibujos satírico y memes.*

**PALABRAS CLAVES:** Jogos Olímpicos; Relevo de la Antorcha Olímpica; Medios de Comunicación

## INTRODUÇÃO

O ano de 2016 marca o encerramento da década dos Megaeventos Esportivos no Brasil<sup>1</sup>. O período foi marcado pela realização, em território brasileiro, de competições de destaque no cenário internacional: Os Jogos Pan-Americanos e Jogos Parapan-Americanos do Rio, em 2007; os Jogos Mundiais Militares, sediados na cidade do Rio de Janeiro em 2011; a Copa do Mundo FIFA de Futebol Masculino, em 2014; e, por fim, os Jogos Olímpicos e Jogos Paralímpicos do Rio 2016.

O Brasil colocou-se no centro das atenções dos investidores (especuladores?) mundiais. Mas a escolha do Brasil como sede destes megaeventos esportivos mesclou euforia e preocupação. De um lado, promessas de que os legados dos eventos seriam significativos em diferentes esferas, entre elas a economia, a infraestrutura urbana, o turismo e a cultura esportiva. De outro, dúvidas com relação à capacidade do país organizar eventos de tal porte, denúncias de desvio e corrupção, discordância sobre as prioridades de investimento público.

Nos megaeventos esportivos, a mídia - co-organizadora e sócia do espetáculo - opera construindo discursos e expectativas que aproximem os espectadores do produto a ser consumido. Assumem estratégias para agendar o megaevento na agenda pública do país, ampliando sua audiência. (Ou adotam estratégias para esconder o evento e não trazer audiência a emissoras rivais, postura que a Rede Globo adotou no ano 2012 por não possuir os direitos de transmissão dos Jogos Olímpicos de Londres)(PIRES, LISBOA, 2015).

<sup>1</sup> De acordo com PEREIRA et al, (2015, p. 155), “os megaeventos esportivos são uma denominação, já popular, para os eventos esportivos continentais ou mundiais que atraem a atenção, sobretudo, devido à grande exposição midiática”.



Nesta relação com a mídia, a cada nova edição dos Jogos Olímpicos ampliam-se e diversificam-se os canais e tecnologias empregados na cobertura do evento. Se no Jogos Olímpicos de Londres em 1948, ano do início da cobertura televisiva, a transmissão totalizou 64 horas de programação e 500.000 espectadores localizados em Londres e seus arredores, nos Jogos de Londres 2012 a audiência global foi de 3,6 bilhões de pessoas em 220 países e territórios ao redor do mundo. Em 2012, a estes números televisivos, acrescentam-se ainda 1,9 bilhões de vídeos disponibilizados oficialmente em mais de 170 sites e plataformas. Não entram nessa conta toda a informação sobre os jogos que circulou, por iniciativa dos espectadores, por redes sociais, plataformas de *streaming*, blogs, sites, etc.

Para o pesquisador Henry Jenkins, vivemos uma era de *cultura da convergência*, onde “[...] a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos (2009, p.29)”. Neste contexto de convergência, as informações sobre os megaeventos esportivos estão disponíveis nas redes, por intermédio de outras pessoas, fazendo com que haja uma cultura participativa na circulação da cultura e no desenvolvimento do conhecimento. Assim, rompendo com a exclusividade da produção do conteúdo que marca a mídia de massa tradicional, onde poucos produzem para muitos, na cultura de convergência muitos produzem para muitos e, para Jenkins, isso poderia contribuir para relações emancipatórias dos sujeitos.

Os discursos produzidos por diferentes sujeitos emissores em múltiplas plataformas corrobora para o surgimento de narrativas transmidiáticas:

A narrativa transmidiática é a arte da criação de um universo. Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs, em grupos de discussão on-line, e colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica (JENKINS, 2009 p.49).



É a partir do pressuposto de que os Jogos Olímpicos do Rio 2016 seriam um acontecimento que tematizaria a construção de incontáveis narrativas produzidas por veículos midiáticos oficiais e expectadores conectados em rede, que delimitamos o foco deste estudo. Nosso objeto foi, como fase preparatória de uma pesquisa coletiva que busca compreender a cobertura midiática dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos do Rio 2016, identificar e analisar narrativas transmidiáticas que tematizam a preparação para estes megaeventos esportivos. Deste modo, a partir da observação da cobertura midiática nos meses que antecederam a realização dos JO Rio/2016, delimitamos o Revezamento da Tocha Olímpica como foco deste recorte de pesquisa.

Em consonância com a dinâmica da cultura de convergência, investigamos a repercussão do revezamento da tocha olímpica em jornais impressos, telejornais, portais de notícia, sites e redes sociais (Facebook e Twitter). Embora a busca inicial tenha se dado a partir de palavras-chave e *hashtags* previamente delimitadas - Rio/2016; Tocha Olímpica; Chama Olímpica; Revezamento da Tocha; #Rio2016; #Revezamentodatocha; #Tocha -, a dinâmica de acontecimentos no entorno da circulação da tocha olímpica pelo país ampliou o leque de termos para as buscas da pesquisa. Tal necessidade foi emblemática, por exemplo, com o surgimento da *hashtag* “#somostodosjuma” em referência à onça morta por militares durante o revezamento da Tocha em Manaus - AM.

A fase de preparação dos Jogos Olímpicos do Rio 2016 (JO Rio/2016) foi marcada, midiaticamente, pelo Revezamento da Tocha Olímpica<sup>2</sup>, uma ação oficial dos organizadores do evento que busca divulgar os jogos e mobilizar a população. A chama olímpica, acesa na Grécia e anunciada sagrada, é um dos elementos de destaque na simbologia dos jogos:

A tocha é o elo entre os Jogos da Antiguidade e os Jogos da Era Moderna. O fogo sagrado, tido como elemento purificador, anuncia o começo dos Jogos e convoca o mundo a celebrá-los em paz. A cada edição, a cidade-sede cria a sua própria Tocha, que ganha novos desenhos e formas, de acordo com a cultura do país sede (COB, 2016).

<sup>2</sup> Disponível em <<https://www.rio2016.com/revezamento-da-tocha>> Acessado em: 03/07/2016



Com o discurso de que o “espírito olímpico” se espalharia por todo o território nacional, a chama olímpica chegou ao Brasil no dia 02 de maio de 2016 com a previsão de percorrer, até o dia 05 de agosto de 2016, data da cerimônia de abertura oficial dos JO Rio/2016, 300 cidades espalhadas pelos 26 estados brasileiros e Distrito Federal. Até acender a pira olímpica no Maracanã, a chama foi conduzida por cerca de 12 mil pessoas. Embora a organização do evento afirme que os condutores da tocha foram escolhidos por serem “pessoas que fazem a diferença, seja no esporte ou em suas comunidades<sup>3</sup>”, a seleção aconteceu em campanhas publicitárias relacionadas a patrocinadores do evento: Coca-Cola, Nissan e Bradesco.

Até a chegada da tocha no Estádio Olímpico, muitos fatos do cotidiano do revezamento geraram repercussão na mídia tradicional e na internet. Se por um lado os grandes portais de notícia divulgaram notícias a partir de materiais disponibilizados pelos organizadores ou produzidos por seus jornalistas, por outro parte da população utilizou as redes sociais digitais para produzir e compartilhar mensagens de apoio, crítica e protesto com relação ao revezamento da tocha e aos JO Rio/2016.

Seguindo a dinâmica da cultura de convergência, observamos que o cotidiano do revezamento da tocha olímpica, cuja cobertura oficial foi disseminada fortemente pela televisão, ganhou ares próprios na dinâmica das redes sociais. Assim, a informação sobre o revezamento da tocha olímpica foi apropriada, remixada e compartilhada de modo viral através de *memes* repletos de humor e sarcasmo.

O conceito de meme tem sua origem no cruzamento dos estudos da genética com as ciências sociais, em especial pela obra de Richard Dawkins:

Um “meme de ideia” pode ser definido como uma entidade capaz de ser transmitida de um cérebro para outro. O meme da teoria de Darwin, portanto, é o fundamento essencial da ideia de que é compartilhado por todos os cérebros que a compreendem (DAWKINS, 2001 apud. RECUERO, 2007).

<sup>3</sup> Disponível em <<https://www.rio2016.com/tocha-sobre#>>.



Em seus estudos sobre redes sociais, Recuero (2007), baseada nos estudos de Dawkins, constrói uma taxonomia para que os *memes* possam ser compreendidos por suas longevidade, fidelidade de cópia, fecundidade e sua amplitude. Ao compor essa taxonomia, a autora exemplifica o que cada uma das características significa. Contudo, para que seja utilizada esta categorização, é necessário realizar um estudo de acompanhamento prolongado, e que por vezes perde o poder de interpretação da relação do meme com um evento específico cotidiano.

Também baseada nos conceitos de Dawkins, a pesquisadora Limor Shifman, em entrevista a Henry Jenkins, sugere uma redefinição do termo “meme” dentro do contexto de cultura digital (2014). Mesmo considerando a definição de meme ainda relativamente incipiente, Shifman formula três aspectos relevantes na definição do termo. O primeiro diz respeito à replicabilidade das ideias contidas nos memes, processo este que pode resultar na construção de fenômenos sociais e culturais. Em seguida, a pesquisadora menciona o potencial de reformulação e de imitação dos memes, dialogando diretamente com a ideia de apropriação de elementos culturais de diferentes fontes que caracteriza uma dinâmica *remix*. E por fim, destaca a característica de competição e seleção dos memes, que é ponto central no processo de difusão dos mesmos.

Assim, é importante salientar o fato de que não só nos valem nesta pesquisa dos conceitos propostos por Dawkins, mas também de apropriações de outros teóricos que buscam descrever este fenômeno no âmbito das redes digitais.

A partir do acompanhamento do Revezamento da Tocha, selecionamos um fato que ocorreu durante a passagem da Tocha por Manaus - AM cuja repercussão negativa alcançou o cenário internacional. A morte da onça Juma indignou pessoas no Brasil e no mundo e alimentou manifestações intensas nas redes sociais digitais.

Durante a passagem da Tocha pelo estado do Amazonas, ela foi conduzida até o Centro de Instruções de Guerra na Selva, do exército brasileiro. Durante o evento, uma onça que é mantida em cativeiro no local foi exposta ao público acorrentada e sob o controle de



dois soldados. No entanto, após a passagem da tocha, quando a onça era conduzida para sua cela, ela conseguiu se desvencilhar das correntes e supostamente avançou contra um de seus tratadores. Ao realizar este movimento brusco, um dos soldados que acompanhavam o procedimento realizou um disparo letal contra o animal. A onça, até então anônima, ganhou nome e *hashtag* na rede: #somostodosjuma.

Este acontecimento gerou repercussão nos grandes meios de comunicação nacional “O fim trágico de Juma, exibida em passagem da tocha e sacrificada após fuga”<sup>4</sup>, “Morte de onça após revezamento da Tocha Olímpica causa comoção nas redes sociais”<sup>5</sup>, “Exército diz que pode punir militar por morte de onça após revezamento da tocha”<sup>6</sup>, “Sacrifício de onça exibida em passagem da tocha por Manaus revela drama de espécie ameaçada”<sup>7</sup>. Com a mesma intensidade, a notícia se espalhou mundo afora por redes de comunicação internacionais, tais como o jornal espanhol El País: “A cruel morte da onça Juma que envergonhou o comitê olímpico”<sup>8</sup>.

A repercussão nos grandes meios de comunicação seria só o início da narrativa que logo se tornaria transmídia, uma vez que as mídias digitais logo deram vazão à indignação e criatividade da multidão anônima da rede.

Então com o objetivo de encontrar o que estava sendo produzido a respeito da onça Juma, buscamos nas redes sociais postagens em diferentes linguagens (escrita, gifs animados, vídeos, desenhos, fotografias, etc.) por onde a notícia da morte da onça Juma ecoava. Nesta busca, tentamos encontrar conexões entre as notícias da imprensa, as charges (de artistas ligados à jornais ou independentes) e as expressões virais dos memes.

<sup>4</sup> Disponível em: <http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2016-06-21/o-fim-tragico-de-juma-exibida-em-passagem-da-tocha-e-sacrificada-apos-fuga.html> acessado em: 29/06/2016

<sup>5</sup> Disponível em <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-06/morte-de-onca-apos-revezamento-da-tocha-olimpica-causa-comocao-nas-redes> Acessado em 29/06/2016

<sup>6</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/esporte/olimpiada-no-rio/2016/06/1783901-exercito-diz-que-vai-apurar-morte-de-onca-que-participou-do-revezamento-da-tocha.shtml> Acessado em: 29/06/2016

<sup>7</sup> Disponível em <http://g1.globo.com/natureza/noticia/2016/06/o-fim-tragico-da-onca-juma-exibida-em-passagem-da-tocha-e-sacrificada-apos-fuga.html> Acessado em 20/06/2016

<sup>8</sup> Disponível em [http://brasil.elpais.com/brasil/2016/06/21/politica/1466538563\\_267969.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2016/06/21/politica/1466538563_267969.html) Acessado em 29/06/2016



### #somostodosjuma: análise de uma narrativa transmídia

Para dar início a nossa análise da narrativa construída nas redes a partir do fato acontecido com a onça Juma, apresentamos o comunicado do comitê organizador local (COL) sobre o acontecido:



Este comunicado mostra a relevância do acontecimento, pois dificilmente o COL se pronuncia sobre os imprevistos durante seus eventos oficiais. Contudo, com a repercussão nas redes e nos grandes meios de comunicação, os organizadores foram forçados a se manifestar sobre o assunto e pedir desculpas.





No entanto, parece os responsáveis pelo revezamento nas cidades não compreenderam a mobilização nacional de crítica à exposição de animais durante o evento do Revezamento, fato comprovado quando alguns dias depois da morte da onça outros animais, desta vez silvestre, foram envolvidos no evento.



**Figura 2:** Boto-cor-de-rosa é utilizado no revezamento da Tocha<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Disponível em: [http://br.blastingnews.com/brasil/2016/06/apos-morte-de-onca-rio-2016-usa-boto-cor-de-rosa-para-levar-tocha-olimpica-00980911.html?sbdht=\\_pM1QUzk3wsdYJVScTpS2xaQCwrym0RBgJxLALi9Qm1r2ljfzc7CBxw2](http://br.blastingnews.com/brasil/2016/06/apos-morte-de-onca-rio-2016-usa-boto-cor-de-rosa-para-levar-tocha-olimpica-00980911.html?sbdht=_pM1QUzk3wsdYJVScTpS2xaQCwrym0RBgJxLALi9Qm1r2ljfzc7CBxw2)  
Acessado em 26/06/2016



Primeiro matam uma onça dps  
 provocam os botos  
 Vocês não cansam de nos  
 envergonhar?



**Elaine Santos** @elaineasantoss1 Jun 27 View translation

**#SomosTodosJuma** esse ai é o pais das olimpiadas meu povo **#Revoltante**

Mesmo diante da repercussão das críticas com relação à utilização do boto no revezamento, a onça Juma continuou em destaque, impulsionando a criação da hashtag #somostodosjuma. Este termo, que surge em apoio à onça, catalizou movimentos de proteção dos animais. Assim, considerando a dinâmica dos memes no Brasil, poderíamos considerar esta *hashtag* como um Meme por sua capacidade de mutação (RECUERO, 2006), pois o radical #Somostodos vem sendo utilizado para várias causas, por exemplo, #somostodosmacacos, utilizada para se solidarizar com o jogador de futebol Daniel Alves quando, em um jogo pelo Barcelona em 2014, um torcedor jogou uma banana contra o brasileiro, que teve uma reação inesperada comendo a banana<sup>10</sup>. Ou ainda o #somostodosmaju, em apoio à repórter de meteorologia do Jornal Nacional que sofreu com o racismo nas redes sociais e fez como que o assunto se tornasse pauta do principal telejornal do país.

**Daniel Guglielmetti** @leinadgugli Jun 22

**#JUMA #OnçaPintada #Rio2016**

<sup>10</sup> Disponível em <http://oglobo.globo.com/cultura/somos-todos-macacos-12338913> Acessado em 20/06/2016.



Daniela Calcia @danielacalcia Jun 21 View translation

Manifestação pacífica pela Juma! #somostodosjuma RT @animalveg @PatyPenna @S\_de\_Silvia



Léo David @Leogiao

#somostodosjuma #fodaseatocha



ANAIS DO VIII CONGRESSO SULBRASILEIRO DE CIÊNCIAS DO ESPORTE - Criciúma-SC – 08 a 10 de setembro de 2016  
 Secretarias do Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte (Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul)  
 Disponível em: <http://congressos.cbce.org.br/index.php/8csbce/2016sul/schedConf/presentations>  
 ISSN: 2179-8133



Na internet é muito comum encontrarmos campanhas de solidariedade que atingem milhares de pessoas, porém é difícil perceber a mudança de atitude na população. Assim, por vezes, a questão é polarizada e levada ao extremo, pois ao mesmo tempo que encontramos pessoas que dizem que não deveriam ter matado a onça, encontramos discursos que dizem que a atitude foi a acertada, pois uma pessoa estava em risco naquele momento. Nas redes, a discussão toma a forma de indagação: “Mas será que a culpa pelo acontecido é do animal?”

A.R.M.Y. @GarotaBangtan Jun 22 View translation

#SomosTodosJUMA essa sim é uma tag que devemos defender, não políticos racistas, homofóbicos e intolerantes!



Ao mesmo tempo que estava sendo debatido aqui no Brasil a morte da Juma, os Estados Unidos também discutiam uma polêmica envolvendo o uso de animais no entretenimento. Poucos dias antes da morte da onça no Brasil, um menino de 2 anos foi atacado por um crocodilo que o levou para dentro de um lago no park de diversões da *Disney*. Na busca pelo menino, as autoridades mataram ao menos 5 crocodilos até encontrarem o corpo do menino a poucos metros do local que em havia acontecido o ataque. No mês, na África, um Gorila dentro de um Zoológico foi morto para que fosse “salva” a vida de uma menina que caiu dentro da jaula do animal.



Expressos em releituras na rede, esses casos ajudaram a construir um discurso que mostra a fragilidade da vida animal perante a sociedade e que coloca os animais em posição de medo com relação aos humanos.



**Figura:** Capivara fugindo da Tocha para não correr risco<sup>11</sup>.

Como falado anteriormente, o caso Juma contribuiu para que a população brasileira se colocasse, em partes, contra o evento olímpico, criando novos embates que foram se proliferando por todo o território nacional. Assim, na dinâmica dos memes, a frase “Esperando a Passar” ganhou repercussão.

GREEN BEER 🍺 @GreenBeerCFC Jun 22

#SomosTodosJuma

<sup>11</sup> Disponível em <http://www.campograndenews.com.br/cidades/capital/campo-grandense-nao-perdoa-e-chegada-da-tocha-olimpica-vira-piada> Acessado em: 20/06/2016



**Figura:** Homem é preso ao tentar apagar a Tocha

A charge e a foto mostram como os temas podem se coligar na busca de manter uma estrutura discursiva em voga. Recuero (2006)<sup>12</sup> trata essa permanência de elementos narrativas como meme mimético, pois “apesar de sofrerem mutações e recombinações, sua estrutura permanece a mesma e são facilmente referenciáveis como imitações”.

MidTec Webdesign @Luis\_Arnaldo 7 Jul 2015 View translation

<sup>12</sup> RECUERO, Raquel da Cunha. MEMES E DINÂMICAS SOCIAIS EM WEBLOGS:: informação, capital social e interação em redes sociais na Internet. *Intexto*, Porto Alegre, v. 15, n. 2, p.1-16, jun. 2006.



@jose\_simao depois do #somostodosmaju tem também o #somostodosjuma :

<http://bigosta.blogspot.com.br/2015/07/somostodosjuma.html> ...



Porém, para que se entenda o significado do meme, é necessário saber do contexto em que ele se insere e do que trata a estrutura original da mensagem, como na imagem acima onde Cristiana Oliveira, no papel de Juma na telenovela Pantanal, é re-acionada para falar sobre o acontecido com a onça Juma. A complexidade da mensagem só pode ser acessada pelos que conhecem o enredo da telenovela dos anos 1990: um dos mitos que circundava a história era que Juma (homônima da onça de Manaus) se transformava em onça pintada.

Contudo, algo que se mantém relevante e com fortes poder de discussão é o dinheiro investido nos megaventos esportivos, pois não importa onde aconteçam sempre tem denúncias de superfaturamento, fraude em obras e fraude na própria escolha das sedes - como mostra os trabalhos de Andrew Jennings (2011, 1992). Em seus livros, ele mostra o resultado de investigações realizadas por ele, que tratam da compra de votos para escolha da sede, ou desvio de dinheiro, entre muitos outros assuntos. Algo representado na postagem abaixo, onde pode-se entender que os megaeventos não se importam com legados, mas sim com o dinheiro que eles podem render para os organizadores.

**Recitou Pra Nós** @RecitouPraNos Jun 25

#participe do nosso evento #somostodosjuma

<https://www.facebook.com/events/1320204994663541/?ti=cl> ...



Recitou Pra Nós ▶ #somostodosjuma  
23 de jun às 19:13 · 🌐

Nota comemorativa das Olimpíadas

Recitou Pra Nós:



Daniella Ferreira @DaniellaCFG Jun 22 View translation

#onçapintada #vexame

#crueldade. Não podemos deixar cair no esquecimento



0 retweets 0 likes

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O #somostodosjuma é apenas uma das narrativas transmídia presentes nas redes sociais digitais. Nosso intuito, com este estudo, é apresentar a potencialidade de compreensão de esferas importantes da sociedade contemporânea a partir das narrativas transmídia. Em um





contexto de convergência cultural a partir da mídia, postagens e memes na internet entrecruzam discursos, linguagens, interesses, disputas de poder.

Como investigação preliminar da produção do discurso midiático sobre os JO Rio/2016, o acompanhamento da narrativa transmidiática sobre a morte da onça Juma durante o Revezamento da Tocha nos traz indícios teórico-metodológicos para novos estudos no âmbito da cultura esportiva midiática.

## REFERÊNCIAS

COB. OS SÍMBOLOS OLÍMPICOS. Disponível em: <<http://www.cob.org.br/pt/cob/movimento-olimpico/simbolos-olimpicos>>. Acesso em: 29 jun. 2016

PIRES, Giovani de Lorenzi; LISBÔA, Mariana Mendonça (Org.). **Quem será “mais Brasil” em Londres/2012?: enquadramentos no telejornalismo esportivo dos Jogos Olímpicos.** Florianópolis: Tribo da Ilha, 2015. 160 p.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009

JENKINS, Henry. **A Meme is a Terrible Thing to Waste: An Interview with Limor Shifman (Part One).** 2014. Disponível em: <<http://henryjenkins.org/2014/02/a-meme-is-a-terrible-thing-to-waste-an-interview-with-limor-shifman-part-one.html>>. Acesso em: 27 jul. 2016.

JENNINGS, Andrew. **Jogo Sujo: o Mundo Secreto da Fifa.** São Paulo: Panda Books, 2011. 351 p.

PEREIRA, Rogério Santos et al. A cobertura jornalística da cerimônia de abertura dos Jogos Olímpicos de Londres 2012 e a repercussão na rede social Twitter. **Motrivivência**, Florianópolis, v. 27, n. 45, p.154-160, 14 set. 2015. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). <http://dx.doi.org/10.5007/2175-8042.2015v27n45p154>.

RECUERO, Raquel. Memes em Weblogs: proposta de uma taxonomia. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM



COMUNICAÇÃO (COMPÓS), 15., 2006, Bauru, SP. [Anais...] Bauru, 2006. Artigo apresentado no GT de Tecnologias da Informação e da Comunicação.

RECUERO, Raquel da Cunha. MEMES E DINÂMICAS SOCIAIS EM WEBLOGS:: informação, capital social e interação em redes sociais na Internet. **Intexto**, Porto Alegre, v. 15, n. 2, p.1-16, jun. 2006.

SIMSON, Vyv; JENNINGS, Andrew. **OS SENHORES DOS ANÉIS: Poder, dinheiro e drogas nas Olimpíadas Modernas**. São Paulo: Best Seller, 1992. 333 p