



RIO 2016



PROVA DE PACIÊNCIA Fila para entrar no Parque Olímpico: apesar dos tropeços, a festa passou pelo teste da web

A VIRADA NA VOZ DAS REDES

O monitoramento dos comentários na internet mostra que o mau humor em relação aos Jogos disparou nos primeiros dias, mas o espetáculo acabou mudando os ânimos **CECÍLIA RITTO E LESLIE LEITÃO**

PARA ONDE QUER que se olhe haverá um balanço desta primeira semana de Olimpíada do Rio de Janeiro. Mas como foi a repercussão nas redes sociais? As vitórias e os recordes, evidentemente, rendem comentários o tempo todo, mas a própria cidade, com seus erros e acertos, vem sendo tema recorrente entre brasileiros e estrangeiros. Nesse departamento, a Olimpíada nas redes começou soterrada por queixas. O espetáculo olímpico abriu com filas, falta de sinalização e escassez de comida, este um capítulo à parte, já folclórico, no entorno das arenas. À medida que a semana avançou, porém, alguns desacertos foram sendo corrigidos, o show desanuviou a antipatia, e o saldo acabou sendo positivo. Sim, brasileiros e estrangeiros, ainda que com ressalvas, estão gostando da festa.

O retrato foi traçado pela Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getulio Vargas, criadora do maior centro brasileiro de big data, que monitora e analisa diariamente a enxurrada de dados que circulam no Twitter, no Facebook, no Instagram, em blogs e sites de notícias. O centro monitorou 684 000 mensagens em português e 1,3 milhão em inglês, 24 horas por dia, desde 3 de agosto. A análise mostra que a cerimônia de abertura, muitíssimo bem recebida, foi um momento de virada. Os posts positivos superaram os negativos que predominavam até então, fruto da descrença generalizada no bom andamento dos Jogos.

Já no dia seguinte, a boa vontade nas redes virou fumaça. Filas de mais de meia hora para entrar nas competições, provocadas pela inexperiência da mal treinada segurança na entrada, foram fuziladas nos posts. Mais duradoura foi a reação ao caos da alimentação: filas, de novo, para comprar ficha, hambúrguer gelado, picolé

a 10 reais — isso quando havia comida. Um show tétrico de amadorismo.

O vexame no abastecimento tem origem na política adotada por um patrocinador dos Jogos, o McDonald's. A rede pagou para ter seu nome exposto em placas, mas não achou lucrativo assumir as lanchonetes do Parque Olímpico e da Vila dos Atletas. Estaria tudo bem, não fosse o fato de que, pelo contrato de patrocínio, ela pode impedir a participação das concorrentes. Resultado: o negócio caiu nas mãos de empresas pequenas, sem estrutura para atender tanta gente — uma delas continuou a encarar a missão de alimentar multidões como quem faz um piquenique. O Comitê Rio

avaliação dos serviços, uma das quatro áreas analisadas pela pesquisa da FGV, passou de ruim a boa. Em relação à hospedagem, outro setor observado, está tudo bem, excetuando-se o preço.

No transporte, a célebre Linha 4 do metrô, que liga a Zona Sul à Barra da Tijuca (local da maior parte das provas), foi comemorada. “Até que o metrô funcionou”, diz o post mais repetido. Em contrapartida, muito mal se falou de uma chaga brasileira: a sinalização precária, que, no caso das estações do metrô, confunde até cariocas. Quem veio de fora, então, trafejou pelo inesperado. Os comentários em inglês repisam a falta de orienta-

Quanto à segurança, as palavras mais repetidas nas redes, em português e inglês, foram “medo” e “assalto”, traduzindo a preocupação maior

2016 apelou para food trucks e o abastecimento melhorou. Um pouco.

“Arenas vazias e ingressos caros” foi um post-padrão, fazendo referência ao número de assentos desocupados, que continua alto. A organização alega que sobram lugares porque os espectadores saem e voltam durante as provas e alguns não aparecem. Pesa ainda a ação dos cambistas, que não conseguiram revender entradas. Nos bastidores atribui-se parte da culpa aos 30% de ingressos reservados a patrocinadores e à chamada família olímpica, não usados. Outra parte vai para a pura e simples desistência de espectadores ressabiados com o cenário pré-Olimpíada. Passados os primeiros três ou quatro dias de mau humor, as redes se reanimaram, com posts positivos do tipo “Apesar das filas, a ginástica foi linda”. No fim, a

ções claras sobre metrô, ônibus e até pontos de táxi. E sobram elogios ao Uber, a salvação dos estrangeiros.

Alguns desses incômodos, é bom lembrar, entram no pacote do legado. O mesmo se aplica ao tema com maior volume de menções negativas, a segurança pública. As palavras mais repetidas nesse quesito, em português e inglês, são “medo” e “assalto”, traduzindo a sensação de insegurança nas ruas, ainda que a Força Nacional se faça presente por toda parte. Diz Marco Aurelio Ruediger, diretor da FGV: “A intensidade com que esse assunto aparece nas redes permite dizer que será o tema central daqui para a frente, inclusive nas próximas eleições”. Mas antes disso muito esporte e muitos posts ainda vão rolar. ■

Com reportagem de Thiago Prado