

SOMOS TODOS PARALÍMPICOS?

TRANSVERSALIDADES ENTRE CORPOS BIOCIBERNÉTICOS
E PÓS-HUMANOS EM REDES SOCIAIS ONLINE

SÔNIA CALDAS PESSOA
CAMILA MACIEL C. ALVES MANTOVANI
VERÔNICA SOARES COSTA

1. Introdução

Este capítulo se debruça sobre as reverberações em redes sociais online, principalmente o *Twitter*, da campanha *#somostodosparalímpicos*, lançada pela revista *Vogue*¹ no dia 24 de agosto de 2016, pouco antes da abertura oficial dos Jogos Paralímpicos do Rio. Apesar de não constar na lista das campanhas oficiais no site do Comitê Paralímpico Brasileiro (CPB)², a entidade teria apoiado a iniciativa, que foi

1. A Revista *Vogue*, publicação da Globo Condé Nast, circula no Brasil desde 1975 com edições voltadas para o público feminino e temáticas relacionadas a moda, beleza e comportamento. Informações disponíveis em: <<http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2015/05/40-anos-de-vogue-brasil-relembra-capas-mais-surpreendentes-da-revista.html>>. Acesso em 27 out. 2016.

2. <http://www.cpb.org.br/web/guest/campanhas>.

produzida pela agência África com circulação¹ no site e perfis oficiais da revista nas redes sociais online².

A ação teve como meta aumentar a visibilidade da competição e incentivar a compra de ingressos para os jogos, tendo sido simultaneamente criticada e apoiada nas redes, contribuindo para a venda recorde de ingressos³ em um único dia. Diante desse contexto, o objetivo da pesquisa foi compreender as relações, repercussões e ressignificações de corpos - cibernéticos e pós-humanos - e a representação das pessoas com deficiência na circulação de mensagens articuladas pela *hashtag* da campanha.

Trabalhamos em uma abordagem de inspiração etnográfica para uma análise qualitativa, compondo um *corpus sui generis* (PESSOA, 2015) com um conjunto de documentos, dados, informações, perfis e páginas que circularam de modo disperso e diversificado em redes sociais no período de 24 de agosto, data da primeira postagem, a 24 de outubro, momento final da observação. O corpus tem centralidade articulada pela postagem oficial da *Vogue* no *Twitter* e segue seu desdobramento em textos de pessoas comuns, empresas e instituições sobre a campanha, que chegou a ter alcance internacional⁴.

No entanto, a análise não se limita às postagens no *Twitter*, nem às mensagens acompanhadas da *hashtag* *#somentodosparalimpicos*, mas busca textualidades por ela provocadas. Entendemos ser conveniente manter outras textualidades compartilhadas pelo entendimento de que os rastros das postagens nas redes não apresentam, necessariamente,

1. Disponível em: <vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2016/08/somos-todos-paralimpicos-campanha-com-cleo-pires-e-paulinho-vilhena.html>. Acesso em 27 out. 2016.

2. Entre os endereços da revista estão: <http://vogue.globo.com> (site); @VogueBRoficial (*Twitter*); VogueBr (*Facebook*); voguebrasil (*Instagram*).

3. “Venda de ingresso da Paralimpíada bate novo recorde: 145 mil em 24h”. Disponível em <<http://globoesporte.globo.com/paralimpiadas/noticia/2016/08/venda-de-ingressos-da-paralimpiada-bate-novo-recorde-145-mil-em-24h.html>>. Acesso em 2 nov. 2016.

4. “*Vogue* Brasil Photoshopped able-bodied models instead of using actual Paralympians”, disponível em <<http://mashable.com/2016/08/25/vogue-brazil-photoshops-models-paralympians/#NsXtvLohtSqT>>. Acesso em 2 nov. 2016.

um início e um fim passíveis de identificação, apesar de elegermos um ponto inicial para economia desta pesquisa. Consideramos, também, textos verbovisuais, a partir da definição de Mendonça (2010, p. 183): “um somatório de textos verbais e visuais capaz de articular significações vindas de lugares e situações distintas, de inter-relacionar textualidades que estão para além das entidades linguísticas, de promover afetos, bem como estimular experiências estéticas”.

Lembramos que esses textos verbovisuais circularam especialmente no *Twitter*, que é uma plataforma popular em termos de atenção midiática, comumente relacionado a uma “segunda tela”, principalmente em função de eventos e competições com transmissão ao vivo pela TV, acompanhados segundo a segundo em sua dinâmica peculiar de *microblog*. Outro ponto relevante é o fato de a plataforma, na qual se articulam redes diversas, facilitar a recuperação de informações a partir de *hashtags* ou perfis em seu próprio sistema de busca avançada, sem necessidade de uso de softwares.

Se a campanha despertou a atenção para a visibilidade das pessoas com deficiência, provocou também questionamentos sobre a exigência de corpos com alta performance, vinculações cada vez mais presentes do homem com a máquina por meio dos corpos e representações das pessoas com deficiência na cultura digital. Nesse sentido, aliamos à nossa observação uma reflexão conceitual sobre atravessamentos entre as noções de corpos humanos e tecnologia a partir de autores como Rouanet (2003), Santaella (2002) e Haraway (2000) e promovemos um diálogo com representações, estigmas e estereótipos de Goffman (1975) e com reflexões de Campbell (2009) sobre corpos, deficiência e preconceito.

2. Breve histórico dos Jogos Paralímpicos

Os Jogos Paralímpicos do Rio foram realizados no Rio de Janeiro (RJ) entre 7 e 18 de setembro, após as Olimpíadas que ocorreram na cidade no mês de agosto. As disputas em 23 modalidades esportivas,

com 528 provas em 11 dias de competição⁵, aconteceram em meio à instabilidade político-econômica do país, após o impedimento da ex-presidente da República, Dilma Rousseff, em 31 de agosto. Com a crise econômica agravada do estado do RJ, temores em torno da não realização das Paralimpíadas devido a inúmeras dificuldades financeiras e jurídicas chegaram a ser noticiados, aliados à expectativa de esvaziamento dos jogos em consequência da baixa venda de ingressos, que ainda provocou uma redução das receitas projetadas.

Como espetáculo esportivo midiático, as Paralimpíadas, historicamente, vêm ocupando lugar secundário nas grades de programação dos veículos de mídia tradicional, tanto com a redução da transmissão ao vivo das competições, quanto na cobertura rasa e estereotipada da figura do paratleta, conforme aponta estudo de Novais e Figueiredo (2010). Em pesquisa sobre a cobertura jornalística dos jogos de Pequim, em 2008, dentre 113 notícias analisadas, “cerca de 73% referiam-se aos atletas olímpicos e os restantes 27% aos paraolímpicos” (NOVAIS e FIGUEIREDO, 2010, p. 82), o que ressalta, segundo os autores, o maior tempo de antena concedido em ambos os países aos atletas olímpicos em detrimento dos paralímpicos.

Em estudo posterior, sobre as imagens dos atletas paralímpicos na *Folha de S. Paulo* durante os jogos de Londres, em 2012, Hilgemberg (2016) aponta para uma diferença notável em relação à cobertura das edições anteriores, principalmente na web. Para a autora, isso se deve “ao fato de o Brasil ser a sede do evento em 2016, e, portanto se justificar o aumento da cobertura a fim de apresentar os atletas para a audiência” (HILGEMBERG, 2016, p. 11). Assim, a questão da representação da deficiência torna-se uma estratégia de marketing, utilizada para aumentar a visibilidade e “vender” os Jogos, em um movimento semelhante ao analisado no presente artigo.

Ainda sobre a visibilidade dos atletas com deficiência, autores como Kell *et al.* (2008) questionam a necessidade de as Paralimpíadas serem projetadas como um evento paralelo aos Jogos Olímpicos, sugerindo que o formato perpetua estereótipos ultrapassados sobre a capacidade

5. Informações disponíveis em: <<https://www.rio2016.com/paralimpiadas/esportes>>. Acesso em 27 out. 2016.

e a incapacidade dos profissionais, reforçando certo grau de paternalismo e desvalorização de suas realizações. Os autores argumentam que grande parte dos protocolos e sistemas de classificação nos Jogos Paralímpicos contradizem o pensamento contemporâneo sobre desportistas e mulheres, pois concentram-se na noção de deficiência, num movimento contrário ao da valorização da alta performance dos atletas Olímpicos, cada vez mais rápidos, mais altos e mais fortes, conforme o lema em latim, *Citius, Altius, Fortius*⁶.

Na Rio 2016, o evento paralímpico mobilizou uma diversidade de pautas sobre temas como inclusão, acessibilidade, visibilidade, representatividade e deficiência, muitas delas com grande repercussão midiática e capitaneadas pelos próprios organizadores e apoiadores do evento. No entanto, a campanha “Somos Todos Paralímpicos” mobilizou discussões que também se pautaram por visões conflituosas sobre a (in)visibilidade dos atletas, em especial, e das pessoas com deficiência, de modo geral, conforme veremos a seguir.

3. Somos todos o quê? Corpos cibernéticos e pós-humanos paralímpicos?

Antes do lançamento da campanha por nós observada, em 18 de agosto, a *Vogue* havia divulgado imagens do ensaio “Super-humanos”⁷, publicado em sua edição impressa de setembro. Cleo Pires e Renato Leite, em poses sensuais, engajaram-se no ensaio fotográfico para garantir visibilidade à Paralimpíada, atrair o público para as competições e ampliar a venda de ingressos. Móveis e roupas escuras compõem um cenário de sedução entre os protagonistas da imagem. Não é possível visualizar, com muita clareza, o ponto de junção entre a perna mecânica de Renato e o restante do corpo do atleta. Por outro lado, a camisa

6. O lema olímpico foi criado pelo padre Henri Didon, quando da criação do Comitê Olímpico Internacional, em 1894, e incorporado ao COI pelo Barão Pierre de Coubertin. Disponível em: <https://stillmed.olympic.org/Documents/Reports/EN/en_report_268.pdf>. Acesso em 24 abr. 2017.

7. Disponível em: <<http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2016/08/cleo-pires-posa-com-paratleta-renato-leite-na-vogue-brasil-de-setembro.html>>. Acesso em 27 out. 2016.

branca põe em evidência o homem, objeto de desejo, que encara a câmera. Ele não fixa o olhar na mulher que está à sua frente e parece querer encarar uma plateia, demonstrando certo distanciamento de quem busca conquistá-lo.

Distante da vulnerabilidade, o paratleta estaria desempenhando um papel de homem superior aos demais, másculo e atraente fisicamente, um super-humano turbinado pela máquina. Estariam evidentes aqui as relações de poder propiciadas pelo homem, com deficiência, que desperta o fetichismo, o desejo sexual, um estimulante erótico-econômico, para usar as palavras de Campbell (2009) inspiradas em Haraway (1997) e Latour (1993).

Sensualidade e empoderamento foram os temas do depoimento da atriz à revista: “Quando você sensualiza uma história, também a empodera (...). É sexy essa superação”.



Figura 1 - Fonte: Reprodução @VogueBRoficial

Nessa primeira publicação, a repercussão no *Twitter* da revista foi pequena, não alcançando o objetivo da iniciativa, que era dar visibilidade e impulsionar a venda de ingressos. Apenas nove perfis *retwe-taram* (RT) a postagem e 46 a curtiram, conforme revela a imagem acima. Dois dias depois, em 20 de agosto, o perfil da revista no *Twitter*

ainda republicou a foto do ensaio, obtendo uma repercussão ainda menor de seus seguidores (apenas um RT e 20 curtidas). Para se ter uma ideia do corpus, na data da coleta, a *Vogue* registrava um milhão e 80 mil seguidores no *Twitter*, sendo que a postagem oficial que analisaremos a seguir recebeu 1.600 comentários, 1.200 curtidas e 553 *retweets* nos dois meses considerados nesta análise.

A partir de aspectos controversos despertados pelas discussões de *#somostodosparalímpicos*, propomos um questionamento para reflexão do leitor: a deficiência, assim como os Jogos Paralímpicos, estariam em um segundo plano do ponto de vista social se o ponto de comparação for um corpo sem deficiência e as Olimpíadas? Comparações neste sentido podem parecer arriscadas. Por outro lado, tornam-se presentes se seguirmos com a reflexão em direção aos autores nos quais nos apoiamos e se pretendemos abordar as repercussões da campanha. Lembramos que Goffman chamou de abominações do corpo ou deformidades físicas um dos tipos de estigma responsável pela discriminação e exclusão de pessoas com deficiência. Se esses corpos estão distantes de uma perfeição imaginária, eles extrapolam a condição humana. “Por definição, é claro, acreditamos que alguém com um estigma não seja completamente humano”, diz Goffman (1975, p.15).

Estariam todos esses fatores associados à campanha protagonizada pela atriz Cleo Pires e o ator Paulo Vilhena, embaixadores dos Jogos Paralímpicos do Rio? Nas imagens eles estão sem um dos membros, com prótese e roupas de alta performance, em uma edição de imagens na qual a atriz teria incorporado a “pele” da paratleta de tênis de mesa, Bruna Alexandre, que teve um dos braços amputados, ao passo que Vilhena estaria “no corpo” de Renato Leite, atleta do vôlei sentado, conforme a imagem a seguir.



Figura 2 - Fonte: Reprodução @VogueBRoficial

Essa primeira imagem da campanha é o ponto de partida que nos conduz ao resgate de perspectivas desenvolvidas em torno da percepção do homem como máquina, o que remonta aos trabalhos de Descartes (ROUANET, 2003). No século XVII, o filósofo trouxe a ideia da máquina como um modelo para se refletir sobre o corpo humano e também animal. Antes de promover uma desvalorização do homem, a sua aproximação com a máquina oferecia a possibilidade de se desenvolver um estudo objetivo sobre o funcionamento do corpo. Ao deixar a alma (a substância espiritual e imaterial) para a teologia, o estudo da matéria, ou seja, do corpo, ficaria a cargo da ciência. Outro pensador que radicalizou o conceito homem-máquina foi filósofo e médico francês La Mettrie (ANDRADE, 2008). Sua obra *L'homme-machine* (O homem-máquina, de 1747), que lhe rendeu o exílio na Prússia, trazia a discussão, já adiantada pelo título, de que o homem seria uma máquina cuja natureza se reduziria a determinações mecânicas.

O desenvolvimento do conceito de homem-máquina no trabalho de La Mettrie é apontado por alguns autores como afinado à perspec-

tiva cartesiana, na medida em que este autor percebe o corpo como sendo composto por partes que interagem entre si, cuja complexidade só pode ser estudada a partir da sua “dissecação”. Sendo assim, alguns autores viram no pensamento de La Mettrie a origem das discussões em torno do “materialismo biologizante”, no qual o projeto do homem novo estaria mais a cargo dos laboratórios, do que dos contextos sociais de mudança. (ROUANET, 2003)

Contemporaneamente, destacamos um outro elemento a compor esse cenário, as tecnologias. A crescente penetração dos aparatos tecnológicos (macro e micro) nos mais diferentes aspectos da vida tem proporcionado a conformação de novas subjetividades e também incidido sobre a natureza humana. Nesse sentido, vários autores, de diferentes áreas, passaram a se debruçar sobre o tema. No campo da Comunicação e no que concerne às interações homem-máquina, Santaella (2002) discute a relação do corpo com as tecnologias chamando a atenção para o fato de que cada vez mais essa interconexão se dá de forma complexa, recebendo variadas denominações. A autora percebe um elemento comum nessas definições: a constatação de “que o ser humano está se tornando metaorgânico, quer dizer, uma mistura do orgânico com o eletrônico, informático e telemático, enfim, um ciborgue cognitivo” (SANTAELLA, 2002). Assim ela reflete sobre esse novo conceito de humano:

Para me referir à atual necessidade de repensamento do humano na pluralidade de suas dimensões – molecular, corporal, psíquica, social, antropológica, filosófica, etc. – utilizo o termo “pós-humano”. Em suma, nos meus escritos sobre o tema, tenho buscado evidenciar o papel que a transformação tecnológica do corpo vem desempenhando para a emergência do pós-humano, este entendido não só como resultado dessas transformações, mas, sobretudo, como desconstrução das certezas ontológicas e metafísicas implicadas nas tradicionais categorias, geralmente dicotômicas, de sujeito, subjetividade e identidade subjacentes às concepções humanistas que alimentaram a filosofia e as ciências do homem nos últimos séculos e que hoje, inadiavelmente, reclamam por uma revisão radical. (SANTAELLA, 2007, p.136)

O uso do termo ciborgue para se referir ao humano ressignificado pelas relações com as tecnologias e a ciência ganhou destaque na discussão trazida por Donna Haraway (2000), no Manifesto Ciborgue, publicado pela primeira vez em 1985. No texto, a autora ressignifica a relação homem-máquina a partir das relações de gênero, do feminismo, da tecnocultura e da política. No instigante debate trazido por Haraway, o que nos interessa salientar é o tensionamento proposto entre o humano e a máquina, o natural e o artificial.

De acordo com a autora, não é possível perceber os limites entre o humano e o maquinico. O ciborgue, que figurava até então distante, presente nas obras de ficção científica, já está entre nós, aliás, os ciborgues somos nós. Isso porque, para Haraway, ser um ciborgue tem a ver com um processo de autoconstrução, relaciona-se a escolhas, a uma reconfiguração do humano. Frequentar academias, usar roupas e calçados específicos para a melhora da performance durante os treinos, consumir alimentos com o objetivo de modelar o corpo, colocar próteses em procedimentos cirúrgicos, tudo isso, para a autora, já nos tornaria ciborgues.

Uma outra perspectiva, que também subjaz à noção dos ciborgues, é aquela que se vincula ao desejo de superar as limitações corporais e traz à tona a dimensão das tecnologias como extensões do corpo humano, remetendo aos corpos das pessoas com deficiência física e de seus usos das tecnologias, como nos Jogos Paralímpicos. Esses corpos, não raras vezes, são percebidos a partir de atributos comparativos com aqueles sem deficiência. Esse conjunto de atributos, constituído socialmente a partir de padrões binários centrados em capacidade/deficiência ou normalidade/anormalidade, por exemplo, desencadeia movimentos amplos de linguagem e de interação social muitas vezes relacionados a estigmas (GOFFMAN, 1975). Contemporaneamente, esse tipo de concepção pode ser considerada a partir da lógica do *capacitismo*.

Marcas físicas, ausências de membros, formações diferenciadas de partes do corpo, a paralisia de movimentos, entre várias outras, estariam relacionadas, *a priori*, em muitos ambientes e grupos sociais, à incapacidade do indivíduo de realizar determinadas atividades. Se esses corpos não estão aptos a desempenhar, como os demais, as funções supostamente humanas, eles seriam considerados inferiores, me-

nores, piores, incapazes, dependentes, inválidos. De acordo com essa concepção, seriam, portanto, menos humanos porque o estigma estaria neles vinculado à performance esperada, não só de um ponto de vista científico, mas também de parâmetros sociais que vêm sendo constantemente questionados e ressignificados. Parece-nos que tais *marcas* da deficiência teriam ganhado contornos diferenciados ao serem transferidas, nas imagens da *Vogue*, para os corpos de pessoas sem deficiência.

A campanha *#somostodosparalímpicos* chegou a ganhar destaque na página *Twitter Moments*⁸, seção da plataforma que mostra sequências de mensagens e histórias organizadas a partir das postagens mais populares do próprio *Twitter*. Segundo o site da empresa, a guia *Moments* “é personalizada para mostrar os assuntos atuais que são populares ou relevantes, para que você possa descobrir o que está acontecendo no *Twitter* em um instante” (TWITTER, 2016). E pelo menos por alguns instantes a temática sobre corpos cibernéticos e paralímpicos esteve entre aquelas que despertaram a reação dos usuários do *Twitter*. Nosso interesse não está centrado no volume de postagens. Está, sim, focado em como essas postagens podem ser articuladas por meio de reflexões que nos parecem importantes para esta pesquisa tais como representatividade, ressignificações e repercussões sobre corpos e deficiência.

A maioria das manifestações no *Twitter* após o lançamento da campanha traz o estranhamento dos usuários da rede social em relação às escolhas em nome da divulgação das Paralimpíadas. Os argumentos de desaprovação usam termos como “mutilação digital”, “ofensa [às pessoas com deficiência]”, “bola fora”, “close errado”, dentre outros, e pontuam a falta de bom senso dos idealizadores da campanha. Usuários questionam os motivos que teriam levado os idealizadores a substituir a imagem dos paratletas pelos atores, ainda que, para muitos, a intenção fosse, claramente, gerar mais visibilidade conforme exemplos a seguir:

8. Disponível em: <https://twitter.com/i/moments/768512900776558592>. Acesso em 1 nov, 2016.



Figura 3 - Tweets de usuários contrários à campanha. Fonte: Reprodução *Twitter*

Os atravessamentos entre corpos e deficiência e visibilidade e invisibilidade surgem em outros *tweets*, como na sequência a seguir:



Figura 4 - Tweets de usuários contrários à campanha. Fonte: Reprodução *Twitter*

Horas após o lançamento da campanha, a reação negativa nas redes sociais levou a revista *Vogue* a atualizar seu site para incluir uma declaração de seu diretor de arte, Clayton Carneiro, em que creditava a concepção da campanha a Cleo Pires. Ao deslocar a autoria da campanha para a atriz, a revista dá um passo institucional que tenta isentá-la de possíveis questionamentos sobre a representação das pessoas com deficiência. A concepção é individual e personificada: “A gente sabia que seria um soco no estômago, mas estávamos lá por uma boa causa, afinal, quase ninguém comprou ingressos para ver os Jogos Paralímpicos”, declarou o diretor.

Nessa atualização, a *Vogue* incluiu na página uma foto em que os atores posam junto aos paratletas. Os quatro corpos, que se fundiram em dois nas imagens da campanha, surgem aqui em movimentos de proximidade e de distanciamento. Estão unidos em ideias e nos bastidores em prol das Paralimpíadas. Distantes, porém, nas imagens oficiais da campanha nas quais a junção dos corpos humanos, cibernéticos e com deficiência conduziram a representação das pessoas com deficiência para abordagens controversas. Na imagem a seguir, os atores usam roupas curtas que deixam à mostra parte de seus corpos. Já os corpos dos atletas não estão em evidência; eles estão vestidos com a camiseta da campanha oficial realizada pelo Comitê Paralímpico Brasileiro #carreguenopeito. Renato Leite, que encarnou o homem sedutor (Imagem 1), incorpora agora o “homem comum”, em comparação com o visual apresentado por Vilhena, que expõe o corpo fisicamente atraente de acordo com os padrões da revista.

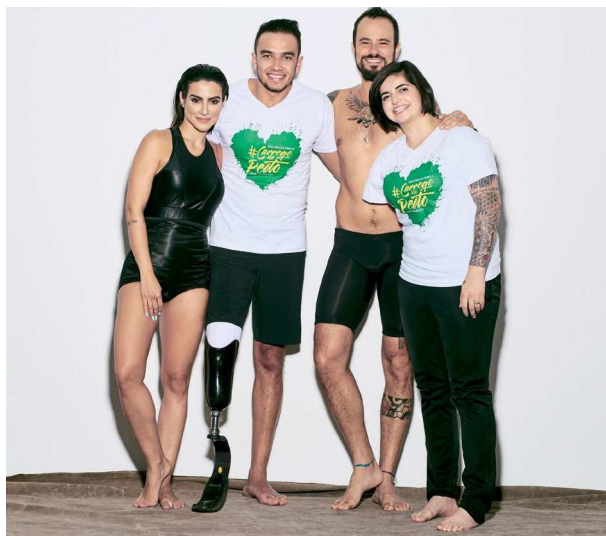


Figura 5: Cleo Pires e Paulo Vilhena com os paratletas Bruna Alexandre e Renato Leite nos bastidores da campanha. Fonte: Reprodução Vogue Brasil

Em sua conta no *Instagram*⁹, a paratleta Bruna Alexandre postou a mesma foto e saiu em defesa da campanha, argumentando que estava muito orgulhosa por fazer parte da ação, além de se sentir representada pela atriz Cleo Pires. Renato Leite também republicou a foto em sua conta pessoal¹⁰ e convocou os seguidores a comprarem ingressos para os Jogos. A justificativa da revista e as manifestações favoráveis dos atletas abriram espaço para novas críticas, que questionavam tanto o fato de a *Vogue* colocar a responsabilidade pela campanha exclusivamente na atriz Cleo Pires, quanto os motivos de os atletas não terem sido protagonistas, já que estavam lá na hora das fotos.

Uma questão que permeia essas reverberações está centrada na representatividade dos corpos dos atletas com deficiência. Para além de serem capazes de competir estão aptos a protagonizar campanhas e

9. Disponível em <<https://www.instagram.com/p/BJgyEKyj9Ab/>>. Acesso em 2 nov. 2016.

10. Disponível em <<https://www.instagram.com/p/BJfwocjAr3N/?taken-by=renatoleite10>>. Acesso em 2 nov. 2016.

atrair a atenção do público a ponto de ampliar a venda de ingressos? Os comentários sugerindo que a revista escolhesse pessoas com deficiência no lugar dos atores traziam indicações de indivíduos famosos ou anônimos que poderiam ter participado da campanha, como a modelo mineira Paola Antonini¹¹, que teve a perna amputada após um acidente de carro em dezembro de 2014, em Belo Horizonte¹².



Figura 6 - Fonte: Reprodução *Twitter*.

Ao corpo com deficiência, muitas vezes, são vinculados objetos e artefatos impulsionados pela tecnologia para promover uma performance considerada melhor ou mais satisfatória do ponto de vista do desempenho de determinadas funções e habilidades. Órteses, próteses e produtos de tecnologia assistiva estariam no campo dos equipamentos que viabilizariam independência funcional nas chamadas ativida-

11. https://www.instagram.com/paola_antonini/. Acesso em 1 nov. 2016.

12. http://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2014/12/29/interna_gerais,603237/jovem-atingida-por-carro-na-raja-gabaglia-tem-perna-amputada.shtml. Acesso em 1 nov. 2016.

des da vida diária. Dois aspectos importantes nos interessam mais de perto e estão interconectados à tecnologia. O primeiro deles diz respeito à concepção cada vez mais moderna e mais adaptada ao corpo humano em uma articulação entre homem e máquina que, se não se faz imperceptível, desloca a ideia de separação brusca entre o corpo e o equipamento. Ambos parecem unidos, sem delimitações marcadas para o olhar leigo e com design sofisticado que, algumas vezes, desperta não só a atenção da sociedade, mas certo desejo. O segundo aspecto é que o corpo com deficiência, desnudo, mas equipado, teria sido aprimorado pela tecnologia. Garantiria uma condição especial à pessoa que pode ter sido discriminada por esse próprio corpo e que tem a possibilidade de colocá-lo em evidência de modos outros.

Se, por um lado, a tecnologia propicia a visibilidade do corpo com deficiência, apresenta-nos também pistas para refletir sobre a relação entre essa visibilidade e o preconceito. Associamos nosso pensamento ao de Campbell (2009), para quem a tecnologia media as condições de preconceito, remediando os caminhos por meio dos quais um corpo é reconhecido como capaz física e mentalmente. As pessoas com deficiência seriam as que mais tiveram uma ligação intrínseca com os artefatos tecnológicos nos últimos anos.

Se tecnologia e corpo estão tão próximos, no caso das pessoas com deficiência, não estaríamos diante de subjetividades tensionadas exatamente pelo atravessamento destas relações? E esses atravessamentos nos diriam de um olhar que concebe o corpo da pessoa com deficiência como aquele que precisa, necessariamente, da tecnologia, para se tornar semelhante, aceitável e reconhecido socialmente.

A questão da visibilidade alcançada pelos atores, em contraste com a invisibilidade das deficiências dos atletas, está presente nas manifestações de quem não apoiou a ação, mas também naquelas postagens que se manifestaram favoráveis. No segundo caso, justificou-se que o fato de terem usado atores era justamente o que estava causando repercussão e, por isso, a campanha teria sido um sucesso. Segundo esses argumentos, a presença de paratletas ou pessoas com deficiência não teria garantido a atenção necessária para que a campanha atingisse seu objetivo principal, que era aumentar a venda de ingressos para os Jogos Paralímpicos.



Figura 7 - Fonte: Reprodução *Twitter*

Celebridades e jornalistas como o escritor Marcelo Rubens Paiva, que é cadeirante, manifestaram-se a favor da campanha, destacando a visibilidade alcançada. Para Paiva, a campanha foi uma provocação¹³ que surtiu o efeito prometido, aumentando a venda de ingressos para os Jogos Paralímpicos:

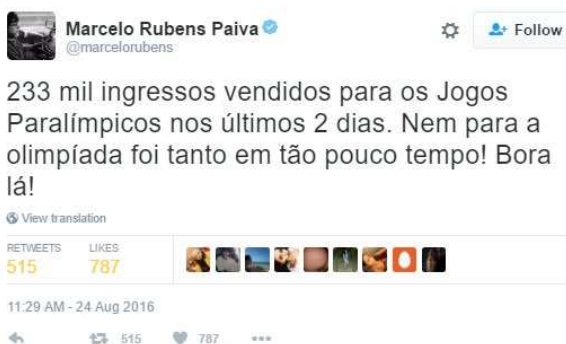


Figura 8 - Fonte: Reprodução *Twitter*

13. “Campanha da Vogue causa polêmica”. Disponível em <<http://cultura.estadao.com.br/blogs/marcelo-rubens-paiva/campanha-da-vogue-causa-polemica/>>. Acesso em 2 nov. 2016.

Já o repórter esportivo Eric Faria repercutiu em sua conta no *Twitter* uma publicação da paratleta Natália Mayara em defesa da campanha. O mote do apoio vinha acompanhado de críticas a quem “quer polemizar tudo”, já que a ação estava dando resultados.



Figura 9 - Fonte: Reprodução *Twitter*

Em sua conta no *Instagram*, a atriz Cleo Pires publicou um vídeo¹⁴ em que explicava que seu papel como embaixadora era, justamente, gerar visibilidade. Em entrevista¹⁵ ao site F5, da *Folha de S. Paulo*, ela afirmou que se sentia honrada por participar da campanha, confirmou que foi uma das idealizadoras, juntamente com o ator Paulo Vilhena, e que não voltaria atrás da decisão, além de chamar de preconceituosas as pessoas que a criticaram.

14. Vídeo disponível em: <https://www.instagram.com/p/BIf9TjRD1Oy/?taken-by=cleopires_oficial&hl=pt-br>. Acesso em 2 nov. 2016.

15. “Preconceituosos são eles’ responde Cleo Pires a críticos da campanha em que interpreta paratleta”. Disponível em <<http://f5.folha.uol.com.br/celebridades/2016/08/preconceituosos-sao-eles-responde-cleo-pires-a-criticos-da-campanha-em-que-interpreta-paratleta.shtml>>. Acesso em 2 nov. 2016.

5. Considerações finais

Entre os achados da nossa pesquisa estão pistas que revelam subjetividades diversas mediadas pela tecnologia em ações variadas. Consideramos que as reverberações nas redes sociais online ganham dimensão que merece um olhar diferenciado na medida em que a distribuição e a conexão com fatores sociais múltiplos nos apontam para discussões dispersas, sem vínculo entre si, mas que estão ancoradas em postagens iniciais de uma campanha desencadeada por uma revista considerada referência em seu segmento. Pelas páginas e redes sociais da revista circulam, em geral, corpos considerados perfeitos de acordo com padrões estéticos do mundo da moda. Se a tecnologia, como componente fundamental das redes sociais online, é determinante para as dinâmicas que ali se estabelecem, é também presente no objeto em discussão. Ela está em sua essência, no interior dos corpos, no rompimento da fronteira entre os humanos e as máquinas.

A visibilidade para pessoas com deficiência nesses espaços é praticamente nula e se dá, no caso em análise, em um contexto de megaevento. Importante não desprezarmos, no entanto, que se trata de um megaevento que não está situado entre os de primeira grandeza. Ele ocupa um lugar secundário, após o evento principal. Carece de um impulso, de algo ou alguém que desperte a atenção do público para a sua importância e que seja capaz de impulsionar a venda de ingressos.

Se as Paralimpíadas não podem ser consideradas invisíveis se comparadas às Olimpíadas, impõem-nos um certo desconforto ao percebermos um apagamento das notícias a elas relacionadas tendo em vista a sua tímida midiatização, tanto nos grandes veículos de imprensa quanto nas redes sociais online. Os atletas paralímpicos, muitos invisíveis para o grande público, precisariam, na ótica da campanha *#somostodosparalímpicos*, ser associados a atores famosos, dotados, eles próprios, de corpos reconhecidamente desejáveis de acordo com os padrões estéticos da revista.

Outro aspecto relevante para a discussão proposta é o fato de a campanha analisada ter sido considerada um sucesso devido ao incentivo gerado para a compra de ingressos dos Jogos Paralímpicos, mas não necessariamente pela mobilização pela visibilidade das pessoas com

deficiência. Se a campanha desencadeou textos sobre a questão da inclusão foi justamente pela sua ausência já que a revista *Vogue* não apresentou em qualquer um de seus canais de comunicação a descrição da foto ou outras ferramentas de leitura acessível para cegos, por exemplo. O fato suscitou comentários de usuários¹⁶, mas não obteve grande repercussão nas redes, o que indica um esvaziamento da questão da acessibilidade em meio à polêmica.

Os corpos com deficiência, que não provocam a atenção e o desejo, mesmo associados aos artefatos tecnológicos, passam por um processo de metamorfose que os concebe a partir de uma junção entre deficiência, corpos supostamente belos e a tecnologia. Os atletas paralímpicos saem de cena, tornam-se ou permanecem invisíveis. Para além de emprestar suas próteses, cedem a sua deficiência para os atores. Esse movimento paradoxal entre a visibilidade da temática deficiência e Paralimpíadas e a invisibilidade da própria deficiência e dos atletas paralímpicos está, a nosso ver, sendo constituído de modo perverso mas não ingênuo nas dinâmicas que se estabelecem nas redes.

Ao participar das polêmicas, os usuários das redes exercem um papel importante na reverberação dessas ações controversas estimuladas pela mídia e discutidas por pessoas comuns. A fala deles diz de um participar, estar presente, fazer-se importante nos debates cuja temática envolve a própria rede estabelecida entre indivíduos, corpos, deficiência e tecnologia, com imbricamentos nem sempre compreendidos e trilhas ainda a serem percorridas nas relações que se estabelecem entre humanos e máquinas. E nesta inter-relação há um limbo no qual a deficiência tenta se firmar como lugar de representação e de debate.

6. Referências

ANDRADE, Graziela Corrêa de. Nós em rede: informação, corpo e tecnologias. 2008. 210f. Dissertação (Mestrado em Ciência da

16. Texto de Ana Clara Schneider, publicitária que escreve sobre temas como acessibilidade e inclusão, disponível em: <<https://medium.com/@anaclaraschneider/o-que-eu-achei-da-campanha-da-vogue-6af0559ed06a#.u8fy1rmaj>>. Acesso em 27 out. 2016.

Informação) - Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

CAMPBELL, Fiona Kumari. *Contours of ableism* > the production of disability and abledness. Great Britain: Palgrave Macmillan, 2009. Disponível em: <https://www.academia.edu/18172536/Contours_of_Ableism_The_Production_of_Disability_and_Abledness_2009>. Acesso em 23 fev. 2017.

GOFFMAN, E. *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

HARAWAY, Donna. Manifesto Ciborgue: Ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. IN: HARAWAY, D.; KUNZRU, H.; TADEU, T. Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.

HILGEMBERG, Tatiane. Os Atletas Paralímpicos através das lentes do impresso e da web nos Jogos de 2012. In: *Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0606-1.pdf>>. Acesso em 29 out. 2016.

KELL, P., KELL, M.; PRICE, N. Two games and one movement? The Paralympics and the Olympic movement, in Kell, P, Vialle, W, Konza, D and Vogl, G (eds), *Learning and the learner: exploring learning for new times*, University of Wollongong, 2008. Disponível em: <<http://ro.uow.edu.au/edupapers/37>>. Acesso em 27 out. 2016.

MENDONÇA, Carlos M. Experiência e Significação In: LEAL, B.S.; MENDONÇA, C.M. GUIMARÃES, C. Entre o sensível e o comunicacional. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010. p-179-188.

NOVAIS, Rui Alexandre; FIGUEIREDO, Tatiane Hilgemberg. A visão bipolar do pódio: olímpicos versus paraolímpicos na mídia on-line do Brasil e de Portugal. Comunicação e Esporte. LOGOS 33Vol.17, N°02, 2° semestre 2010.

PESSOA, S.C. Estética da diferença: contribuições ao estudo da deficiência e das redes sociais digitais como dispositivos de *mise en scène*. Disponível em <http://150.164.100.248/poslin/defesas/1634D.pdf>. 2015. 330 p. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Letras, Belo Horizonte.

ROUANET, Sérgio Paulo. O homem-máquina hoje. In: NOVAES, Adauto (Org.). *O homem máquina: a ciência manipula o corpo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

SANTAELLA, L. “Cultura tecnológica & o corpo biocibernético”. Interlab: Labirintos do Pensamento Contemporâneo, Lucia Leão (org.). São Paulo: Fapesp-Iluminuras, 2002, pp. 197-206.

SANTAELLA, L. Pós-humano por quê? REVISTA USP, São Paulo, n. 74, p. 126-137, junho/agosto 2007.

TWITTER, *Central de ajuda*. Sobre o moments, 2016. Disponível em <<https://support.twitter.com/articles/20174557?lang=pt>>. Acesso em 1 nov. 2016.