

# A voz da Comunidade na Preparação de Megaevento: Rio 2016

## The voice of the community in the preparation of a mega-event: Rio 2016

### La voz de la comunidad en la preparación de un megaevento: Río 2016

**SÓNIA PEDRO SEBASTIÃO**, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade de Lisboa, Lisboa, Portugal (ssebastiao@iscsp.ulisboa.pt)

**ANA ISABEL LEMOS**, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade de Lisboa, Lisboa, Portugal (lemos.ai@hotmail.com)

#### RESUMO

Este artigo trata da importância da comunidade na preparação de megaeventos, tomando como exemplo os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro, em 2016. Recorrendo ao *e-clipping* de notícias de três jornais diários brasileiros, é feita uma análise quantitativa dos temas abordados e das vozes presentes nas notícias. Adicionalmente é feita a análise qualitativa das notícias recolhidas em que existia associação entre protestos e os Jogos Olímpicos de 2016. Verifica-se a distância entre os interesses da organização do megaevento (dominantes) e os interesses da comunidade (desvalorizados) e evidencia-se o papel dos *media* na representação de ambos.

**Palavras-chave:** relações públicas, comunidade, megaevento, cobertura midiática, Jogos Olímpicos 2016.

#### ABSTRACT

*This article addresses the importance of the local community in the preparation of mega-events, taking the case of the Olympic Games in Rio de Janeiro in 2016. Using the news e-clipping of three Brazilian newspapers, we conducted a quantitative analysis of the topics addressed and the voices present in the news. In addition, we conducted a qualitative analysis of the news in which there is an association between protests and the 2016 Olympic Games. As a result, we detect a distance between the interests of the organization of the mega-event (dominant) and the interests of the community (devalued), as well as the role of the media in the representation of both.*

**Keywords:** public relations, community, mega-event, media coverage, Olympics 2016.

#### RESUMEN

El artículo aborda la importancia de la comunidad local en la preparación de megaeventos, tomando el caso de los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro en 2016. Para eso, se recurre al *e-clipping* de noticias de tres periódicos brasileños, de los que se extrae un análisis cuantitativo de los temas abordados y de las voces presentes en las noticias. También se lleva a cabo un análisis cualitativo de las noticias en las que se observa asociación entre protestas y los Juegos Olímpicos de 2016. Como resultado, se detecta la lejanía entre los intereses de la organización del megaevento (dominantes) y los intereses de la comunidad (desvalorizados), además de evidenciarse el rol de los medios en la representación de ambos.

**Palabras-clave:** relaciones públicas, comunidad, megaevento, cobertura mediática, Juegos Olímpicos 2016.

Forma de citar:

Sebastião, S. y Lemos, A. (2016). A voz da Comunidade na Preparação de Megaevento: Rio 2016. *Cuadernos.info*, (39), 209-224. doi: 10.7764/cdi.39.679

## INTRODUÇÃO

Em 2013, uma série de protestos cívicos durante a Copa das Confederações da FIFA testou a capacidade do Brasil em organizar megaeventos. A população mostrou-se descontente com o montante de dinheiro público gasto em novos estádios, enquanto os setores públicos de saúde e de transportes continuavam deficitários. O ativismo público durante o evento levou a preocupações do Comitê Olímpico Internacional (COI) quanto ao sucesso dos Jogos Olímpicos Rio 2016. Em 2009, o Dossiê de Candidatura brasileiro (Comitê Organizador Rio 2016, 2009) apresentou dados que mostravam que o projeto Rio 2016 não tinha oposição pública organizada. Contudo, antes de deixar o cargo em 2013, o ex-presidente do COI Jacques Rogge destacou a necessidade de melhorar a comunicação com a comunidade anfitriã do evento (Homewood, 2013). Por conseguinte, emerge o interesse em perceber quais causas conduziram à mudança de opinião da comunidade local.

Este fenômeno instiga a investigação do papel das relações públicas no desenvolvimento de relacionamentos que evitem e respondam ao ativismo público por parte da comunidade anfitriã do evento. Devido aos mais de 50 casos de ativismo público no Rio de Janeiro apenas durante o mês de Junho de 2013 (G1, 2013), e dado que a maioria das pesquisas que incidem em megaeventos focam-se em economias altamente desenvolvidas (Giampiccoli & Nauright, 2010), Rio 2016 tornou-se um caso interessante para análise e sua exclusiva exploração é relevante.

Preende-se, então, analisar a representação midiática de duas vozes do processo relacional na preparação do megaevento Rio 2016: o público da comunidade (presente nos protestos) e a organização do megaevento. O foco nestas duas vozes é motivado pela perspectiva dicotômica das relações públicas que visam o entendimento mútuo entre “a organização” e os “seus públicos” (Grunig, 2001). Foram determinados dois objetivos operacionais: (1) compreender as relações com a comunidade no contexto das relações públicas; e (2) caracterizar as relações com a comunidade e a sua expressão midiática na preparação do Rio 2016. Para tal recorremos a um método quali-quantitativo. As técnicas de investigação utilizadas na concretização destes objetivos são a pesquisa e análise bibliográfica para o enquadramento teórico; a análise documental do dossiê de candidatura brasileiro; a construção de um *e-clipping* contendo notícias relacionadas com os Jogos Rio 2016; a análise de conteúdo quantitativa dessas notícias e a análise interpretativa das notícias

recolhidas que associavam os protestos cívicos com a preparação dos Jogos Olímpicos.

Este artigo está dividido em quatro pontos fundamentais. Nos dois primeiros é apresentada uma contextualização teórico-temática sobre as relações públicas e a comunidade enquanto público estratégico na organização de megaeventos; seguem-se as opções metodológicas onde se apresenta a análise documental e se evidencia o normativo sobre a relação com a comunidade anfitriã, assim como se explica o processo de construção da base de dados de notícias eletrônicas (*e-clipping*) e respetivos resultados. Finalmente procede-se à discussão dos resultados e explicitação da relação entre o enquadramento teórico e os dados recolhidos.

## RELAÇÕES PÚBLICAS: PÚBLICOS E COMUNIDADE

Especialistas da academia têm discutido se os profissionais de relações públicas (RP) devem funcionar como mediadores e acomodar as diferentes perspetivas entre a organização e seus públicos, de forma a construir relações mutuamente benéficas (Heath & Vasquez, 2001; Kruckeberg & Starck, 1988; Ledingham, 2001; Valentini, Kruckeberg & Starck, 2012), ou como uma ferramenta de persuasão capaz de criar hegemonia das organizações sobre os públicos (Coombs & Holladay, 2012; Hallahan, 2004; L'Etang, 2013; Morris & Goldsworthy, 2008). Para os autores da teoria da excelência, a estrutura do processo comunicacional com os públicos deve ser de duplo fluxo (Grunig, 2001), mas esta teoria dominante e as teorias marginais das relações públicas mostram discordâncias relativas à simetria da relação entre as organizações e os públicos. Por exemplo, a teoria crítica advoga que existe hegemonia da organização e que esta tende a fazer prevalecer os seus interesses (L'Etang, 2005; Motion & Weaver, 2005).

A presente investigação torna-se pertinente por possibilitar uma análise da realidade da relação entre a comunidade anfitriã, em particular os grupos ativistas, e a organização responsável pelos Jogos Olímpicos Rio 2016, dois polos da relação “organização” e “públicos”.

Contudo, não focamos os públicos em geral. Seguimos, antes, a perspetiva de Hallahan. Hallahan (2004) argumentou que a peça central da definição de relações públicas deve ser o conceito de comunidade e não o de públicos. O autor defende que o conceito de comunidade é mais amplo que o de públicos e define comunidade como pessoas com interesses sociais, culturais,

econômicos e/ou políticos em comum, que não estão necessariamente relacionados com qualquer problema particular. Este poderia ser qualquer subconjunto da sociedade, ou ainda, toda a sociedade onde os membros se aproximam devido a símbolos, atividades discursivas e identidades comuns. Hallahan afirma que as comunidades são capazes de moldar os fatores que influenciam a formação de públicos (p. 23). O autor afirmou ainda que uma comunidade providencia a arena onde as pessoas e os públicos se comunicam (p. 30).

Essa possibilidade da comunidade ser resultado da comunhão de indivíduos com interesses em comum também é discutida por Jones (2002). O autor define comunidade como dois ou mais públicos que se aproximaram através de assuntos comuns mantidos através de um senso coletivo de identidade e de uma visão do mundo particular sustentada pelo seu discurso (p. 56). As organizações e os públicos geralmente partilham seus discursos em uma ou mais arenas.

Tanto a comunidade de Hallahan (2004) como as arenas de Jones (2002) são derivados da Teoria de Sistemas e da concetualização do *lifeworld* de Habermas (1987). Este tem três componentes estruturais: cultura, sociedade e personalidade; e pode ser entendido em dois níveis: o social e o financeiro.

A abordagem comunitária das RP defende que, em vez de procurar o controle dos públicos, o paradigma da disciplina apresenta estratégias que promovem a confiança e constroem comunidade (Heath & Vasquez, 2001, p. 6). Hallahan (2004) defende que uma comunidade é resultado da integração de pessoas e de organizações, surgindo uma coletividade funcional com objetivos comuns ou compatíveis (p. 46). Assim, embora a organização não tenha o poder de controlar e gerir o relacionamento com os seus públicos-chave, pode usar os profissionais de relações públicas e as suas ferramentas estratégicas para auxiliar o processo de construção da comunidade. Isso requer o estabelecimento de práticas e procedimentos que antecipam e respondam às expectativas, preocupações e questões da comunidade (Hallahan, 2004).

Ao levar em consideração o estudo de caso selecionado, os Jogos Olímpicos de 2016, todos os moradores do Rio de Janeiro (cariocas) são passíveis de serem afetados por ou influenciar o evento. Além disso, eles têm o bem-estar social e o desenvolvimento da cidade como interesse em comum. De acordo com Hiller (1998, 2012), os moradores da cidade anfitriã são uma parte integrante do evento e participam a vários níveis, seja como indivíduos ou em grupos.

O autor afirma que os moradores devem ser vistos como uma comunidade heterogênea que interage com os Jogos Olímpicos enquanto projeto urbano com efeitos no seu mundo (Hiller, 2012, p. 12).

Pode-se assim concluir que, neste caso, há uma intersecção clara entre a comunidade física e a comunidade formada pelos interesses em comum. A comunidade anfitriã providencia então as arenas de comunicação dos Jogos Olímpicos Rio 2016 e os fatores sociais necessários para que os públicos se organizem e formem organizações comunitárias - organizações do *lifeworld* (Habermas, 1987).

### MEGAEVENTOS E A COMUNIDADE ANFITRIÃ

O termo megaevento não tem uma definição clara, mas é amplamente usado para descrever um evento internacional de grande escala: com duração fixa; que decorre num curto espaço de tempo (Bramwell, 1997; Hiller, 1998, 2000); que normalmente gera profundos efeitos de longo prazo (Kim, Gürsoy & Lee, 2006); que produz amplos níveis de participação e cobertura dos *media* (Gold & Gold, 2008; Mills & Rosentraub, 2013). Roche (2000) sintetiza que os megaeventos têm um caráter dramático, atratividade popular massiva e significância internacional (p. 1). Exemplos de megaeventos são as Feiras Mundiais (Expos), as Copas do Mundo de Futebol e os Jogos Olímpicos (Gold & Gold, 2008).

Dadas estas características, os megaeventos requerem grandes investimentos públicos em infraestruturas gerais e infraestruturas próprias para o evento (e.g. estradas, acessos, sistemas de transporte, alojamentos, estádios) (Mills & Rosentraub, 2013, p. 239). De acordo com Hiller (1998, 2000), um megaevento envolve estratégias políticas e tomadas de decisão intensivas. Além disso, o autor postula que megaeventos podem ser analisados como instrumentos de política governamental ou ideologias (2000, p. 439). Giampiccolli e Nauright (2010) argumentam que os organizadores esperam que a atração de um megaevento esportivo se traduza em entradas de capital através do turismo e de novos investimentos. Apesar de um megaevento ser principalmente concebido como uma iniciativa econômica, tem um aspeto social forte que muda o local onde é realizado.

Gursoy e Kendall (2006) concluíram que, apesar dos investimentos consideráveis de recursos humanos, financeiros e físicos necessários para a organização de um megaevento, ainda existe competição entre as comunidades para o sediar. Isto porque, e como sugerido por Gursoy em estudos posteriores (Gursoy,

Chi, Ai & Chen, 2011), os megaeventos esportivos tendem a ter consequências positivas de longo prazo para as cidades, para o negócio local e para as comunidades que os recebem. Assim se explica o interesse internacional em sediar um megaevento como os Jogos Olímpicos.

Adicionalmente, os autores defendem a importância do apoio da comunidade local no processo de planejamento do megaevento, dado que a mesma tem o poder de trazer influências negativas e oposição ativa, o que pode levar a atrasos, a ações legais e ao abandono de projetos (Gursoy & Kendall, 2006, p. 604). Assim sendo, os organizadores dos megaeventos buscam a aceitação dos residentes locais, divulgando os benefícios sociais, financeiros e infraestruturais para a comunidade (Giampiccoli & Nauright, 2010). Afinal, o desenvolvimento do sentimento de confiança é fundamental para a construção de um relacionamento com os residentes locais. Tal desenvolvimento depende da crença dos públicos na existência de interesses comuns entre os mesmos e a organização (Valentini et al., 2012).

Garantir o voto de confiança da comunidade anfitriã é uma tarefa difícil e complicada pelo crescente ceticismo dos reais fins que subjazem às autoproclamadas socialmente responsáveis decisões e ações das organizações (Valentini et al., 2012, p. 877), especialmente agora que é um fato conhecido, proveniente de análises históricas, que esses benefícios financeiros raramente são alcançados. Mills e Rosentraub (2013) afirmam que analistas independentes assinalam quatro grandes erros que causam a superestimação dos benefícios econômicos dos megaeventos: (1) o incremento do turismo pode ser mínimo ou inexistente se a cidade-sede já for um destino popular do turismo, isso porque, assim como o megaevento atrai alguns turistas, pode desviar os turistas que querem evitar multidões e preços mais elevados; (2) relatórios de projeto normalmente apresentam valores brutos em vez do faturamento líquido, o que é irrealista, já que a maioria do que é comprado é importada para revenda; (3) os trabalhadores temporários que se deslocam para a cidade anfitriã levam os seus ganhos de volta à sua área de residência, pelo que o seu consumo não pode ser contabilizado para o benefício da comunidade de sede; e (4) residentes da mesma região que participaram e gastaram dinheiro em atividades do megaevento teriam gasto uma quantia semelhante em outras formas de entretenimento local se não houvesse o megaevento nas proximidades,

logo esses gastos não produzem um novo benefício econômico para a região.

Essa percepção inflacionada dos benefícios pode ainda influenciar e distorcer a opinião da comunidade anfitriã em relação aos custos do megaevento. Isso é demonstrado nas conclusões de Gursoy et al., (2011) sobre os Jogos Olímpicos de Pequim 2008, onde a percepção inicial dos residentes sobre os benefícios dos Jogos para a comunidade era positiva. Sendo assim, como a expectativa era elevada, os custos associados eram vistos como baixos. Mas, após os Jogos, os residentes perceberam que os benefícios gerados ficaram abaixo dos pontos de referência iniciais, o que resultou na mudança de opinião da comunidade residente, que passou a perceber os custos com os Jogos como mais elevados do que deveriam ter sido (Gursoy, et al., 2011, p. 318). Seguindo o mesmo raciocínio, se as expectativas ainda no período de preparação para o evento forem baixas ou não cumpridas, os custos associados são percebidos como demasiado altos e o megaevento passa a ser visto como um problema para a comunidade, podendo então gerar oposição ativa à sua realização.

Um exemplo do ceticismo crescente e falta de interesse em sediar megaeventos é visível na decisão da Suécia em relação aos Jogos Olímpicos de Inverno de 2022. De acordo com a BBC, após avaliar a situação financeira, a capital sueca retirou a sua candidatura alegando que provocaria muita especulação com o dinheiro dos contribuintes.

Não obstante os inconvenientes enunciados, os Jogos Olímpicos são vistos como um acontecimento extraordinário na vida de uma cidade, e as propostas para os organizar continuam a surgir de cidades de todo o mundo (Gursoy & Kendall, 2006; Gold & Gold, 2008; Schissel, 2012).

Em nosso estudo iremos procurar compreender o teor da voz da comunidade, assim como as expectativas criadas pela voz da organização do megaevento Jogos Olímpicos Rio 2016, analisando os enquadramentos de três jornais diários brasileiros com melhor desempenho digital. O enquadramento ou moldura (*framing*) é entendido como o modo de apresentação da informação usada pelo jornalista na composição da notícia, sendo que esta apresentação reflete esquemas subjacentes existentes nas audiências para facilitar o seu entendimento (Shoemaker & Reese, 1996). Adicionalmente, Entman (1993) afirma que o enquadramento seleciona alguns elementos da mensagem (tópicos) tornando-os mais salientes, levando a que sejam considerados os mais importantes.

## OPÇÕES METODOLÓGICAS

O efeito consequente de megaeventos sobre a sociedade pode variar significativamente dependendo do tipo de cobertura midiática que o evento atrai e o grau de classificação como um evento midiático (Roche, 2000, p. 3). Este poder de chamar a atenção do público através da cobertura midiática torna estes eventos influentes na promoção de uma cultura pública internacional, em que ambas as identidades e culturas nacionais e internacionais são expressas e promovidas (Real, 2013, p. 38). A recepção de um megaevento é uma grande oportunidade de autopromoção econômica frente ao mercado internacional, uma vez que os países em desenvolvimento acabam por utilizar a cobertura midiática dos Jogos Olímpicos de acordo com a sua política e agendas sociais (Giampiccoli & Nauright, 2010, Gursoy et al., 2011).

Selltiz, Jahoda, Deutsch e Cook argumentam que os documentos provenientes da comunicação social fornecem uma poderosa fonte de informação para averiguação de várias questões de pesquisa, uma vez que são capazes de refletir os amplos aspectos do clima social no qual foram produzidos (1965, p. 385). Complementarmente, Dougall (2005) evidencia que os *media* têm uma grande capacidade de cobertura das relações entre as organizações e os seus públicos. Sendo assim, o próximo passo neste trabalho consiste na criação de uma base de dados noticiosos, ou seja, um dossiê de imprensa, construído através de recortes de imprensa (*clipping*). O *clipping* é um instrumento que permite aferir a imagem pública de um tema, organização ou evento (Sebastião, 2009, p. 140) e, neste trabalho, permite entender os acontecimentos de 2013, no Rio de Janeiro, relacionados com os Jogos Olímpicos. Ou seja, a partir do *clipping* se tenta detectar a reação da comunidade anfitriã e observar a sua opinião sobre o megaevento (o que apelidamos de *voz da comunidade*). Ressalvamos que esta voz é mediada pelos processos de produção noticiosa encetados pelos jornalistas e pelas editoriais. Adicionalmente, este instrumento permite evidenciar as molduras e os tópicos mais salientes das notícias (*framing*).

Foi, portanto, criada uma base de dados formada pelas notícias eletrônicas sobre os Jogos Rio 2016. Para o desenvolvimento desse *e-clipping* foi preciso restringir o universo da pesquisa. A partir do programa *i-MediaPlanner* disponibilizado pelo Instituto Verificador de Circulação brasileiro (IVC), percebeu-se quais os *websites* de notícias mais utilizados pelos cariocas, a partir do número de *page impressions*, no ano de 2013.

O programa selecionou as páginas dos jornais *O Dia*, *O Globo* e *Extra*. Mas como *O Globo* e o *Extra* fazem parte do mesmo grupo (*Globo.com*) e partilham notícias semelhantes, este último foi substituído pelo quarto colocado *Estadão* (apesar de sediado em São Paulo, tem escopo nacional).

As notícias coletadas foram classificadas por data, origem, tema chave, enquadramento (ou moldura), megaeventos abordados em seu conteúdo, tópicos associados aos Jogos Rio 2016 e existência de associação aos protestos cívicos. Espera-se que esta análise permita apontar os problemas sociais que estão a ser associados aos Jogos de 2016.

O processo de seleção iniciou-se pela identificação das notícias relevantes, através da técnica de pesquisa booleana, com os termos: Rio 2016, Jogos Olímpicos, Olimpíada(s) suas diversas combinações com organização, preparação, programa, plano(s), conflito(s), protesto(s), manifestação, problema(s) e greve(s). A lista de artigos selecionados foi subsequentemente analisada de forma a excluir aqueles que focassem exclusivamente em questões desportivas, modalidades, atletas ou outros Jogos Olímpicos.

Do processo de seleção resultou uma amostra final de 119 notícias publicadas em 2013: 57 de *O Globo*, 34 de *O Dia* e 28 do *Estadão*. As notícias foram classificadas por: origem, título, data, fonte, moldura, tema chave, tópicos associados e existência de associação aos protestos cívicos. Foi utilizada uma abordagem dedutiva para a codificação do enquadramento das notícias. As molduras pré-definidas foram estabelecidas com base no trabalho de Semetko e Valkenburg (2000, pp. 95-96) e são a moldura de conflito (*conflict frame*), a moldura de consequência econômica (*economic consequences frame*), a moldura de interesse humano (*human interest frame*), a moldura de moralidade (*morality frame*) e a moldura de responsabilidade (*responsibility frame*). Uma opção Outras foi adicionada para as notícias que não se encaixavam em nenhuma das categorias.

Segundo os autores, as notícias pertencentes à moldura de conflito focam as diferenças de opinião; já as da moldura de interesse humano concentram-se nos problemas de um ponto de vista emocional; as notícias da moldura de consequência econômica, como seu nome indica, focam o aspeto econômico do problema; as incluídas na moldura de moralidade mostram a questão a partir de uma posição moral ou religiosa; e, finalmente, as notícias da moldura de responsabilidade apontam a culpa a uma das partes.



Quanto à análise da possível associação às manifestações de protesto, em primeiro lugar as notícias foram separadas em duas categorias: notícias gerais e notícias de protesto. As Notícias Gerais incluem todas as notícias que se referem aos Jogos Olímpicos e aos protestos no corpo do texto. As notícias gerais foram então classificadas de acordo com a associação direta ou a associação indireta aos protestos. As *Notícias Protesto* incluem notícias focadas no próprio protesto, mas citam os Jogos Olímpicos no seu contexto. Além disso, foram também registradas as associações apresentadas no título notícia e a existência de violência observada no contexto social (ver figura 1).

Com a análise quali-quantitativa pretende-se evidenciar a representação midiática de duas vozes do processo relacional na preparação do megaevento Rio 2016: o público comunidade (presente nos protestos) e a organização do megaevento. Por isso, realizou-se uma análise de conteúdo quantitativa para aferir: quais os tópicos mais abordados e a existência de associação entre os Jogos Olímpicos de 2016 e os protestos que aconteceram no ano de 2013. Adicionalmente, as notícias que incluíam associação aos protestos foram analisadas qualitativamente, por incluírem o que denominamos como “voz da comunidade”. Os dados da análise interpretativa das notícias são enquadrados pelo conteúdo do Dossiê de Candidatura brasileiro (DC), que inclui a “voz da organização” dos Jogos Olímpicos, assumindo um tom normativo,

otimista e focado nas vantagens do megaevento para o país e para a comunidade anfitriã. Sistematizamos a análise qualitativa focando três problemáticas: 1) o programa de comunicação e as iniciativas dirigidas a esta, de modo a cruzarmos o que “foi prometido” e criou expectativas na comunidade com o que é objeto de protesto e representado nas notícias coletadas; 2) os atores comunitários (quem é “ouvido”/mencionado nas notícias em que os protestos estão em foco; e 3) que interesses são abordados nas notícias (locais, econômicos, políticos).

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

### ANÁLISE DOCUMENTAL DA CANDIDATURA: A CRIAÇÃO DA EXPECTATIVA

O Dossiê de Candidatura brasileiro (DC) descreve os Jogos como o marco do início de uma nova era para o Rio de Janeiro. Para os políticos e organizadores do evento, este é visto como o momento perfeito para o Rio de Janeiro mostrar, frente às câmaras internacionais, que é uma cidade naturalmente apaixonada pelo esporte. Os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos do Rio são apresentados no DC como uma oportunidade para unir o poder do esporte com o espírito festivo do Rio de Janeiro, num cenário de beleza natural e hospitalidade. Por conseguinte, a imagem que o Comitê Organizador deseja passar é que estes serão os Jogos da alegria, da beleza natural, da diversidade e da energia.

Enquadramento	Tópicos Associados	Associação aos Protestos
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Moldura de Conflito</li> <li>- Moldura de Consequência Econômica</li> <li>- Moldura de Interesse Humano</li> <li>- Moldura de Moralidade</li> <li>- Moldura de Responsabilidade</li> <li>- Outras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Segurança</li> <li>- Transportes</li> <li>- Acomodações</li> <li>- Finanças</li> <li>- Obras</li> <li>- Logística</li> <li>- Meio Ambiente</li> <li>- Programas Sociais e Legado</li> <li>- Educação</li> <li>- Saúde</li> <li>- Desalojamentos</li> <li>- Calendário e atrasos</li> <li>- Outro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Não</li> <li>- Notícias Gerais:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Associação indireta</li> <li>- Associação direta</li> </ul> </li> <li>- Notícias Protesto</li> </ul>

Figura 1. Codificação da análise de conteúdo

Fuente: Elaboração própria.

Segundo Schissel (2012), a busca pela recepção de megaeventos esportivos é um esforço para tornar a cidade economicamente competitiva por meio do aumento do turismo, do investimento direto estrangeiro e do *city marketing* (p. 49). Os organizadores dos Jogos de 2016 apostam no entusiasmo e no espírito jovem do Rio de Janeiro para atrair a juventude internacional e inspirar os jovens esportistas do mundo todo.

A paixão do seu povo pelo esporte e pela celebração do mesmo é marcado como o conceito chave para os programas de comunicação. Esses programas incluem um alto nível de proatividade e manutenção do interesse global ao longo dos quatro anos, de um diálogo com as diversas comunidades brasileiras, com grandes concentrações de jovens, e de uma estratégia de comunicação *online* incorporada. A associação entre as preparações dos Jogos e o desenvolvimento nacional é uma dessas estratégias de diálogo, que têm por objetivo conseguir o apoio da população local.

O Dossiê de Candidatura não oferece uma explicação dos programas pertencentes ao Plano de Comunicação, mas disponibiliza os objetivos gerais do mesmo e um cronograma de realização. Do calendário podemos destacar programas de cariz comunitário como: a campanha de comunicação interna, o programa de parceiros e a campanha de relações comunitárias.

Segundo o ponto 1.10 *Oportunidades de Comunicação do Dossiê*, o principal desafio será manter o interesse e dinamismo durante o período pré-evento. Para tal, a estratégia dos organizadores dispõe de uma dimensão nacional e outra internacional, que se estenderá pelos sete anos de preparativos, e pretende: organizar sessões de esclarecimento das vantagens passíveis de serem tiradas da organização dos Jogos, trabalhar em conjunto com patrocinadores, emissoras e imprensa de forma a abranger o alcance da mensagem; utilizar as etapas de planejamento concretizadas para mostrar as vantagens na prática e criar parcerias com as comunidades atingidas pelos Jogos. O Dossiê refere ainda que “no coração da estratégia Rio 2016 estará o compromisso de manter um diálogo aberto e construtivo que permita trabalhar com todos os grupos, de modo que todos os pontos de vista possam ser levados em consideração” (Comitê Organizador Rio 2016, 2009, p. 26).

Em síntese, da análise documental do DC, verifica-se que, na apresentação do mesmo (2009), parecia não existir oposição pública à organização do megaevento e havia o intuito, por parte do Comitê Organizador brasileiro, de permitir uma participação ativa

da comunidade local na criação dos projetos relacionados com o mesmo. Tal afirmação mostra que existe a intenção em estabelecer e desenvolver uma relação com a comunidade anfitriã criando nesta expectativa. Mas terá a mesma sido concretizada? O que diz a voz da comunidade, representada em nosso objeto de análise pelo espaço dado aos manifestantes nas notas de mídia selecionadas, em relação à preparação do megaevento e às suas necessidades?

#### CLIPPING E ANÁLISE QUANTITATIVA: PREPARAÇÃO DOS JOGOS 2016 E PROBLEMAS SOCIAIS

As 119 notícias analisadas foram distribuídas de acordo com seus respectivos temas-chave, resultando em 15 temas específicos. Os mais recorrentes foram os planos para os Jogos Olímpicos (16), os protestos (15), os problemas de preparação para o evento (11) e o calendário e atrasos (11) (ver tabela 1).

A maioria das notícias concentram-se exclusivamente nos Jogos Olímpicos (61), e as notícias com

Temas chave	Número de notícias
Planos para os Jogos	16
Protestos	15
Problemas de preparação	11
Calendário e atrasos	11
Desalojamentos	9
Emprego	8
Finanças	8
Segurança	8
Difusão do esporte	7
Privatização do Maracanã	7
Benefícios do megaevento	5
Transportes	5
Saneamento	4
Religião	3
Fornecedores	2
TOTAL	119

Tabela 1. Notícias Por Temas Chave  
N=119

Fuente: Elaboração própria.

foco nas manifestações ficaram em segundo lugar (31). Dado terem sido recolhidas todas as notícias relacionadas com os Jogos Olímpicos de 2016, desde que não referentes a questões exclusivamente esportivas, nem todas as notícias têm como tema principal os Jogos. Essas notícias focavam a Copa do Mundo de 2014 (18) e a Jornada Mundial da Juventude (5) que ocorreu em julho de 2013 no Rio de Janeiro.

Assim, temos 51,3% das notícias com foco exclusivo nos Jogos, 26,1% focadas nas manifestações sociais; 15,1% centradas na Copa do Mundo de 2014; 4,2% dedicadas à Jornada Mundial da Juventude e 3,3% com outro foco. Não obstante o foco, lembramos que todas as notícias selecionadas mencionavam os Jogos.

Apesar das notícias terem sido agrupadas de acordo com o seu tema-chave, cada uma delas continha uma série de tópicos associados ao seu contexto (conforme figura 1). Os tópicos mais abordados foram acerca das finanças (43), das obras para os Jogos (42) e dos transportes (32) (ver tabela 2). Estes tópicos encontram-se

Tópicos	Número de Associações aos Jogos
Finanças	43
Obras	42
Transporte	32
Calendário e atrasos	24
Programas Sociais e Legado	23
Segurança	21
Outros	21
Desalojamentos	16
Logística	15
Acomodações	10
Meio Ambiente	7
Educação	6
Saúde	5
TOTAL*	265

Tabela 2. Tópicos associados aos Jogos Olímpicos Rio 2016 pelos *media*  
N=119

\*Existem notícias que abordam vários tópicos associados aos Jogos

Fuente: Elaboração própria.

ligados, em grande parte das notícias, ao Anel de Transporte de Alta Capacidade, projeto de transportes que se encontrava em construção quando realizamos a nossa recolha de *clipping* (notícias de 2013) e que acarreta um grande investimento.

Em várias notícias (24) é apresentada a preocupação do COI (“voz da organização”) quanto às obras e aos atrasos, em particular na zona de Deodoro. Segundo o relatório noticioso apresentado por Christina Nascimento pelo jornal *O Dia* (2013), alguns trechos da Transolímpica, corredor expresso de BRT para ligação de Deodoro à Barra da Tijuca, estavam com atrasos de quase um ano. As notícias apontavam também para indefinições de prazo para começar várias obras e para a despoluição da Baía de Guanabara, como fatores que podiam interferir no cronograma dos preparativos do evento. Devido a negociações e processos burocráticos, algumas obras tiveram de ser interrompidas e, aos olhos da comunidade, podem parecer abandonadas, o que passa a ideia de que o dinheiro público estava sendo mal utilizado.

Outro tópico associado aos Jogos, com frequência semelhante aos atrasos, são os programas sociais e legado (23). Devido às infraestruturas necessárias e à complexidade dos conceitos tecnológicos desenvolvidos pelos organizadores, o plano de obras para os Jogos Olímpicos encaixa-se na categoria de megaprojeto. Estes, por norma, envolvem investimentos de larga escala e de alto risco durante um período de médio a longo prazo. Nem sempre estes projetos conseguem entregar os benefícios esperados e, no caso dos Jogos, as consequências podem ser agravadas pelo prazo de entrega inadiável para a conclusão. Atrasos nas obras podem forçar os organizadores a criar programas de construção de emergência, com custos extra para o acréscimo de empreiteiros e agilização das obras, para trazer os projetos de volta ao calendário programado (Gold & Gold, 2008, pp. 303-304). Isso pode ser visto no apressar do fim das obras para a Copa do Mundo de 2014: as obras passaram a ser feitas 24 horas por dia, num regime de urgência, extrapolando a jornada normal de trabalho e comprometendo a concentração dos trabalhadores, o que acarretou a morte de operários que trabalhavam na construção dos estádios (Ramil, 2013).

Em relação ao enquadramento, as notícias do Rio 2016 que não mostram nenhuma associação com os protestos cívicos encaixam-se principalmente na moldura de interesse humano (21). Nas notícias com associação aos protestos, há um predomínio das molduras de conflito (17), moralidade (12) e responsabilidade



(10). Em termos totais, as molduras do conflito (29), do interesse humano (24) e da responsabilidade (23) são as predominantes na apresentação das notícias sobre os Jogos - ver tabela 3.

Em síntese, os resultados nos permitem verificar que a maior parte das notícias analisadas, 51,3%, enfoca os Jogos enquanto evento em preparação, dificuldades e constrangimentos dessa preparação. Apenas 26,1% dá maior destaque às manifestações sociais. Não obstante, e como mostra a tabela 3, as notícias relacionadas com os Jogos com associação aos protestos representam 43,7%. Apenas nestas encontramos uma “voz da comunidade” mediada pelos órgãos de comunicação social considerados neste trabalho. De uma forma geral, podemos afirmar que a apresentação da voz da comunidade pela mídia considerada tende a ser enquadrada pelas molduras de conflito, responsabilidade e moralidade, havendo uma preocupação de equilibrar esta perspectiva com o interesse humano e as consequências econômicas que advém do acolhimento do megaevento. É de se notar ainda que cerca de 20,2% das notícias consideradas representam a voz da organização exterior, isto é, as preocupações do COI com a preparação dos Jogos Olímpicos e os protestos que lhe são associados.

#### ANÁLISE INTERPRETATIVA: VOZES, ATORES E INTERESSES

A análise das notícias focadas nos Jogos mostra que a voz da organização não é unânime, podendo ser dividida em duas partes: os organizadores locais e o organizador internacional (COI), sendo que este mostra preocupações na operacionalização dos trabalhos e

lança dúvidas sobre o otimismo do organizador local. Outra preocupação apresentada nas notícias por parte do COI foi, justamente, as manifestações de protesto ocorridas durante o ano de 2013, em particular, durante a Copa das Confederações. Nas notícias com associação dos Jogos de 2016 com os protestos cívicos (conforme figura 1, terceira coluna), 52 citam os Jogos Olímpicos e os protestos no seu texto. Dessas, seis notícias apresentam a associação no título ou subtítulo e, a maioria dessas, relatam as preocupações apresentadas pelo COI sobre as dificuldades que os protestos podem trazer aos Jogos. Ou seja, apresentam a voz da organização a denunciar as dificuldades provocadas pela voz da comunidade. O que pode ser entendido como uma “censura” à comunidade que não colabora com o processo, mas também uma chamada de atenção aos organizadores locais que não consideraram os interesses e as preocupações da comunidade anfitriã no processo de planejamento da organização do megaevento, ao contrário do que tinham estipulado no Dossiê de Candidatura que submeteram ao COI.

O processo de descoberta resultado da nossa análise interpretativa (Guerra, 2006), mostra que as “vozes” presentes nos órgãos de comunicação considerados não são dicotômicas, uma vez que é possível dividir a voz da organização em duas partes: a local e a internacional. Sendo que esta contribuiu para amplificar a “voz da comunidade” nas notícias, provavelmente, com interesses diferentes, mas com o mesmo efeito.

O predomínio das molduras de conflito, moralidade e responsabilidade nas notícias que apresentam associação entre o megaevento e os protestos cívicos atesta a procura de poder pelos públicos ativistas (voz

Molduras	Com associação aos protestos	Sem associação aos protestos	TOTAL
Conflito	17	12	29
Interesse Humano	3	21	24
Responsabilidade	10	13	23
Consequência Econômica	7	10	17
Moralidade	12	2	14
Outra	3	9	12
TOTAL	52	67	119

Tabela 3. Notícias por moldura  
N=119

Fuente: Elaboração própria.

da comunidade) através da exposição de comportamentos irresponsáveis por parte da organização do megaevento, atraindo assim, cobertura midiática e capacidade de influenciar a opinião pública. Os principais temas enfatizados nas notícias das manifestações de protesto e diretamente associados ao Rio 2016 foram a privatização do Maracanã e o desalojamento de milhares de famílias para viabilizar a construção de algumas infraestruturas para os Jogos Olímpicos, além da descontaminação da Baía de Guanabara. Estes temas podem ser entendidos como problemas em comum que ligam a organização do evento à comunidade carioca. Ressaltamos que, da análise qualitativa feita a estas notícias, a “voz da comunidade” é em grande parte manifestada por organizações comunitárias, cujos porta-vozes entrevistados prestam informações aos jornalistas. Não é perceptível a instrumentalização destas organizações por organizações políticas ou econômicas, nem a existência de um profissional de relações pública assessorando as organizações comunitárias.

No seu estudo acerca dos processos de reestruturação urbana do Rio de Janeiro para a preparação dos Jogos 2016, Schissel (2012) concluiu que todo o planejamento do megaevento vai de encontro às exigências das partes interessadas priorizando as estratégias de acumulação de capital em detrimento da prestação de serviços públicos e da imparcialidade das instituições públicas (p. 73). A análise interpretativa das notícias que associam os Jogos com os protestos possibilita perceber que, na verdade, os moradores protestam sobre processos locais que estão sendo conduzidos por atores locais (Schissel, 2012, p. 8). Isto é, o protesto é dirigido à organização local e não ao evento no geral.

Como mencionado anteriormente, o DC aponta que uma das estratégias frente à comunidade local é manter um diálogo aberto e levar os diferentes pontos de vista em consideração (Comitê Organizador Rio 2016, 2009, p. 26). Tal promessa está de acordo com os ideais teóricos apresentados anteriormente, pois uma forma de trabalhar no apoio dos habitantes locais e aumentar a sustentabilidade do megaevento esportivo está na implementação do envolvimento dos mesmos no processo de planejamento. Isso pode permitir que, sem colocar em risco seu apoio, a comunidade forme percepções mais precisas sobre os benefícios e os custos em sediar o megaevento (Gursoy et al., 2011, p. 319). A participação cívica é um aspeto fundamental da vida civil e da tradição democrática e pode, através da ação cívica e de esforço voluntário, causar melhorias na comunidade (Bracht & Rice, 2012, p. 289). Esta

foi a expectativa criada pelos organizadores locais no Dossiê de Candidatura brasileiro apresentado ao COI e divulgado para a opinião pública. Se verificam, contudo, indícios que apontam para a confirmação da teoria que evidencia que ignorar o poder da participação e do debate público durante a organização de um megaevento, que pelas suas características deve causar mudanças na vida cotidiana da comunidade, pode resultar em atrasos, perdas financeiras e susceptibilidade a críticas provenientes da comunicação social (Gursoy & Kendall, 2006). A não correspondência entre a expectativa criada e a prática da organização local gera protestos da comunidade e preocupação da segunda parte integrante da voz da organização, o COI. Quer um quer outro surgem nas notícias expressando discordância com a atuação nos processos locais.

O modelo construído por Prayag, Hosany, Nunkoo e Alders (2013) para a análise da atitude geral e do apoio aos Jogos Olímpicos de 2012 também aludia à necessidade de o processo de planejamento incluir a participação dos residentes locais para garantir o sucesso do megaevento esportivo. Porém, é preciso notar a diferença entre consulta e participação da comunidade. Wates (2008) argumenta que apesar do crescente compromisso dos governos em implementar a participação comunitária no processo de planejamento, por vezes, essa participação é estereotipada na forma de consulta. E consulta sem participação resume-se em solicitar às pessoas que concordem com o que já foi decidido por outros, o que por sua vez pode incitar uma reação negativa (p. xvi). O objetivo deve ser o de criar as propostas em conjunto com a comunidade e não simplesmente apresentar propostas à comunidade.

Os protestos civis deram voz à comunidade local que se sentiu excluída e se opôs aos interesses dos organizadores locais. Assim, se verifica que os públicos podem não só oferecer respostas defensivas e ofensivas, como também criar a sua própria estrutura organizacional. Contudo, esta “voz da comunidade” é mediada a dois níveis: no primeiro, os protestos permitiram chamar a atenção e causar preocupação numa das fações da organização do evento – o Comitê Olímpico Internacional (voz da organização com elevada presença na agenda midiática); no segundo, a cobertura midiática deu voz a representantes de moradores que podem estar organizados de acordo com interesses políticos e econômicos.

Uma organização comunitária, proveniente do *lifeworld* (Habermas, 1987), que esteve sempre presente nos protestos, foi o Comitê Popular Rio da Copa e das Olimpíadas (CPRCO). Esta foi criada em 2010 e

é composta por cidadãos que pertencem a movimentos sociais, ONGs, instituições acadêmicas e comunidades atingidas pelas obras dos megaeventos. As suas principais causas são a defesa do direito à moradia, o fim do trabalho informal, a proteção do complexo do Maracanã e um melhor acesso às informações do projeto olímpico.

A revolta cívica em relação ao Maracanã deu-se devido à concessão da administração do complexo esportivo por parte do governo à Maracanã S.A., a partir de um leilão. Os manifestantes pediram, em diversos protestos, o cancelamento do contrato, dado acreditarem na diminuição da verba gerada pelo estádio aos cofres públicos e, logo, não ser benéfica para o Rio de Janeiro. O projeto leiloado incluía também a intenção de demolir a pista de corrida Célio de Barros – construída para o Pan-Americano de 2007 – e o Museu do Índio, o que foi extremamente reivindicado pelos cariocas. O governador do Rio, Sérgio Cabral, acabou por revogar o plano.

Das 17 notícias que relatavam associação com os protestos cívicos, cinco relatavam os despejos e deslocamentos ocorridos no Rio de Janeiro. O movimento cívico que ganhou mais atenção dos media foram as manifestações, que duraram mais de 17 horas, feitas por moradores do Rio de Janeiro em frente à casa do prefeito Eduardo Paes em agosto de 2013. Participaram desse ato organizações comunitárias como o Comitê Popular Rio Copa e Olimpíadas, o Movimento Nacional de Luta pela Moradia (MNLN) e representantes de associações de moradores de comunidades atingidas, como: a Vila Autódromo, em Jacarepaguá; o Morro da Providência, atingido pelas obras de revitalização da região portuária; e Tubiacanga, na Ilha do Governador, perto do Aeroporto do Galeão (Neder, 2013).

Este esforço foi seriamente encarado por algumas ONGs, como a Amnistia. Essas organizações passaram a fazer campanha contra as remoções, alegando que o governo estava violando os direitos humanos. Em uma carta enviada ao prefeito, a Amnistia pede a revisão do projeto de intervenção urbana, de modo a reduzir o impacto das construções sobre os moradores e o respeito pelos direitos das pessoas. A Amnistia apela a que só haja despejo quando a remoção dos moradores é absolutamente necessária, com aviso prévio, em troca de um alojamento alternativo e uma compensação financeira adequada (Gomes, 2013).

Tanto a Amnistia quanto as organizações comunitárias e as associações de moradores reclamam graves violações do direito à moradia no processo de

desalojamento. Um exemplo sempre apontado é o caso da Vila Autódromo. Segundo os manifestantes não existe qualquer necessidade de remoção (Comitê Popular Rio da Copa e das Olimpíadas, 2013a; Gomes, 2013). Para propor uma solução, a associação de moradores, com a colaboração da Universidade Federal do Rio de Janeiro e da Universidade Federal Fluminense, elaborou o Plano Popular para Urbanização da Vila Autódromo, que possibilitava a permanência da comunidade sem criar qualquer prejuízo aos Jogos Olímpicos. Este foi enviado para a prefeitura ainda em 2012, mas não alterou os planos iniciais de remoção da comunidade.

A Vila Autódromo é um bairro popular da Barra da Tijuca. O CPRCO acusa que a remoção desta comunidade é a maior operação imobiliária da Cidade Olímpica. Isso porque a comunidade fica ao lado do Parque Olímpico, área de interesse das empreiteiras que formam o Consórcio Rio Mais - Norberto Odebrecht, Andrade Gutierrez e Carvalho Hosken – que terá poder sobre uma área de um milhão de metros quadrados após 2016 graças a parceria público-privada firmada com a Prefeitura do Rio há dois anos (Comitê Popular Rio da Copa e das Olimpíadas, 2013b).

Segundo a nota pública emitida pelo Comitê Popular Rio da Copa e das Olimpíadas (2013b), foi graças a pressão exercida pelas manifestações de junho e julho que, no início de agosto, o prefeito Eduardo Paes solicitou uma reunião com o CPRCO e outras organizações sociais para discutir questões sobre os desalojamentos. Nessa reunião, o prefeito reconheceu que o processo foi mal conduzido e disse considerar a possibilidade de manter a comunidade. Como resultado desta reunião, foi realizada outra no dia seguinte com a Associação de Moradores da Vila Autódromo, os secretários municipais de meio ambiente e habitação, o Subprefeito da Barra da Tijuca e Jacarepaguá, um representante da Empresa Olímpica Municipal e da Procuradoria-Geral do Município, além da Defensoria Pública do Estado, das duas universidades federais e da Pastoral das Favelas. O prefeito mostrou-se disposto a renegociar a permanência da Vila Autódromo e sua urbanização e, para tal, seria constituído um grupo para a negociação que contaria com técnicos da prefeitura, representantes dos moradores e sua assessoria técnica, e as decisões seriam igualmente submetidas às assembleias dos moradores. Ficou decidido também que o projeto de urbanização e regulamentação iria basear-se no Plano Popular para a Urbanização da Vila do Autódromo, plano este que em dezembro de 2013 ganhou o *Urban Age Award* – prêmio internacional organizado pelo *Deutsche Bank*

e pela *London School of Economics*. Até ao fim do desenvolvimento deste estudo, dois terços da comunidade já foi deslocada, existindo a permanência no local de 50 famílias cuja decisão de remoção ainda se debate.

A partir deste exemplo percebe-se, como suposto anteriormente, que as intenções da organização dos Jogos Olímpicos Rio 2016 seriam apenas de consulta à população, apresentando o projeto de urbanização já criado. Mas graças à imposição da comunidade, através do ativismo cívico, apoio de ONGs e da voz conferida pelos *media*, esta passou a ter um papel participativo nas decisões que a influenciam diretamente.

## CONCLUSÕES

Este trabalho de investigação tinha como principal objetivo analisar a representação midiática de duas vozes do processo relacional na preparação do megaevento Rio 2016: o público comunidade (presente nos protestos) e a organização do megaevento. Com a análise bibliográfica evidenciamos a importância da comunidade no contexto das relações públicas na organização de um megaevento, justificando a necessidade de se perceber o envolvimento desse público no processo. A análise documental ao Dossiê de Candidatura brasileiro confirmou a intenção de seguir a normatividade teórica. Assim sendo, a proposta incluía a participação da comunidade no planejamento e na preparação dos trabalhos.

Seguiu-se a análise da expressão midiática das vozes envolvidas na preparação do Rio 2016. Da sistematização e análise quantitativa foi possível perceber que os tópicos mais abordados nas notícias foram as finanças, as obras para os Jogos e os transportes. A partir da análise interpretativa da proposta brasileira para os Jogos Olímpicos Rio 2016 (organização do megaevento) percebeu-se que existia a intenção de incluir a participação da comunidade carioca no desenvolvimento dos projetos do megaevento. Porém, a avaliação situacional feita a partir das notícias mostrou uma realidade diferente.

A população local tinha uma participação limitada e sem qualquer influência no desenvolvimento desses projetos, uma vez que se resumia a consulta em que tomavam conhecimento das decisões da organização. Isso culminou em diversas manifestações de protesto que exigiam que tais projetos se tornassem públicos e que a comunidade local tivesse “voz” (ou seja, influência nas decisões) no desenvolvimento dos mesmos, em particular quando esses remetessem para as remoções e desalojamentos.

De acordo com os resultados quantitativos obtidos no *e-clipping*, os principais temas levantados nas notícias que reportavam protestos cívicos diretamente associados aos Jogos Rio-2016 foram a descontaminação da Baía de Guanabara, a privatização do Maracanã, a remoção de bairros sociais e o desalojamento de milhares de famílias devido às obras olímpicas. Estes temas foram possivelmente as causas da mudança de opinião relativa aos Jogos da população carioca. Na época da apresentação da candidatura à organização (2009), esta parecia ser favorável a acolher os Jogos, contudo, em 2013, os protestos cívicos agudizaram-se, assim como a oposição a medidas tomadas pelos organizadores locais. Para além da presença dos representantes de associações de moradores de comunidades nas notícias sobre os protestos, também o COI, organizador internacional, mostrava preocupação com o não envolvimento da comunidade na preparação do megaevento. Assim sendo, é possível constatar que da nossa análise emergia uma divisão na “voz da organização”, sendo que a parte internacional acabou por contribuir para dar visibilidade aos anseios da “voz da comunidade”.

Nos dois casos aprofundados na análise qualitativa – a privatização do Complexo do Maracanã e a remoção da Vila Autódromo – foi possível perceber que a movimentação do público em estudo, em comunhão com o surgimento de organizações comunitárias e do apoio de ONGs, permitiu a disrupção da hegemonia da voz da organização sobre os projetos. Abriram-se portas para uma renegociação e, logo, uma participação mais ativa da comunidade na transformação urbana do seu espaço. Contudo, o nosso estudo não nos permite afirmar se esta “voz da comunidade” expressa pelos representantes de associações de moradores é (ou não) motivada por interesses políticos e/ou econômicos; nem detectar o peso da contribuição da voz da organização internacional neste “equilíbrio de poder”.

Procurando cumprir o objetivo deste estudo em caracterizar as relações com a comunidade e sua expressão midiática na preparação do Rio 2016, foi possível perceber que, apesar da intenção declarada no Dossiê de Candidatura de permitir uma participação ativa da comunidade carioca nas decisões relacionadas ao evento, existe uma interação assimétrica entre a comunidade e a organização do megaevento, e não parece ter havido um efetivo esforço da organização local no desenvolvimento de um relacionamento entre as partes. Contudo, o relato do ativismo público pela comunicação social deu alguma “voz”, e consequentemente poder, à comunidade e diminuiu a assimetria

característica da relação com a organização dos Jogos. A comunicação social pode então ser vista como um instrumento a ser utilizado pelos públicos organizados para tentar causar uma redistribuição do ‘*power control*’ no relacionamento com a organização do megaevento. No entanto, esta redistribuição é limitada, até porque grande parte das notícias em que existia associação entre os protestos cívicos e os Jogos ecoavam a preocupação do Comitê Olímpico Internacional com esses protestos e os efeitos que teriam na organização dos Jogos. Ou seja, a presença da “voz da comunidade” nas notícias pode ser considerada como mediada por uma parte da “voz da organização”, aquela que estaria mais distanciada dos problemas e dos interesses econômicos locais e mais preocupada com o sucesso internacional do megaevento.

Por fim, o estudo permitiu concluir que as relações com a comunidade alertam as organizações para a importância dos *inputs* dos seus públicos estratégicos relativos aos seus projetos antes de chegarem a uma decisão final, podendo assim evitar situações de conflito e, como consequência, oposição ativa. Como os resultados obtidos sugerem, a oposição ativa pode atrapalhar, atrasar e modificar os planos do megaevento, além de associar uma imagem negativa à organização do evento através dos *media*. Sendo assim, o desenvolvimento das relações com a comunidade anfitriã é importante na preparação de um megaevento, pois pode influenciar e “forçar” o envolvimento de organizações supranacionais com influência para além dos interesses locais. Estas relações poderão ser profissionalizadas, assumindo-se o especialista em relações públicas como o profissional que procura o entendimento mútuo entre as partes

– a organização e a comunidade – podendo ser representante de uma e outra parte. Poderá igualmente ser tarefa deste profissional organizar os públicos comunitários e planejar estrategicamente a relação com os *media* para garantir que a voz da comunidade ganhe poder, isto é, equilibre o ‘*power control*’, dando visibilidade aos interesses dos públicos e possibilitando a sua participação nas decisões. Contudo, esta nossa observação resulta do cruzamento entre o normativismo teórico e a análise empírica efetuada, sendo que nada nesta última indica a presença de profissionais de relações públicas a preparar os porta-vozes dos representantes comunitários ou entre os mesmos; e não nos foi possível observar o papel dos mesmos junto do COI.

Para pesquisas futuras, para além de uma continuidade na análise empírica, tanto a partir da arrecadação de notícias de 2014 para o *e-clipping*, quanto com o desenvolvimento de entrevistas aos personagens identificados neste trabalho (por exemplo, o Prefeito Eduardo Paes e porta-vozes do Comitê Popular Rio da Copa e das Olimpíadas), será fundamental concretizar a presença de profissionais de relações públicas junto das partes envolvidas em um processo de organização de megaeventos. Adicionalmente, poderá ser incluída a análise de uma terceira voz: a do poder político, que foi excluída propositalmente do presente estudo face à complexidade de estudo de sua influência “nos bastidores”, pouco visível e nem sempre clara. Esta influência ocorre quer no favorecimento da organização do megaevento, quer na instrumentalização e organização dos protestos cívicos, quer sobre a cobertura noticiosa, pelo que o seu estudo não é possível com o desenho de pesquisa traçado.

## REFERÊNCIAS

- Bracht, N. & Rice, R. (2012). Community Partnership Strategies in Health Campaigns. In *Public Communication Campaigns* (4th ed., pp. 289–304). California: Sage.
- Bramwell, B. (1997). Strategic planning before and after a mega-event. *Tourism Management*, 18(3), 167–176. doi: 10.1016/S0261-5177(96)00118-5
- Comitê Organizador Rio 2016. (2009). *Dossiê de Candidatura: Rio 2016* [Candidature File: Rio 2016]. Retrieved from <http://www.rio2016.com/jogo-aberto/documentos>
- Comitê Popular Rio da Copa e das Olimpíadas. (2013a). *Megaeventos e Violações dos Direitos Humanos no Rio de Janeiro* [Mega Events and Human Rights Violations in Rio de Janeiro]. Retrieved from <http://www.apublica.org/wp-content/uploads/2012/09/dossic3aa-megaeventos-e-violac3a7c3b5es-dos-direitos-humanos-no-rio-de-janeiro.pdf>



- Comitê Popular Rio da Copa e das Olimpíadas. (2013b). NOTA PÚBLICA: Reunião do Comitê Popular da Copa e das Olimpíadas com o prefeito Eduardo Paes [PUBLIC NOTE: Meeting of the World Cup and the Olympics Popular Committee with Mayor Eduardo Paes]. Retrieved from <http://comitepopulario.wordpress.com/2013/08/08/nota-publica-reuniao-do-comite-popular-da-copa-e-das-olimpiadas-com-o-prefeito-eduardo-paes/>
- Coombs, W. T. & Holladay, S. J. (2012). Fringe public relations: How activism moves critical pr toward the mainstream. *Public Relations Review*, 38(5), 880–887. doi: 10.1016/j.pubrev.2012.02.008
- Dougall, E. (2005). *Describing and measuring the state of organization-activist relationships using relationship-signaling statements*. Paper presented at the Eighth International Public Relations Research Conference, March 10-13, 2005. Retrieved from [http://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/Dougall\\_05IPRR.pdf](http://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/Dougall_05IPRR.pdf)
- Entman, R. M. (1993). Framing: Towards clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- G1. (2013). Manifestações pelo Brasil – Infográfico [Demonstrations in Brazil - Infographic]. Retrieved from <http://g1.globo.com/brasil/protestos-2013/infografico/platb/>
- Giampiccoli, A. & Nauright, J. (2010). Problems and prospects for community-based tourism in the New South Africa: The 2010 FIFA World Cup and Beyond. *African Historical Review*, 42(1), 42–62. doi: 10.1080/17532523.2010.483796
- Gold, J. R. & Gold, M. M. (2008). Olympic Cities: Regeneration, City Rebranding and Changing Urban Agendas. *Geography Compass*, 2(1), 300–318. doi: 10.1111/j.1749-8198.2007.00080.x
- Gomes, M. (2013). Anistia faz campanha contra remoções forçadas no Rio – Geral [Amnesty campaigns against forced removals in Rio – General]. Retrieved from <http://www.estadao.com.br/noticias/geral,anistia-faz-campanha-contra-remocoes-forçadas-no-rio,1076548>
- Grunig, J. E. (2001). Two-way Symmetrical Public Relations: Past, Present, and Future. In R. L. Heath & G. M. Vasquez (Eds.), *Handbook of Public Relations* (pp. 11–30). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Guerra, I. C. (2006). *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo. Sentidos e formas de uso* [Qualitative research and content analysis. Senses and ways of using]. Cascais: Princípia Editora.
- Gursoy, D., Chi, C. G., Ai, J. & Chen, B. T. (2011). Temporal change in resident perceptions of a mega-event: The Beijing 2008 Olympic Games. *Tourism Geographies*, 13(2), 299–324. doi: 10.1080/14616688.2010.529935
- Gursoy, D. & Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603–623. doi:10.1016/j.tourman.2012.03.011
- Habermas, J. (1987). *The Theory of Communicative Action. Volume Two: Lifeworld and System: A Critique of Functionalist Reason*. Cambridge: Polity Press.
- Hallahan, K. (2004). “Community” as a foundation for public relations theory and practice. *Communication Yearbook*, 28, 233–280. doi: 10.1207/s15567419cy2801\_7
- Heath, R. L. & Vasquez, G. M. (2001). *Handbook of Public Relations*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Hiller, H. H. (1998). Assessing the impact of mega-events: A linkage model. *Current Issues in Tourism*, 1(1), 47–57. doi: 10.1080/13683509808667832
- Hiller, H. H. (2000). Mega-events, urban boosterism and growth strategies: An analysis of the objectives and legitimations of the Cape Town 2004 Olympic bid. *International Journal of Urban and Regional Research*, 24(2), 449–458. doi: 10.1111/1468-2427.00256
- Hiller, H. H. (2012). *Host cities and the Olympics: An Interactionist approach*. New York, NY: Taylor & Francis.
- Homewood, B. (2013). COI tem de explicar os benefícios da Olimpíada aos brasileiros, diz Rogge [IOC has to explain the benefits of the Olympics to Brazilians, says Rogge]. Retrieved from <http://oglobo.globo.com/pais/coi-tem-de-explicar-os-beneficios-da-olimpiada-aos-brasileiros-diz-rogge-8984663>



- International Olympic Committee. (s/d). Ancient Olympic Games, first Olympics in Olympia | Greek History. Retrieved from <http://www.olympic.org/ancient-olympic-games>
- International Olympic Committee. (2006). *Olympic Review June 2006: Olympic Games global impact* (No. 1077). Retrieved from [http://www.olympic.org/Documents/Reports/EN/en\\_report\\_1077.pdf](http://www.olympic.org/Documents/Reports/EN/en_report_1077.pdf)
- International Olympic Committee. (2009). Host city contract. Retrieved from [http://www.rio2016.com/sites/default/files/parceiros/hc\\_en.pdf](http://www.rio2016.com/sites/default/files/parceiros/hc_en.pdf)
- International Olympic Committee. (2013). Olympic Charter. International Olympic Committee. Retrieved from [http://www.olympic.org/Documents/olympic\\_charter\\_en.pdf](http://www.olympic.org/Documents/olympic_charter_en.pdf)
- International Olympic Committee. (2014). Jacques Rogge: “World still benefiting from vision of modern Olympic Games’ founder.” Retrieved from <http://www.olympic.org/news/jacques-rogge-world-still-benefiting-from-vision-of-modern-olympic-games-founder/186617>
- Jones, R. (2002). Challenges to the notion of publics in public relations: Implications of the risk society for the discipline. *Public Relations Review*, 28(1), 49–62. doi: 10.1016/S0363-8111(02)00110-8
- Kim, H. J., Gursoy, D. & Lee, S.-B. (2006). The impact of the 2002 World Cup on South Korea: Comparisons of pre- and post-games. *Tourism Management*, 27(1), 86–96. doi: 10.1016/j.tourman.2004.07.010
- Kruckeberg, D. & Starck, K. (1988). *Public Relations and Community: A Reconstructed Theory*. New York: Praeger.
- L'Étang, J. (2005). Critical public relations: Some reflections. *Public Relations Review*, 31(4), 521-526.
- L'Étang, J. (2013). Public relations: A discipline in transformation. *Sociology Compass*, 7(10), 799–817. doi: 10.1111/soc4.12072
- Ledingham, J. A. (2001). Government-community relationships: Extending the relational theory of public relations. *Public Relations Review*, 27(3), 285–295. doi: 10.1016/S0363-8111(01)00087-X
- Mills, B. M. & Rosentraub, M. S. (2013). Hosting mega-events: A guide to the evaluation of development effects in integrated metropolitan regions. *Tourism Management*, 34, 238–246. doi:10.1016/j.tourman.2012.03.011
- Morris, T. & Goldsworthy, S. (2008). *PR - a persuasive industry?: Spin, public relations and the shaping of the modern media*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Motion, J. & Weaver, C. K. (2005). A discourse perspective for critical public relations research: Life Sciences Network and the battle for truth. *Journal of Public Relations Research*, 17(1), 49-67.
- Nascimento, C. (2013). Obra da Transolímpica sofre com diversos problemas – Rio [Transolímpica work suffers from several problems - Rio]. Retrieved from <http://odia.ig.com.br/noticia/rio-de-janeiro/2013-10-19/obra-da-transolimpica-sofre-com-diversos-problemas.html>
- Neder, V. (2013). Ato em frente à casa de Paes pode se tornar ocupação – Política [Act in front of Paes home can become occupation - Politics]. Retrieved from <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,ato-em-frente-a-casa-de-paes-pode-se-tornar-ocupacao,1065128>
- Prayag, G., Hosany, S., Nunkoo, R. & Alders, T. (2013). London residents’ support for the 2012 Olympic Games: The mediating effect of overall attitude. *Tourism Management*, 36, 629–640. doi:10.1016/j.tourman.2012.08.003
- Prefeitura do Rio de Janeiro. (n.d.). As transformações da cidade [City transformations]. Retrieved from [http://www.cidadeolimpica.com.br/infografico\\_completo/transformacoes-na-cidade/](http://www.cidadeolimpica.com.br/infografico_completo/transformacoes-na-cidade/)
- Ramil, T. (2013). Atraso dos estádios gera riscos e mais turbulência na preparação da Copa [Delay in stadiums creates risks and more turbulence in the preparation of the World Cup]. Retrieved from <http://oglobo.globo.com/esportes/atraso-dos-estadios-gera-riscos-mais-turbulencia-na-preparacao-da-copa-11124899>

- Real, M. (2013). Reflections on communication and sport on spectacle and mega-events. *Communication & Sport*, 1(1-2), 30–42. doi: 10.1177/2167479512471188
- Roche, M. (2000). *Mega-events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture*. London: Routledge.
- Schissel, L. (2012). *Rio2016: Mega-event urban planning and imagining the Anti-Olympics scale-shift process*. Open Access Thesis. Paper 389. Retrieved from [http://scholarlyrepository.miami.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1395&context=oa\\_theses](http://scholarlyrepository.miami.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1395&context=oa_theses)
- Shoemaker, P. J. & Reese, S. D. (1996). *Mediating the message: Theories of influences on mass media content* (2nd ed.). White Plains, NY: Longman.
- Sebastião, S. P. (2009). *Comunicação estratégica - As relações públicas* [Strategic communication: Public relations]. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.
- Selltiz, C., Jahoda, M., Deutsch, M. & Cook, S. M. (1965). *Métodos de pesquisa das relações sociais* [Research methods in social relations]. São Paulo: Editora Herder.
- Semetko, H. & Valkenburg, P. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 93–109. doi: 10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x
- Valentini, C., Kruckeberg, D. & Starck, K. (2012). Public relations and community: A persistent covenant. *Public Relations Review*, 38(5), 873–879. doi: 10.1016/j.pubrev.2012.06.001
- Wates, N. (2008). *The community planning event manual how to use collaborative planning and urban design events to improve your environment*. London / Sterling: Earthscan.

#### **SOBRE OS AUTORES**

**Sónia Pedro Sebastião**, Doutorada em Ciências Sociais, na especialização em Ciências da Comunicação pelo Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (ISCSP) da Universidade de Lisboa. É Professora Auxiliar e Coordenadora Científica e Pedagógica dos ciclos de estudo em Ciências da Comunicação da mesma Instituição sendo especialista em Comunicação Estratégica.

**Ana Isabel Lemos**, Mestre em Comunicação Social, na vertente de Comunicação Estratégica do ISCSP, Universidade de Lisboa. É atualmente Social Media Support Specialist na empresa Google.