



FIORIN, José Luis. **Em busca do sentido: estudos discursivos**. São Paulo: Contexto, 2008.

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

RAMONET, Ignacio. **A tirania da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1999.

SCOLARI, Carlos. **Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan**. Barcelona: Planeta de Libros, 2013.

OS JOGOS PARALÍMPICOS RIO/2016 NA CONVERGÊNCIA DIGITAL: O DISCURSO MIDIÁTICO-ESPORTIVO, AS IDENTIDADES CULTURAIS E O SENTIMENTO PARAOLÍMPICO¹

Antonio Luis Fermino

Bianca Natália Poffo

Eliton Clayton Rufino Seára

Silvan Menezes dos Santos

INTRODUÇÃO

A cultura esportiva é o conjunto de ações, valores e compreensões que representam o modo predominante de ser/estar na sociedade globalizada, em relação ao seu âmbito esportivo, cujos significados são simbolicamente incorporados através, principalmente, da mediação feita pela indústria da comunicação de massa (PIRES, 2002, p. 42).

O esporte paraolímpico, como uma manifestação do esporte na contemporaneidade, tem passado por um crescente processo de midiaticização e espetacularização (MARQUES; GUTIERREZ, 2014). Ou seja, a cultura esportiva paraolímpica, o conjunto de ações, valores e modos de compreender esta manifestação do esporte têm sofrido forte

1 Uma versão parcial deste trabalho foi publicada no dossiê *"Disability, Education, Technology and Sport"* da Revista Brasileira de Educação, Tecnologia e Sociedade (BRAJETS), intitulado como *"'Twittando' sobre os Jogos Paralímpicos Rio/2016: uma análise do sentimento paralímpico sob o ponto de vista de internautas"*. Em específico a discussão deste texto é referente ao sentimento paraolímpico, da terceira categoria de análise da presente versão. O dossiê e o artigo estão disponíveis em: <http://www.brajets.com/index.php/brajets/issue/view/19/showToc>. Acessado em 19 de maio de 2018.

influência do discurso midiático que a veicula. Inclusive, estudiosos têm desenvolvido chaves interpretativas e categorias de investigação para compreender o que a mídia costuma valorizar e/ou desvalorizar com relação ao esporte adaptado e paraolímpico (DE LÉSÉLEUC; PAPPOUS; MARCELLINI, 2009). Em específico, os estudos estão sendo desenvolvidos por compreenderem que a mídia é uma potente colaboradora no processo de estigmatização e/ou desestigmatização dos atletas com deficiência (DE LÉSÉLEUC; PAPPOUS; MARCELLINI, 2010).

As pesquisas sobre a abordagem da mídia com relação ao esporte para pessoas com deficiência e ao esporte paraolímpico estão em desenvolvimento há algum tempo no Brasil e, principalmente, fora do país. Estas investigações têm focado em análises do discurso midiático-esportivo veiculado por meios de comunicação de massa tradicionais, como jornais (BUYSSE; BORCHERDING, 2010; CHANG et al., 2011; DE LÉSÉLEUC; PAPPOUS; MARCELLINI, 2009; PAPPOUS et al., 2007, 2009; THOMAS; SMITH, 2003; TYNEDAL; WOLBRING, 2013; ZHAO, 2008) e revistas (HARDIN; HARDIN, 2005). Outros estudos têm incluído ou focado as análises no discurso veiculado por mídias digitais, como portais de notícias (BRUCE, 2014; FIGUEIREDO, 2014; NOVAIS; FIGUEIREDO, 2010; ZOBOLI et al., 2014, 2016), porém, até o momento da publicação deste estudo, não encontramos investigações que considerassem a participação e comentários do público/internauta na cobertura midiática do esporte paraolímpico², nem em portais de notícias, nem em mídias sociais (blogs ou redes sociais). Desse modo, pela forma como têm se desenvolvido os estudos sobre a temática, muito se sabe sobre “o que” e “como” a mídia de massa veicula o esporte e o atleta paraolímpico, mas não temos conhecimento sobre como o público compreende e o que valoriza acerca dessa manifestação esportiva a partir da mediação cultural que a mídia faz.

No tempo em que vivemos, há de se considerar que a mediação feita pelos meios de comunicação de massa acerca dos valores, símbolos e modos de compreender as diferentes manifestações da cultura na

2 São conhecidos alguns estudos que investigaram a participação do público via mídias sociais, porém que estão relacionados a outros fenômenos ligados ao esporte, como megaeventos esportivos: a Copa do Mundo de futebol masculino FIFA (CRUZ JUNIOR; FERMINO; PIRES, 2015) e os Jogos Olímpicos (PEREIRA et al., 2015); ou também a mobilização popular pela queda do ex-dirigente da Confederação Brasileira de Futebol, Ricardo Teixeira (MENDES et al., 2013).



sociedade, assim como o esporte, tem ganhado novos contornos com o vertiginoso desenvolvimento das mídias digitais e sociais. Jenkins (2009) caracteriza este paradigma comunicacional por meio do conceito de “cultura de convergência”. Ele define a ocorrência de três processos concomitantes de transformação comunicativa e social. Um deles é a convergência dos diferentes meios de comunicação de massa tradicionais (jornais, revistas, rádios e televisões) para o universo digital da internet, podendo coexistirem através de uma mesma plataforma. O segundo é o rompimento das fronteiras entre produtores e receptores do discurso midiático através das mídias sociais, nas quais a relação unilateral da mídia de massa estaria se esvaindo diante da possibilidade de nos tornarmos, também, produtores de mídia, caracterizando a cultura participativa. Por fim, o terceiro é o processo de desenvolvimento do permanente debate público acerca de fenômenos sociais decorrente neste contexto midiático, promovendo assim o que seria a inteligência coletiva.

Em síntese, o que se evidencia no contexto de cultura comunicativa convergente é que, no caso do esporte e do esporte paraolímpico por exemplo, os valores, os símbolos e os modos de compreendê-los ganham novas características, novas possibilidades interpretativas, novos sentidos, novas formas de se construir e atribuir significados. Assim, o cenário, as cenas, os atores, o enredo e todos os elementos que compõem o tradicional (tele)espetáculo esportivo podem ganhar inúmeras versões a serem contadas e compreendidas. Ou seja, se por vezes a mídia de massa produz e reproduz estigmas de super-heróis, de vítimas e/ou de pessoas infantilizadas acerca dos atletas com deficiência (DE LÉSÉLEUC; PAPPOUS; MARCELLINI, 2009; 2010), torna-se necessário saber como o público, na ambiência midiática da convergência, produz, consome, compartilha, reproduz e faz circular os conteúdos e imagens acerca dessa manifestação esportiva nas redes sociais de comunicação.

Diante do exposto, o problema de pesquisa desta investigação se concentrou em questionar: Quais valores, símbolos e modos de compreender o esporte e os atletas paraolímpicos foram produzidos, reproduzidos e circularam na rede social *Twitter*³, durante a cobertura

3 Rede social que na ocasião do recolhimento dos dados tinha o limite de 140 caracteres para cada postagem e agora possui uma limitação de 280, caracterizando-se como um microblogging. Link: twitter.com.

midiática da abertura e do encerramento dos Jogos Paralímpicos (JP) Rio/2016? Nesse sentido, o objetivo da pesquisa foi compreender a produção e a circulação de conteúdos acerca do esporte e dos atletas paraolímpicos durante a abertura e o encerramento dos JP do Rio/2016 na rede social *Twitter*.

Vale relembrar que o momento sociopolítico vivido pelo país durante o período de realização dos Jogos Olímpicos (JO) e dos JP Rio/2016 era de decorrência da derrubada de Dilma Rouseff do posto de presidente da República. Em 31 de agosto daquele ano, a então governante e representante eleita da nação sofria o processo de impedimento da continuidade do seu governo, com justificativas e embasamentos legais, no mínimo, duvidosos (para não dizer ilegítimos). O fatídico dia ocorreu em uma data pouco posterior à realização dos JO (ocorridos de 5 a 21 de agosto) e pouco anterior aos JP (realizados de 7 a 18 de setembro). Isto posto, entendendo que tais megaeventos esportivos são, além de manifestações do esporte, momentos de diplomacia política e econômica entre as nações, consideramos para o escopo do nosso estudo também estas questões políticas e sociais que compuseram a tessitura da narrativa midiático-esportiva daquele contexto.

PERCURSO E ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS

Este estudo foi desenvolvido como uma pesquisa observacional e descritiva com abordagem qualitativa dos dados. Em um primeiro momento, identificamos as *hashtags*⁴ vinculadas e sugeridas pela cobertura midiática das emissoras oficiais e detentoras dos direitos de transmissão dos JP no Brasil, neste caso a Globosat através do seu canal por assinatura, Sportv, e o canal aberto de televisão pública, Tv Brasil. Respectivamente, as *hashtags* oficiais foram #jogosparalimpicosnoSportv e #vemprapara. No segundo momento mapeamos as publicações e compartilhamentos, *twetts*⁵ e *retwetts*⁶, que circularam no *Twitter* com o uso dessas *hashtags*. Os dados foram recolhidos durante os dias 06, 07, 17 e 18 de setembro de 2016, respectivamente dia anterior a abertura dos

4 São compostas por uma ou mais palavras antecedidas pelo símbolo conhecido popularmente por “jogo da velha” (#), as quais se transformam em hiperlinks podendo ser indexados pelos mecanismos de busca.

5 Nome dado as postagens realizadas pelos usuários do *Twitter*.

6 Replicação de uma postagem realizada por outro usuário.



JP, dia da cerimônia de abertura, dia anterior ao encerramento e dia da cerimônia de encerramento do megaevento. A escolha por estes períodos de investigação está relacionada à viabilidade da busca e do recolhimento dos dados, pois como este trabalho foi realizado de maneira manual, ou seja, sem o auxílio de softwares de mineração de dados, elencamos dois momentos dos JP que pudessem expressar de maneira intensa as opiniões dos usuários da rede social sobre o evento, sobre os atletas e sobre os discursos produzidos, visto o elevado volume de conteúdo compartilhado nas redes durante o acontecimento destes megaeventos esportivos⁷. Além disso, selecionamos as cerimônias de abertura e encerramento pois, normalmente, são momentos emblemáticos dos megaeventos esportivos e geram grande repercussão e participação do público via redes sociais. No total foram 662 postagens com as duas *hashtags* durante o período analisado. Na tabela abaixo apresentamos a distribuição das postagens por dia e pelas *hashtags*.

Hashtag \ Dia	06/09/16	07/09/16	17/09/2016	18/09/2016	TOTAL
#jogosparalimpicosnoSportv	3	248	61	51	363
#vemprapara	18	248	13	20	299
TOTAL	21	496	74	71	662

Para organização e análise dos dados recolhidos adotamos as estratégias metodológicas da análise de conteúdo previstas por Bardin (2009). No primeiro passo realizamos uma leitura flutuante de todo o conteúdo identificado nos dados⁸. No segundo momento fizemos uma

7 Por exemplo, os Jogos Olímpicos de 2016 foi um dos assuntos mais comentados nas redes sociais durante todo o ano de 2016. No caso do *Twitter*, em específico, os Jogos de 2016 ficou em primeiro lugar, à frente de grandes e polêmicos acontecimentos políticos como as eleições dos Estados Unidos da América. No caso do Facebook Brasil em 2016, os Jogos Olímpicos do Rio também ficaram entre os 10 assuntos mais comentados na rede, perdendo somente para a repercussão do Golpe/Impeachment da Presidente Dilma Rouseff. Para conhecer os dados, acessar: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/impeachment-jogos-olimpicos-e-pokemon-go-sao-assuntos-mais-falados-no-facebook-do-brasil-em-2016.ghtml>> e <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/olimpiada-do-rio-e-assunto-mais-comentado-no-twitter-em-2016.ghtml>>. Ambos os links acessados em 07/12/2017.

8 Estes dados foram organizados na íntegra em um arquivo Microsoft Word.

organização dos dados por unidades de registro, identificando convergência de conteúdos nas diferentes postagens para, posteriormente, definirmos categorias de análise dos dados recolhidos. Por fim, realizamos a fase de inferências e discussões dos dados a partir das categorias construídas. Foram três as categorias analíticas: 1 – O discurso midiático-esportivo sobre os JP; 2 – Identidades culturais; 3 – O despertar de um sentimento paraolímpico. Na sequência do texto apresentamos os dados organizados em suas respectivas categorias e ressaltamos que, para efeito de ilustração dos dados encontrados, não seria possível apresentar todos os *twetts* identificados, assim selecionamos apenas alguns exemplos que serão apresentados a seguir.

O DISCURSO MIDIÁTICO-ESPORTIVO SOBRE OS JP

Nesta categoria, englobamos algumas temáticas que contribuem para a reflexão sobre a maneira como o discurso midiático-esportivo é construído hoje e, neste caso, em diversas vezes, produzido e replicado pelo próprio público. Ao trazermos as vozes dos internautas para esta discussão, buscamos compreender como eles observam a transmissão pela televisão e/ou portal e como eles mesmos produzem conteúdo midiático sobre o evento. Por exemplo, eles trouxeram informações sobre medalhas, atletas, modalidades esportivas e/ou críticas sobre a maneira como o evento foi veiculado pelas emissoras de televisão.

Organizamos o conteúdo analisado em três subcategorias, a saber: 1) Agendamento do evento; 2) Informações gerais sobre os JP, os atletas e as modalidades e 3) Resultados das disputas esportivas. De modo geral, a primeira envolveu postagens das emissoras e dos internautas que tematizavam o agendamento do evento em relação à cerimônia de abertura e às primeiras competições. Na segunda, encontramos postagens com informações diversas acerca dos JP, dos atletas e das modalidades. A terceira mostra como os resultados eram divulgados pelas emissoras e como os internautas se mobilizaram, solicitando informações sobre resultados de algumas modalidades que não estavam sendo divulgadas.

Agendamento do evento

Nos dias seis e sete de setembro (dia anterior e o dia da abertura) foram publicados vários *posts* com a *hashtag* #jogosparalimpicosnosportv, agendando o evento, sobretudo no dia anterior (06/09/2016).



Uma das postagens dizia: “tá chegando a hora! Vem aí a Paralimpíada” (Figura 1), funcionando como uma estratégia de tornar o evento mais conhecido, atrativo. Esta foi uma forma adotada, principalmente, pelo perfil oficial das redes de TV como meio de promover o agendamento e o convite para o público assistir ao evento pelas emissoras. Sobre o agendamento midiático-esportivo, caba salientar que

[...] é um processo relacional entre a agenda jornalística (midiática) e a agenda pública (social), em que há uma tentativa de alguns grupos (financeiros, políticos e midiáticos) em pautar temas e assuntos de seu interesse na esfera social e colocar, desta maneira, sua(s) opinião(ões) com o objetivo de torná-la(s) hegemônica(s) (MEZZAROBÀ; PIRES, 2011, p. 339).

Durante o dia 07/09, dia da abertura oficial dos JP, foram 33 postagens do *twitter* oficial do Sportv utilizando a *hashtag*. A emissora adiantava informações sobre a cerimônia de abertura; sobre quem acenderia a Pira; ou narrava e complementava a transmissão da televisão, trazendo o número de países que disputariam os Jogos e a ordem do desfile das delegações (Figura 2).



Figura 1

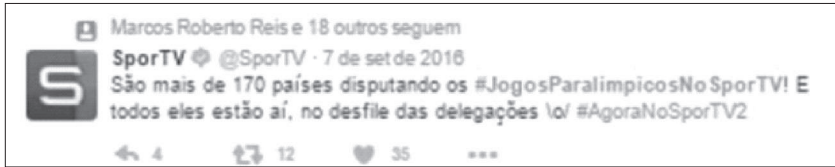


Figura 2

Com relação à Tv Brasil, identificamos, no dia anterior a abertura dos JP, 18 postagens no *Twitter*, advindas tanto dos internautas, como da própria emissora. Eram *posts* que anunciavam os Jogos e também orientavam os telespectadores sobre a sintonização nas TVs regionais, retransmissoras da cobertura oficial da tevê pública. Vale ressaltar que estes *posts* são indicativos de que parte da população poderia não conhecer a Tv Brasil, ou não sabia sintonizá-la como canal da televisão aberta, o que é possível observar nas instruções de um dos *posts* (Figura 3):



Figura 3

Para os JP de 2016, as Organizações Globo compraram os direitos de transmissão junto ao Comitê Paralímpico Internacional (IPC – sigla em inglês) e negociou a concessão destes direitos ao grupo EBC – TV



Brasil (Empresa Brasil de Comunicação)⁹, que transmitiria o megaevento pelas emissoras integrantes desta rede. O conteúdo publicado acima, que ensina como sintonizar a TV Brasil, mostra que, provavelmente, poucas pessoas sabiam desta possibilidade de assistir aos Jogos na televisão aberta.

Na *hashtag* #jogosparalimpicosnoSporTV observamos alguns *posts* de internautas ressaltando a importância da transmissão e outros questionando o fato da cerimônia de abertura não ser transmitida por um canal aberto, aparentemente referindo-se a Tv Globo (canal com os maiores índices de audiência do país). A figura 4 – a seguir – demonstra a falta de conhecimento do público em relação à Tv Brasil:



Figura 4

Em outro *post* (figura 5 a seguir), uma internauta critica a postura da Rede Globo por transmitir a novela, em detrimento da cerimônia de abertura, ficando evidente a comparação entre as olimpíadas transmitidas em canal aberto e as parolimpíadas em canal fechado do mesmo grupo midiático. A não transmissão de um evento da magnitude dos JP – situado entre os megaeventos esportivos do mundo (SOUZA; PAPPOUS, 2013) – por si só revela a subvalorização do paraolimpismo por parte da indústria midiática do país.

9 O contrato de sublicenciamento com a EBC (Empresa Brasil de Comunicação) foi no valor de R\$ 495.868,00 (quatrocentos e noventa e cinco mil e oitocentos e sessenta e oito reais) para transmissão restrita à televisão aberta. Este contrato está disponível em <http://www.ebc.com.br/institucional/sites/_institucional/files/_atoms/files/contrato_1042-2015_-_globosat_programadora ltda.pdf> Acessado em 31/10/2017.

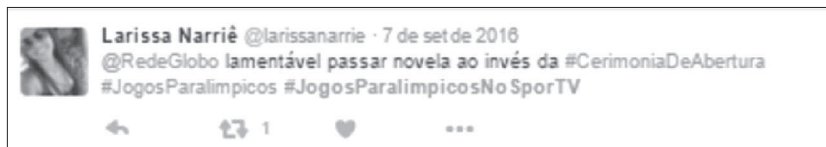


Figura 5

Assim como comentado pela internauta (figura 5), sobre a priorização de uma programação em detrimento da cerimônia de abertura dos JP pela Rede Globo, o ex-presidente do CPB, Andrew Parsons, em sua participação no programa Roda Viva¹⁰ transmitido pela Tv Cultura, comentou que a cobertura midiática vem aumentando a cada edição dos JP. No entanto, ele salienta que vivemos em um país onde predomina uma monocultura esportiva (do futebol)¹¹ e, por conta disso, devido ao baixo interesse do público por outras manifestações do esporte, se justifica o desinteresse midiático em relação à prática esportiva de pessoas com deficiência. Entretanto, o argumento da transmissão ou não do esporte paraolímpico, baseado no fator do interesse do público pela produção midiática, se esvai ao considerarmos os próprios pontos de audiência alcançados pela Sportv durante a abertura da edição de 2016¹². Neste caso, portanto, a possibilidade de participação instantânea dos internautas na esfera pública das redes sociais aparece como um indicativo da invalidez da hipótese sustentada pela indústria midiática de que se produz e se veicula aquilo que o consumidor gosta e

10 Link do programa exibido pela Tv Cultura em 26 de setembro de 2016: https://youtu.be/EMO5t_WIqk0

11 Betti (1998; 2001) disserta sobre a monocultura esportiva da mídia brasileira desde os seus primeiros escritos ainda da década de 1990. Visto isso, constatar esta característica ainda hoje na programação esportiva da televisão aberta brasileira, além de revelar a falta de um projeto de ampliação da cobertura comercial das empresas para com o trato com o esporte, negando os próprios interesses deste setor do mercado, nos permite reafirmar o desserviço público que este ramo da comunicação social fornece à cultura esportiva nacional, mantendo-a fragmentada, restrita e superficial. Neste interim, não se deve desconsiderar também que as redes de televisão aberta funcionam por concessão pública e por isto, como princípio, deveriam prestar serviços de interesses públicos.

12 Segundo dados do Ibope, o canal atingiu cerca de 4,2 milhões de telespectadores durante a cobertura da cerimônia de abertura dos JP 2016, o que foi o recorde de audiência desde a criação do canal por assinatura em 2003. Ver mais informações em: <http://natelinha.uol.com.br/noticias/2016/09/12/sportv-2-atinge-maior-audiencia-da-sua-historia-com-abertura-da-paraolimpiada-102033.php>. Acessado em 21/12/2017.



quer assistir. O que podemos visualizar, neste sentido, é que a transmissão ou não do esporte paraolímpico é definida, assim outras manifestações culturais, por outros interesses comerciais. É uma definição condicionada, sobretudo, pelo volume de cotas publicitárias que esta manifestação esportiva proporciona para as redes de televisão aberta, aparentemente insuficientes para tornar-se prioritária na programação da Tv Globo, neste caso em específico.

Como podemos ver na fala do ex-presidente Andrew Parsons:

[...] acho que a cobertura da paraolimpíada vem aumentando de edição a edição. É claro que a gente queria ter a maior quantidade possível de horas de transmissão, que a gente acabou não... a gente teve muito na TV aberta. A gente teve aqui a Tv Brasil, a gente teve Tv Cultura, a gente teve a Globo menos, um pouco menos que as outras duas, a gente teve SporTV [...], mas a demanda está aí, eu acho que isso foi importante. O SportV abriu um segundo canal, por exemplo, para transmitir mais conteúdo da paraolimpíada. Então, é necessário também a demanda, né. As redes de televisão aberta são essencialmente, enfim, baseadas na sua audiência, na demanda, enfim. Eu acho que a gente está exatamente num processo de melhorias de as pessoas agora querem ver a paraolimpíada. Quem vibrou [...], que torceu, vibrou se emocionou vão querer ver mais paraolimpíada na tv. O esporte tem [...]se você tirar aquilo que é futebol, você vai ver que o esporte no Brasil ainda tem uma limitação muito grande, seja olímpico ou paralímpico. Está melhorando? Está. Mas a gente ainda é um país que vive uma monocultura esportiva [...]. Mas é... ainda é uma monocultura e a gente precisa quebrar e eu acho que os Jogos do Rio/2016 foi uma oportunidade boa para isso. Para a gente começar a falar mais de esporte paralímpico, para a gente falar também de outras modalidades do mundo olímpico que não são tão conhecidas (Fala de Andrew Parsons em 26 de setembro de 2016).

Ao priorizarem a telenovela ao invés de transmitir os JP a emissora demonstra não possuir interesse em dar visibilidade aos atletas com deficiência e/ou, até certo ponto, negar a existência de tal evento para o público que não possui outros meios de prestigiar o evento esportivo. “[...] Por tratar-se de concessões públicas, deveria ser garantida a obrigatoriedade da veiculação de notícias que interessam a sociedade. Há, no ordenamento jurídico, o olhar de que essas concessões são realizadas no âmbito do interesse público” (VIDAL, 2009, p. 75). Ainda nesse contexto, de uma cultura midiática que transmite aquilo que, hipoteticamente, dará mais audiência, podemos observar dois *posts* ressaltando que apenas canais fechados transmitiam os Jogos (figuras 6

e 7) e que a Tv Brasil era o único canal aberto. No caso da figura 7, a internauta parabeniza e reconhece a Tv Brasil por ser a única emissora aberta a cobrir o evento.

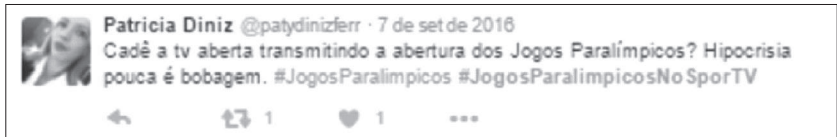


Figura 6



Figura 7

O público também ajudou a informar que a cerimônia estava sendo transmitida pelo Sportv, agendando o canal junto aos seus respectivos seguidores. Assim, podemos considerar que o público da rede social acaba se configurando também como um potente propulsor comercial da audiência de um canal televisivo, neste caso, em específico, para um conteúdo esportivo.

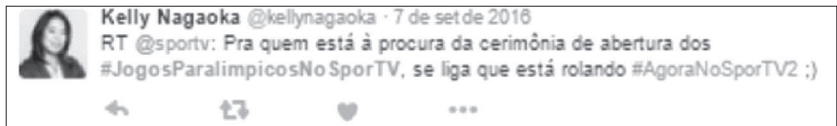
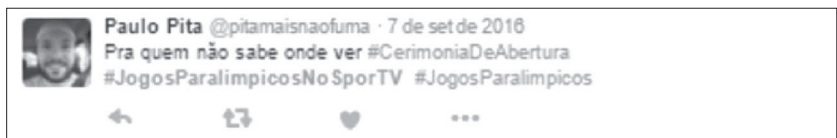


Figura 8

Outro exemplo de agendamento do evento foi que, de acordo com o surgimento de finalistas brasileiros em diversas modalidades, as emissoras divulgavam os horários em que as disputas seriam



transmitidas. Esta estratégia apareceu como forma de convidar os usuários do *Twitter* para acompanharem as disputas via transmissão televisiva (Figura 9):



Figura 9

Esta também é uma das estratégias da mídia para informar os internautas e convidá-los a acompanhar as competições via transmissão televisiva. No caso dos JP do Rio, foi uma das formas de promover o interesse dos internautas acerca das modalidades e das provas durante o evento. O agendamento midiático-esportivo no âmbito da convergência, portanto, apareceu como uma extensão daquilo que comumente a mídia esportiva desenvolvia em sua tessitura narrativa - uma tentativa permanente de imputar a agenda midiática à agenda social. Além do tradicional discurso e construção da agenda esportiva, identificamos também a participação do público como uma forma de propulsão do agendamento, visto que internautas replicaram conteúdo das emissoras oficiais e, inclusive, indicaram a assistência dos seus

seguidores para as redes de televisão. Assim, ainda que tenhamos identificado conteúdo crítico, advindo do público, com relação ao discurso midiático-esportivo, concluímos que o potencial crítico-reflexivo não é inerente à possibilidade de participação e ao processo de construção da inteligência coletiva. Podemos considerar, neste sentido, que a dimensão crítica e emancipatória do público/internauta com relação aos fenômenos apropriados pela mídia é mesmo resultante do processo de formação cultural vivido por cada um nas suas experiências anteriores.

Informações gerais sobre os JP, os atletas e as modalidades

Nesta subcategoria encontramos postagens de caráter didático que ofereciam informações sobre o funcionamento das modalidades, bem como a interação e os questionamentos de alguns internautas pedindo mais informações sobre outras modalidades específicas e, aparentemente, menos transmitidas. A figura 10 – a seguir - mostra *posts* com explicações sobre o voleibol sentado disponibilizadas pela Sportv:



Figura 10

Por sua vez, na figura 11 - a seguir - observa-se o *post* que possibilita a compreensão das regras do basquetebol em cadeira de rodas por meio de um vídeo produzido pela TV Brasil em seu próprio canal no YouTube:



Figura 11

Dessa forma, diferente da SporTV que utilizou apenas as informações escritas, ao trazer um *post* que contemplou a explicação das regras do basquete, percebe-se que a Tv Brasil se propõe a dar mais densidade e historicidade à modalidade. A emissora direciona para uma informação mais completa em vídeo¹³, no qual contextualiza elementos históricos; fala das participações do Brasil; e menciona questões das habilidades e das deficiências dos atletas praticantes dessa modalidade.

Nessa perspectiva, nota-se que as postagens com um foco mais didático sobre o funcionamento das modalidades apresentam diferenças entre as emissoras. A segunda iniciativa, da Tv Brasil, possibilita uma ampliação da cultura esportiva do sujeito interessado no esporte paraolímpico. Estes *posts* também mostram as possibilidades de interação e convergência entre as diferentes mídias, quando reverberam o conteúdo televisivo por meio de uma plataforma digital como o *youtube* e o fazem circular em uma rede social como o *twitter*.

13 Link do vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=Uqg8dgoO9I4>

Em um dos *posts* encontrados com a *hashtag* oficial da SportTv, um internauta questionou o fato de a emissora não apresentar informações inerentes à cultura esportiva paraolímpica na transmissão televisiva, tais como aspectos históricos desta manifestação do esporte (Figura 12):



Figura 12

No decorrer dos Jogos um internauta requisitou informações para a Sportv sobre a Maratona (Figura 13), que é uma prova de corrida longa, e provavelmente não teve tanta divulgação e transmissão quanto outras modalidades mais tradicionais e conhecidas no Brasil, como Futebol de 5, Futebol de 7, Natação e algumas provas de velocidade do Atletismo.



Figura 13

Sobretudo na figura 12 é possível observar uma interação mais crítica dos internautas ao perceberem que certas modalidades ainda não são conhecidas no âmbito paraolímpico. Este tipo de conteúdo, assim como o da figura 13, são demonstrativos de que não necessariamente as audiências buscam apenas informações sobre curiosidades ou sobre o inusitado, ou melhor, notícias de interesse do público (VIDAL, 2010). Em ambos os casos podemos notar a busca por um discurso midiático-esportivo voltado à ampliação da cultura esportiva. Além disso, observamos como a convergência digital propiciou aos internautas a possibilidade de, em tempo real, criticar ou até tentar provocar as emissoras de tevê à produzirem e veicularem determinado conteúdo. Neste sentido, ainda que não tenhamos dados para aferir se as solicitações e



críticas foram acolhidas, compreendemos estes dados como indicativos da influência da cultura participativa na recepção e interação do público com relação à abordagem do discurso midiático-esportivo.

Resultados das provas esportivas

Nesta subcategoria elencamos algumas postagens que mostravam os resultados das modalidades. Alguns foram divulgados em maior número pelas emissoras e comemorados pelos internautas, tal como podemos ver nas imagens abaixo (Figuras 14, 15 e 16):



Figura 14

Nesse ensejo, é possível perceber que a postagem da emissora é reverberada pela internauta e, observando ambas as descrições, estas mantêm grande aproximação ao citarem o atleta Petrucio como 2º lugar da prova 400m classe T47 e sua conquista em conseguir dar a volta por cima e subir ao pódio.

Na figura 15, o internauta destaca o tetra campeonato do Brasil no futebol de 5 utilizando a hashtag da SporTv.



Figura 15

Nessa mesma linha, outra internauta (figura 16) parabeniza a seleção brasileira de futebol de cinco e utiliza uma imagem que simboliza a vitória da seleção, mostrando, assim, uma interação entre a televisão e o Twitter concomitantemente.



Figura 16

Nesse ínterim, tais postagens nos apontam que estaríamos diante de uma cultura participativa desses internautas, sendo que esta

[...] contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo (JENKINS, 2009, p. 28).

No caso dos dados apresentados nesta categoria, torna-se nítido que algumas pessoas demonstram ter um viés mais crítico a respeito da cobertura midiática, principalmente quando se trata da pouca cobertura da Rede Globo. Por exemplo, isto se aplica quando observamos reclamações e cobranças sobre a emissora não ter transmitido a cerimônia de abertura, de não mostrar a história das modalidades esportivas



paralímpicas no Brasil ou de apresentarem uma cobertura bem menor do que se comparado aos JO.

De modo geral, o discurso midiático-esportivo no Twitter se caracterizou pelo agendamento das notícias, por informações gerais acerca das modalidades paralímpicas e pela divulgação dos resultados durante os Jogos. O fato de o esporte paralímpico ser relativamente mais novo que o olímpico, considera-se também como um fator que ainda determina a pouca veiculação de conteúdos na mídia e, conseqüentemente, um maior desconhecimento por parte do público. A interação dos internautas com as postagens das emissoras mostrou que alguns replicaram ou exaltaram os conteúdos veiculados, outros trouxeram elementos mais reflexivos e até críticos para as postagens.

IDENTIDADES CULTURAIS

Os JP, como outros megaeventos, possuem uma característica de despertar no torcedor/telespectador/público/internauta sentimentos que pouco são manifestados em outras épocas de maneira uníssona. “Neste aspecto, os jogos funcionam como elemento simbólico catalisador de ideias modernas e aglutinam em torno de si os olhares dos sujeitos espalhados pelo globo em suas coletividades” (BITTENCOURT *et al*, 2005, p. 28). Estes olhares são percebidos na interação entre o público e os meios de comunicação e, nesse sentido, identificamos diferentes manifestações dos internautas referentes às identidades culturais no conteúdo recolhido da rede social *Twitter*.

É válido ressaltar “[...] que tais representações são acionadas a partir de contextos específicos que reivindicam a produção ou rememoração de interpretações e narrativas sobre como a nação ou o povo se pensam em relação a um “outro” real ou imaginado” (ABRAHÃO, SOARES, 2015, p. 334). Lembramos também, que a construção de uma identidade se dá de maneira simbólica, atendendo ou não a determinados elementos que contribuam para a identificação de determinado povo.

Entendemos de suma importância olhar para as mediações da cultura, pois “[...] diz respeito a toda vivência cultural que o indivíduo adquire ao longo da vida, não apenas através da educação formal, mas por meio das experiências adquiridas em seu cotidiano” (WOTTRICH, SILVA E RONSINI, 2009, p.04), como também por meio daquilo que é produzido pela mídia, tendo assim uma relação entre a comunicação e a cultura. Tais discussões se originam a partir daquilo que é representado

pela e sobre a sociedade, inclusive por consequência das relações com outros grupos, as formas de produzir a vida em cada local, e nas condições objetivas e subjetivas nele estabelecidas.

Assim, sobre a temática encontramos três tópicos que contribuem para a discussão das identidades culturais e os localizamos como parte de competências culturais, por estarem atrelados ao processo de construção social, sendo eles: 1 - Manifestações políticas; 2 - Regionalidades; 3 - Nacionalismo. Estes itens foram selecionados após a leitura das publicações dos internautas com as *hashtags* da Tv Brasil e Sportv.

Manifestações políticas

Nesta temática encontramos diferentes publicações a favor dos protestos contra o governo Temer, como também identificamos postagens de crítica ao público presente e aos artistas que se apresentavam durante o evento pelo fato de se manifestarem naquele momento contra o presidente da República (Figuras 17 e 18). Ao discutir sobre “Da crítica à crise”, Martín-Barbero (2009) afirma que não é possível desvincular questões políticas dos processos culturais vigentes, como neste caso em questão, os JP Rio/2016. Se por um lado temos uma “impotência política”, aquilo ou alguém que não é considerado representante de uma nação, por outro, temos a saída da população do anonimato, e até mesmo de representantes da arte, clamando por possíveis mudanças na estrutura política do país naquele momento.



Figura 17



Figura 18

De acordo com Hall (2006), ao olharmos para as identidades, ou seja, a maneira como os sujeitos interagem entre si e reagem frente a um determinado cenário político nacional - nos termos das “paisagens políticas”, no sentido de ação cidadã e de reconhecimento ou não das diferentes esferas que abrangem a construção social de uma nação – devemos considerá-las como parte do mundo moderno e da maneira como estes atores sociais se sentem representados. Podemos aqui relembrar os acontecimentos relacionados à presidenta Dilma na Copa do Mundo de 2014, quando várias pessoas dentro e fora dos estádios em que aconteciam os jogos se manifestaram, com xingamentos e frases de baixo calão, contra a mulher que naquele momento representava a nação.

As críticas conferidas à Temer, em certa medida, aconteceram anos antes contra a presidenta Dilma. A possibilidade de não reconhecer

nestes a figura de um “herói” ou representante faz parte dos processos de construção e ação cidadã. Mas há que se considerar, que nem todos pensam da mesma maneira. Talvez por não entenderem que um evento esportivo é, também, um evento cultural e, justamente por isso, está ligado intrinsecamente com o cenário político, preferem de alguma maneira julgar aqueles que se manifestam (exemplos na figura 18), assim como optam por permanecer no anonimato.

Ao associarmos os dados desta categoria com as ideias da convergência digital é possível apontarmos a participação do público/internauta como um agir cidadão da cultura participativa, capaz de gerar e promover a inteligência coletiva sobre os acontecimentos sociais. Neste sentido, no entendimento de Jenkins (2009, p. 288) “a atual diversificação dos canais de comunicação é politicamente importante porque expande o conjunto de vozes que podem ser ouvidas [...]”. Porém, importa destacar como a aparente politização do público manifesta nas postagens, permitida pela cultura de convergência em uma ambiência esportiva desta magnitude, nos revela também o par dialético deste fenômeno ao evidenciar posições que procuram descaracterizar o potencial político do esporte como espaço de manifestação popular, criticando aqueles que o fazem.

Regionalidades

Neste aspecto das regionalidades, importa considerar os discursos construídos ao longo dos anos sobre uma única identidade brasileira. Podemos citar como exemplo que o Brasil, de alguma forma e de maneira recorrente, tivera sua identificação remetida ao Rio de Janeiro e especificamente à capital, como também a uma imagem nordestina constituída apenas pela Bahia. Ao considerar o “Rio” como o melhor local para se viver (Figura 19) – não apenas o Nuzman¹⁴, como também a TV Brasil ao reproduzir em um *tweet* a expressão – pode-se estar negligenciando determinadas localidades do país que são de suma importância para a caracterização social, econômica, política e educacional da nação.

É válido ressaltar que as considerações sobre tal expressão se dão por um entendimento de que foi no Rio de Janeiro onde os Jogos Olímpicos e Paralímpicos aconteceram e que, naqueles momentos, a cidade sede fora considerada o melhor local do mundo.

14 Ex-presidente do Comitê Olímpico Brasileiro (COB).



Figura 19



Figura 20

Por outro lado, os internautas utilizaram a rede social para proferirem uma ideia de marginalização da cidade-sede do megaevento, como por exemplo o *tweet* do internauta *Ktotta* (na figura 19), ao exclamar que a identidade do RJ é sinônimo de criminalidade. Identificamos também a exaltação da participação de músicos e artistas de outras localidades nas solenidades, de fora do eixo Rio-São Paulo, promovendo, assim, um regionalismo que afeta negativamente ou positivamente determinada localidade.

Ou seja, assim como afirma Stuart Hall (2006), tais perspectivas apontam para uma dialética das identidades, na qual, se trabalham tanto numa prospecção de defender e manter uma determinada identidade, como também de provocar o debate para que outras sejam percebidas, valorizadas – ou não (Figura 19 e 20). Desse modo, foi colocado em debate pela cultura participativa motivada pela rede e pelo momento esportivo paraolímpico, se existe mesmo algo uníssono que pode ressoar sobre a diversidade da identidade cultural brasileira.

Nacionalismo

Neste tópico ressaltamos as publicações que trazem um tom de orgulho, de agradecimento por serem de determinada nação, ou também de eleger os atletas paraolímpicos como “nossos” representantes. Tal discurso não é efetuado apenas pelos internautas, mas também pelas emissoras oficiais, como um meio de conquistar o público interessado em assistir aos Jogos. Bruce (2014, p. 1447) nos lembra que “quando os atletas com deficiência podem ser articulados com a identidade nacional, as representações dos meios de comunicação são substancialmente semelhantes às dadas aos atletas sem deficiência”¹⁵.

A interação entre o público e os meios de comunicação provoca um sentimento de pertencimento sobre aqueles que são os protagonistas da “festa”, os atletas. Nos *twetts* que destacamos é possível perceber diferentes maneiras de expressar valores e significados que contribuem para o fortalecimento de um fazer “parte de nós” (HALL, 2006). O uso de determinadas expressões como “nossos atletas”, “orgulho”, ou pela exaltação na quantidade de membros da equipe brasileira vão ao encontro do que o autor afirma ser um dos aspectos fundamentais para a construção de identidade, a “narrativa da nação” (ibid, p. 52).

15 Texto original: “When disabled athletes can be articulated to national identity, media representations are substantially similar to those given to able-bodied athletes”.



O modo como o evento é contado e visualizado por diferentes grupos sociais, possibilita que estes compartilhem os seus sentimentos e vivências naquele determinado momento. “Segue-se que a nação não é apenas uma entidade política, mas algo que produz sentidos – um sistema de representação cultural. As pessoas não são apenas cidadãos/ãs legais de uma nação; elas participam da ideia de nação tal como representada em sua cultura nacional” (Ibid, p. 49).



Figura 21

Outro olhar sobre o fazer parte de nós, está na representação dos atletas como heróis e heroínas, o qual é muito comum em se tratando do esporte de modo geral, mas especificamente no esporte paraolímpico temos alguns trabalhos que refletem sobre a criação de super-humanos deficientes, ou do que se chama de *supercrips*¹⁶ (GONÇALVEZ; ALBINO; VAZ, 2009; HARDIN; HARDIN, 2004; SILVA; HOWE, 2012). Além de trabalhos acadêmicos, podemos citar o videoclipe lançado e produzido pelo Channel 4 intitulado “We’re The Superhumans”¹⁷ (Nós somos os Super-humanos) que teve como objetivo promover o megaevento esportivo no contexto britânico.

16 Este termo, em tradução livre, significa super-aleijado e é uma forma utilizada pela literatura para se referir à abordagem midiática que geralmente é dada aos atletas paraolímpicos vitoriosos, alçando-os à condição de super-heróis do grupo de pessoas com deficiência.

17 Vídeo produzido pelo Channel 4 e disponível neste link: <https://www.youtube.com/watch?v=IocLkk3aYIk>

Diferentemente da narrativa dos super-heróis paraolímpicos, existe no discurso midiático-esportivo representações do atleta com deficiência que os vitimiza, dando ênfase à tragédia que os levou àquela condição em detrimento de focar nos feitos esportivos (HILGEMBERG, 2014); como também já se identificou narrativas de trivialização e infantilização destes atletas, apresentando-os por uma outra ótica que não a esportiva (DE LÉSÉLEU; PAPPOUS; MARCELLINI, 2009; DE LÉSÉLEU; PAPPOUS; MARCELLINI, 2010; PAPPOUS; MARCELLINI; DE LÉSÉLEU, 2011; PAPPOUS et al, 2007). No entanto, quando pensamos em pertencimento estamos tendo um olhar sobre alguém ou algo que represente uma identidade e isso é possível de perceber nas postagens dos internautas e das emissoras.



Figura 22

Em síntese, na busca por uma compreensão sobre a construção ou representação de uma identidade cultural por meio dos JP no contexto da cultura de convergência, foi possível perceber que o cenário político vivido naquele momento refletia diretamente nos modos de ser e estar



do público com relação ao esporte paraolímpico. Neste sentido, concordamos com Bittencourt (2009) ao afirmar que a “identidade é um conceito escorregadio e está mais vinculado ao ser em contexto do que ao ser absoluto. Só há identidade na relação. É preciso um outro para que se possa estabelecer a identidade. Só há identidade na alteridade” (p.177).

Desse modo, os discursos analisados demonstram uma insatisfação com o atual momento político, como também uma imparcialidade ao entenderem que em locais de eventos como os Jogos, não deveria haver manifestações pró ou contra o cenário nacional. No entanto, entendemos que o esporte é uma expressão popular, na qual não está, e não há desvinculação sobre os acontecimentos na sociedade.

Na tentativa de compreender o jogo de troca de identidade sociais e relações, como afirma o autor Maigret (2010), “os conteúdos dos meios de comunicação de massa podem ser vistos como vestígios das interações que os constituíram, como dobras que condensam as relações sociais, as lógicas de ação e os movimentos culturais” (p. 387). Procuramos olhar atentamente aos meios de comunicação que produziram determinado conteúdo, como também, os próprios internautas que de alguma forma interagem com as emissoras e que ao mesmo tempo em que existe a recepção de um conteúdo produzido pelas emissoras de comunicação, há que se considerar que existe uma produção de informação por parte dos internautas.

O DESPERTAR DE UM SENTIMENTO PARAOLÍMPICO

O modelo tradicional do (tele)espetáculo esportivo não previa a participação e interação com o público, o que de certa forma fragmentava o contexto midiático do esporte, pois desconsiderava a compreensão e a interpretação de grande parte dos personagens que conformam esse fenômeno social (BETTI, 2001). Porém, com o advento da *Web 2.0*¹⁸ e o desenvolvimento da cultura de convergência (JENKINS, 2009), a interatividade em tempo real entre o discurso midiático-esportivo hegemônico dos meios de comunicação de massa com o público se tornou possível. Através desse contexto podemos agora mapear e identificar

18 A *Web 2.0* é uma denominação que se convencionou dar ao que seria o novo momento, ou nova versão da internet, a qual se apresenta em uma linguagem mais acessível aos usuários comuns – omitindo a complexa linguagem do html – possibilitando, assim, uma maior participação dos internautas no processo de produção de conteúdo virtual por meio de blogs, redes sociais etc.

os modos como o público interage e reage à narrativa midiática. A partir disto, dentro da especificidade a que se refere este estudo, caracterizamos aquilo que denominamos como o despertar do sentimento paraolímpico junto ao público/internautas no contexto da realização dos JP Rio/2016. Elencamos quatro subcategorias que revelam diferentes formas de manifestação desse sentimento do público com relação ao esporte e aos atletas paraolímpicos, foram elas: 1 – Emoção; 2 – Estigmas; 3 – Capacidades e habilidades; 4 – Inclusão ou segregação social.

Emoção

Nas postagens enquadradas nesta categoria foi predominante o tom emocionado e afetivo que o público manifestou pelos JP e pelos atletas paraolímpicos. Beleza, amor, corações, *emotions* com olhos de apaixonados, choro. Estas foram algumas formas de expressão de emoção que os internautas publicaram para escrever sobre os atletas paraolímpicos. Como podemos visualizar nas figuras 23 e 24 abaixo, os internautas utilizaram a rede e a interatividade das *hashtags* para destacar a emoção que o início do megaevento esportivo para pessoas com deficiência provocava neles.



Figura 23



Figura 24

Esta emoção exposta pelos espectadores dos JP Rio/2016 pode ser relacionada àquilo que Betti (2001) afirma ser uma característica do (tele) espetáculo esportivo, que é a potencialização e predominância da dimensão da emoção sobre a dimensão da razão na veiculação hegemônica do discurso midiático-esportivo. Nesse sentido, nós, como público consumidor que historicamente teve o contato cotidiano com o fenômeno esportivo mediado pela mídia de massa, estaríamos condicionados a hipertrofiar o lado emocional do universo do esporte, neste caso do esporte paraolímpico, e hipostasiar o lado racional que circunda e permeia esse mesmo fenômeno, desconsiderando questões sociais, culturais, políticas e econômicas existentes ali. É a fragmentação e a superficialidade do que seria a inteireza do esporte na mídia (BETTI, 2001).

O potencial emotivo do esporte e dos atletas paraolímpicos por si só, sob esse ponto de vista do condicionamento do público através da mediação hegemônica da mídia de massa, sobretudo da televisão, é a materialização do poder simbólico exercido pelos mecanismos da indústria cultural na conformação dos nexos simbólicos, ou em outras palavras, dos modos de ler e compreender o esporte. Fomos acostumados a ver e consumir esporte por meio da mídia de massa. Nossos valores, símbolos e modos de entendê-lo na contemporaneidade são formados, principalmente, pela mediação dos meios de comunicação de massa (PIRES, 2002). Assim, se o enfoque predominante sempre foi no aspecto emocional do universo esportivo, não seria diferente com o esporte paraolímpico. Se a falação esportiva sempre criou as expectativas pela vitória, elegeu ídolos, prometeu emoções e, quando possível, dramatizou os fatos do esporte (BETTI, 2001), os modos como o público viria a fazer a leitura do esporte paraolímpico como uma “nova” manifestação do fenômeno esportivo na contemporaneidade dificilmente seria distante de uma perspectiva mais emotiva.

Para Martín-Barbero (2004; 2009), possuímos nexos simbólicos de leitura e de interpretação dos diversos fenômenos da nossa cultura, os quais são conformados e estabelecidos nas nossas matrizes culturais. São gramáticas de ação – do escutar, do ler, do olhar – expressas nos sentidos humanos, que materializam as nossas competências de recepção do discurso midiático dentro do universo comunicativo que vivemos. Competências estas que são formadas por duas estruturas de mediação. A primeira são os usos sociais que fazemos das diferentes mídias, seja rádio, jornal, revistas, cinema, internet, e aqui ressaltamos a hegemonia da televisão no caso do esporte, como forma e meio tradicional de apropriação cultural do fenômeno esportivo na sociedade moderna e contemporânea. A outra estrutura são as múltiplas trajetórias de leitura relacionadas à determinantes sociais como etnia, classe, gênero, nível educacional, hábitos familiares, e outros.

Seriam os traços interpretativos desenhados de acordo com uma cadência e um padrão estético definido pelo próprio sujeito em todo o processo de consumo midiático, antes, durante e depois, com interferências diretas e indiretas do contexto histórico e sociocultural onde ele está inserido (SANTOS, 2015, p. 187).

Com isso, de modo geral, o que indicamos como interpretação dessa expressão emotiva dos internautas com relação ao esporte e aos atletas paraolímpicos é que essa pode ser uma gramática de ação e uma trajetória de leitura do esporte e das pessoas com deficiência que já



estavam gravadas e consolidadas nas matrizes culturais do público brasileiro. Podemos compreender que tais modos de agir e de se expressar se deve, sobretudo, pela mediação histórica e hegemônica feita pela mídia esportiva.

Gonçalves, Albino e Vaz (2009) chamam atenção de que a representação social e midiática do esporte paraolímpico no Brasil parece somente reproduzir uma narrativa que tradicionalmente é utilizada para se referir ao drama da vida e do sofrimento que a maioria dos atletas e futebolistas brasileiros passam durante as suas infâncias pobres e carentes no país. Nesse sentido, o sofrimento humano e o despertar da emoção aparece como algo construído, midiática e socialmente, nos modos de compreender o esporte no Brasil. Essa questão, no caso do esporte paraolímpico, aparenta ganhar contornos e entrelinhas ainda mais demarcadas, pois é candente e sensível aos olhos dos espectadores midiático-esportivos que os corpos deficientes acabam sugerindo, ou melhor, acabam sendo muitas vezes interpretados como expressão unívoca de histórias trágicas, doloridas e emocionantes:

Como um elemento constante nas reportagens, a tragédia vai gradativamente se mostrando como fundamental na constituição da imagem dos paratletas, especialmente na relação que essa vai sorrateiramente estabelecendo com a construção do personagem heróico, aquele que cai, sofre, mas supera as adversidades e vence (GONÇALVES; ALBINO; VAZ, 2009, p. 153).

É com essa narrativa emocional que o esporte paraolímpico se mostra em consolidação na esfera social. Ao reproduzir e reforçar a dimensão emotiva do esporte convencional, construindo personagens heróicos e aparecendo em permanente correlação com o esporte olímpico, o esporte paraolímpico está se colocando em risco de se configurar como mais do mesmo, como mais um produto homogêneo da indústria cultural do esporte, assim como discorreram Horkheimer e Adorno (1985) sobre o esquema da cultura de massas.

Pelo que podemos visualizar, tanto no discurso midiático-esportivo, quanto nas postagens feitas pelos internautas no *Twitter* durante a abertura e o encerramento dos JP Rio/2016, o tom afetuoso e emotivo é predominante, assim como discutiremos na seção seguinte do texto sobre os estigmas do herói e da correlação olímpica reproduzidos pelos internautas. Seja por uma reprodução do modelo hegemônico do (tele)espetáculo esportivo, ou por uma identidade social desenvolvida pelo público que tem se sensibilizado e adotado a causa contra a estigmatização

das pessoas com deficiência, a dimensão emocional parece ter se sobreposto à dimensão racional de ver, ler, interpretar e compreender o universo dessas pessoas e o esporte praticado e adaptado a elas.

Estigma

Ao mesmo tempo em que o encantamento e a emoção com os JP e os atletas foram manifestados pelos internautas, de imediato também aqueles foram, em algumas ocasiões, alçados a condição de heróis. Alguns atletas como o Daniel Dias¹⁹, que devido ao seu histórico de conquistas em edições anteriores teve criada uma agenda de expectativa sobre os resultados dele para a edição de 2016, por vezes foram chamados de “mito” ou de “monstro” como forma de glorificá-los e colocá-los em posições heróicas do esporte paraolímpico brasileiro. Isso aconteceu inclusive em algumas postagens realizadas pelo perfil das próprias TVs emissoras oficiais.



Figura 25

19 Daniel Dias é o nadador paraolímpico brasileiro que se tornou o maior medalhista homem da natação paralímpica nos JP Rio/2016 ao conquistar nove medalhas (quatro de ouro, três de prata e duas de bronze), somando 24 medalhas no total das suas participações neste megaevento.



Figura 26



Figura 27

O posicionamento dos atletas com deficiência como mitos, heróis e sobre-humanos, principalmente quando os relacionam à narrativa das histórias em quadrinhos e cinematográfica dos humanos mutantes com superpoderes, X-men, aparece tanto em postagens do perfil oficial da emissora de tv fechada, como em publicações de internautas. Esta é uma característica que aparece com predominância e reincidência na narrativa midiática sobre o esporte e atletas paraolímpicos, é a narrativa do *supercrip*.

A referida narrativa é controversa entre os seus próprios personagens protagonistas, os atletas. Uma parte deles gostam e acham importante este tipo de veiculação e compreensão, pois acreditam que pode ser uma forma de inspirar mais pessoas com e sem deficiência a buscarem superar os seus limites. Outra parte não considera uma narrativa válida, pois gostariam de ser conhecidos somente como atletas de alto rendimento assim como todos os outros, que treinam e trabalham muito no dia-a-dia para conquistar o sucesso esportivo e não possuem nada de especial, muito menos superpoderes (HARDIN; HARDIN, 2004; MARQUES et al., 2014, 2015).

Silva e Howe (2012) discorrem que esta narrativa, a qual busca mitificar atletas paraolímpicos como heróis do esporte e da sociedade, gera uma ambiguidade na recepção do discurso. Por um lado, a narrativa do *supercrip* pode promover reconhecimento social para as capacidades e habilidades das pessoas com deficiência como um todo, o que seria positivo visto que é um grupo historicamente estigmatizado e marginalizado por suas limitações. Por outro lado, essa narrativa pode ser geradora de uma pressão social sobre as pessoas com deficiência que não venham a buscar e alcançar os mesmos êxitos esportivos dos atletas paraolímpicos. Esta via de reprodução discursiva acaba proliferando um alto nível de exigência como regra para as pessoas com deficiência, independente das condições sociais e econômicas que possuem para buscar tal meta. Desta maneira, segundo os autores, acaba se desenvolvendo a culpabilização da própria vítima do estado social, neste caso as pessoas com deficiência (SILVA; HOWE, 2012).

No caso das postagens que mapeamos, os internautas demonstram reconhecer o papel social exercido por aqueles atletas com deficiência que ali estão nos JP Rio/2016. Porém, as postagens do perfil oficial da Sportv indicam que ali existe um imperativo discursivo



diretamente relacionado com o interesse de criar a identificação do público consumidor que o segue e o consome com aquele que é o seu produto de momento, os JP. Esta é uma estratégia que:

Comumente, à mídia é atribuída a função de aproximar os leitores e telespectadores dos eventos esportivos aos principais personagens que compõem o espetáculo esportivo, ou seja, os atletas. Esses, por sua vez, transformam-se rapidamente em ídolos e transmissores de mensagens e estereótipos, dotados de um potencial de consumo enraizado na cultura esportiva de massas (MARCHI JÚNIOR, 2001, p. 139).

Sob esta ótica, se evidencia nos dados que o Sportv utiliza da convergência dos meios, entre a televisão e o *Twitter*, para perpetuar a identidade do público com o produto e, assim, mantê-lo consumindo com perenidade. Este é um deslizamento e extensão da narrativa mítica do herói esportivo que se reproduz sobre os atletas paraolímpicos, a qual aparenta ter logrado êxito, pois o público manifesta a mesma percepção e sentimento com relação aos protagonistas do espetáculo.

Como afirma Kellner (2003, p. 6):

A celebridade também é produzida e manipulada no mundo do espetáculo. As celebridades são os ícones da cultura da mídia, os deuses e deusas da vida cotidiana. Para alguém se tornar uma celebridade é preciso ser reconhecido como uma estrela no campo do espetáculo, seja no esporte, no entretenimento ou na política.

No caso do espetáculo paraolímpico, visto sob a ótica da rede social, identificamos um indicativo de que somente pelo fato de estarem ali como protagonistas ou mesmo figurantes da cena esportiva, os atletas com deficiência são narrados como heróis, mitos, monstros do bem pela mídia de massa e compreendidos como tal pelo público que o consome. Os atletas paraolímpicos foram eleitos pelo público/internautas, antes mesmo de entrarem no cenário principal do espetáculo, como modelos de comportamento a serem seguidos e reproduzidos. Tudo isso pelo fato de serem pessoas com algum tipo de deficiência que praticam esporte em alto rendimento, independente das suas condutas pessoais, éticas e morais.

Conforme apontam Santos e Medeiros (2009), a relação paralela existente entre o protagonismo dos atletas no espetáculo esportivo e a figura de herói construída através da narrativa midiática, no caso do

esporte paraolímpico parece se configurar para a mídia e para o público consumidor já no credenciamento de cada uma daquelas pessoas com deficiência como atletas de alto rendimento. Esta é uma das principais barreiras para a promoção do esporte paraolímpico como fenômeno de inclusão social, pois secundariza a posição dos atletas paraolímpicos no âmbito esportivo, enfocando a narrativa e conduzindo o imaginário social ao espetáculo das deficiências em detrimento do valor das ações e conquistas esportivas (MARQUES, 2016).

Este clamor social dos internautas pelos heróis paraolímpicos acaba reproduzindo e reforçando uma narrativa ilusória do puritanismo moral e ético que circunda esse contexto. É como se imaginasse e se acreditasse que:

Compõem o universo paradesportivo as “pessoas de bem” – os sujeitos justos, porém sofredores, os caridosos, porém desgraçados. É como se a figura do marginal pudesse contaminar o universo paradesportivo. Este universo é purificado pelo sacrifício que impede a entrada de qualquer vestígio da impureza – que podemos compreender como as atividades ilícitas de sobrevivência – e por isso a assepsia social é tão importante (GONÇALVES; ALBINO; VAZ, 2009, p. 155).

Na última postagem da figura 28 abaixo verificamos um outro exemplo de estigma que persegue e se manifesta com relação ao esporte e aos atletas paraolímpicos. Este também é um formato recorrente de como o sentimento paraolímpico se revela estar sempre em comparação ao megaevento e à manifestação esportiva correlata dele, que são os JO, as suas modalidades e os seus atletas. Em algumas postagens também foram feitas comparações entre elementos de ambas manifestações esportivas.

As postagens identificadas confirmam hipóteses de que a legitimidade do esporte paraolímpico como manifestação social e esportiva da contemporaneidade aparenta estar condicionada ao que esta pode ser em comparação àquela que é a manifestação mais antiga e mais tradicional do esporte convencional, o esporte olímpico (GONÇALVES; ALBINO; VAZ, 2009). A aparentemente inevitável comparação dá a entender que o esporte paraolímpico não se sustenta e não é suficiente nele mesmo, ele precisa do correlato olímpico como suporte de visibilidade, de disseminação e de expansão na sociedade.



Figura 28

Em analogia com o esporte convencional e compartilhando o mesmo tipo de organização racional, o paradesporto reproduz o desporto: vence o melhor, as competições seguem a mesma sistematização, é preciso superação diariamente, constrói-se a partir de muita disciplina e treinamento, está ligado ao rigor técnico. Além do mais, a própria gênese do paradesporto é o desporto, logo, as regras das modalidades sofrem poucas alterações. Sendo assim, o paradesporto não tem o objetivo de romper com a estrutura desportiva, ao contrário, quanto mais próxima, maior sua legitimidade (GONÇALVES; ALBINO; VAZ, 2009, p. 159).

Diferente dessa via de correlação dependente e de sobreposição do olímpico ao paraolímpico recorrente na narrativa da mídia de massa, o que podemos visualizar na primeira e na última postagem apresentadas na figura 28 acima é que o estigma de correlação do paraolímpico com o olímpico também pode servir de elemento reflexivo das características de ambas manifestações esportivas e dos modos como são apropriadas e veiculadas pela mídia de massa. Na primeira postagem, o internauta chama a atenção para o caráter mais tecnológico dos JP, apontando o contraponto dos Olímpicos como um evento mais humano. Este tema remete à problemática da robotização ciborgue dos

atletas com deficiência, os quais utilizam próteses e cadeiras de rodas com tecnologias de ponta e, por vezes, acabam se percebendo e sendo percebidos como máquinas, destituindo-se aos poucos da percepção do outro sobre as condições humanas de existência desses atletas. Por outro lado, “isso pode ser visto como um estímulo semiótico a pautar e mediar novos esquemas de percepção do híbrido, inclusive, ajudar a refutar certos entendimentos em relação à pureza do esporte” (ZOBOLLI; QUARANTA; MEZZAROBA, 2013).

Na outra postagem, a internauta problematiza a diferença de visibilidade que o esporte paraolímpico tem na mídia em comparação com o esporte olímpico. Esta diferença do espaço midiático destinado à ambas manifestações esportivas já foi identificada e evidenciada em dados (NOVAIS; FIGUEIREDO, 2010), porém a postagem da internauta revela que o público interessado em esporte e em esporte paraolímpico percebe tal distinção e desigualdade. O início desta constatação por parte do público e uma possível reivindicação permanente por mais espaço midiático para o esporte paraolímpico através das redes sociais pode ser um catalisador da virada deste quadro na narrativa da mídia de massa, em específico na televisão, considerando que este mesmo público são as audiências pelas quais os meios de comunicação de massa tanto buscam para sua sustentação e enriquecimento comercial. Neste caso em específico podemos visualizar o exemplo da cultura participativa operando como um meio de emancipação e mobilização social em contraponto à tese da alienação das massas.

Capacidades e habilidades

Algumas capacidades e habilidades dos atletas paraolímpicos também foram exaltadas pelos internautas. Esta forma de retratar os atletas é de suma importância para o processo de desestigmatização da pessoa com deficiência, de acordo com Pappous et al (2009). Segundo os autores, é comum os meios de comunicação e/ou os atores do processo de construção da notícia – em nosso caso, internautas e meios de comunicação – enfatizarem a deficiência de maneira trágica, como vítimas de um determinado acontecimento. Como podemos visualizar nas figuras 29 e 30 abaixo, os atletas e o esporte paraolímpico, ao contrário, são associados à braços fortes, à garra, à soberania, à força, características que indicam uma percepção desse contexto e dessa manifestação esportiva como espaço social para o desenvolvimento e a apresentação de capacidades e habilidades.



Figura 29

Existem ações internas do movimento paraolímpico, baseadas em perspectivas de agências internacionais, como a Organização Mundial da Saúde (OMS), que têm orientado e sugerido maneiras mais indicadas para se referir e tratar as pessoas com deficiência de modo a estabelecer relações sociais mais inclusivas para este grupo nos diferentes âmbitos da sociedade, sobretudo no campo esportivo. A Associação Paralímpica Britânica (*British Paralympic Association - BPA*) e o Comitê Paralímpico Internacional (*International Paralympic Committee - IPC*) desenvolveram guias de orientações linguísticas e comportamentais que ajudam nesse processo de inclusão e desestigmatização das pessoas e atletas com deficiência (BRITISH PARALYMPIC ASSOCIATION, 2012; INTERNATIONAL PARALYMPIC COMMITTEE, 2014). No caso do Comitê Paralímpico Brasileiro (CPB), a entidade chancelou uma ação semelhante desenvolvida por Pappous e Souza (2016) para os JP Rio/2016.



 **Marília Costa** @marilialacosta · 17 de set de 2016
Vai Brasil!!! Vamos manter a soberania paralímpica! #Futebol5
#JogosParalimpicosnoSportv #Rio2016

 **TV Brasil** @TVBrasil · 7 de set de 2016
A precisão de cada movimento pode garantir o sucesso. #VemPraPara
bit.ly/2cauyf



0:14 min

Conceitos Paralímpicos - Precisão

🔍 6 ❤️ 11 ...

 **TV Brasil** @TVBrasil · 7 de set de 2016
Muitas vezes é a força que faz vencer. Vamos unir as nossas e embalar os atletas? #VemPraPara bit.ly/2cauyf



0:14 min

Conceitos Paralímpicos - Força

🔍 1 ❤️ 6 ...

Figura 30



Os guias indicam a necessidade de se voltar o olhar para as capacidades e habilidades das pessoas e atletas com deficiência, evitando termos, expressões, imagens e formas de se relacionar que ressaltem ou destaquem a limitação deles. Por exemplo, sugere-se que no lugar de utilizar o vocativo, “atleta com deficiência”, utilize-se “nadador”, “corredor”, assim como se utiliza para o esporte e os atletas convencionais. Segundo os guias, desenvolvidos com base em investigações científicas, essa seria uma forma de voltar o foco para as capacidades e habilidades deles. O IPC inclusive sugere uma mudança também no termo comumente utilizado, *disability* (deficiência), para *impairment*, que pode ser traduzido e compreendido como limitação ou comprometimento, excluindo assim a perspectiva paradoxal entre deficiência e eficiência (INTERNATIONAL PARALYMPIC COMMITTEE, 2014). Nesse sentido, de acordo com os dados coletados no *Twitter*, parece haver um alinhamento da percepção do público com essa mudança de paradigma, voltando-se o foco às potencialidades esportivas dos atletas com deficiência²⁰.

Do ponto de vista daquilo que foi exposto pelos internautas e também pela TV Brasil em seu perfil oficial, como visualizado na figura 30 acima, a atenção voltou-se ao que os atletas paraolímpicos poderiam apresentar durante os JP, ou seja, suas capacidades e habilidades. Esta é uma manifestação do público e da rede de televisão que coaduna com o que o próprio IPC tinha em seu plano estratégico como um dos objetivos principais para o movimento paraolímpico no período de 2015-2018, que é o empoderamento das pessoas com deficiência, em todos os âmbitos sociais, por meio do exemplo revelado pelos grandes feitos esportivos (INTERNATIONAL PARALYMPIC COMMITTEE, 2015).

Os dados encontrados no *Twitter* se contrapõem, em parte, àquilo que revelam os dados de Purdue e Howe (2012). Os autores identificaram que o empoderamento das pessoas e atletas com deficiência, através do esporte paraolímpico, pode estar dividido entre os vitoriosos e

20 Com esta associação dos achados da pesquisa às indicações dos guias, não estamos propondo uma relação direta de causa e consequência referente às intervenções e mudanças de linguagem sugeridas pelas instituições burocráticas do esporte. Sugerimos como problematização, neste caso, que a realização dos JP e os movimentos ativistas em pró das pessoas com deficiências podem estar provocando, na conjunção de esforços, uma mudança da ótica voltada a este grupo social, a qual, por consequência, aparenta acontecer de modo concomitante e semelhante às proposições dos guias citados.

os derrotados. Atletas multimedalhistas afirmaram se sentirem empoderados após ingressarem no esporte e alcançarem tantas conquistas. Todavia, outra atleta não vitoriosa afirmou não perceber o esporte paraolímpico como um meio de empoderamento social, tal como afirma o IPC. Conforme apontam Purdue e Howe (2012), mesmo o esporte e os JP sendo um importante contributo social para a participação ativa das pessoas com deficiência na sociedade, seja pela ação esportiva, ou pelo estilo de vida, o movimento paraolímpico se caracteriza como um espaço social fechado. “Uma loja fechada” onde somente aqueles autorizados (atletas vitoriosos) são empoderados e reconhecidos. Desse modo, o empoderamento torna-se um capital cultural reservado a um grupo seletivo (PURDUE; HOWE, 2012). Tal perspectiva difere, portanto, da percepção do público e também da produção da emissora de tv pública, cujo foco esteve concentrado, em grande parte, nas características dos atletas, reconhecendo e empoderando o feito deles na prática esportiva, independente da vitória ou da derrota.

As formas de se expressar do público e da Tv Brasil com relação aos atletas e ao esporte paraolímpico podem representar também a superação de preconceitos referentes às capacidades de pessoas com deficiência, ou ao menos o início desse avanço. Coakley (2009) argumenta que uma das barreiras para a participação e inclusão social de pessoas com deficiência e também de idosos no mundo do esporte, em seus mais diferentes níveis e formas de prática, é o preconceito quanto ao que esses grupos de pessoas são capazes de fazer. Esta é uma problemática existente pelo fato de a sociedade se organizar e se sustentar no que o autor chama de império da normalidade, gerando o “*ableism*”, o que em tradução livre poderíamos chamar de preconceito de capacidades (COAKLEY, 2009).

Neste império acredita-se que somente aqueles possuidores de corpos correspondentes aos ideais de força, com músculos hipertrofiados e bem definidos, ou anatomicamente completos, com todos os membros e sentidos em pleno funcionamento, ou com medidas antropométricas perfeitas, peso corporal e massa muscular em acordo com a estatura, são estas as pessoas que estão aptas e são capazes de praticar uma modalidade esportiva. Assim, aqueles não enquadrados naqueles padrões estariam automaticamente excluídos ou marginalizados no universo esportivo. Contudo, diferentemente dessa perspectiva normalista, o que as postagens do *Twitter* revelam é uma forma de visualizar, potencializar e acreditar naquilo que aquelas pessoas e atletas com defi-



ciência poderiam fazer participando do universo esportivo. São dados reveladores de um modo democrático de conceber o fenômeno esportivo que acaba por desconstruir, ou ao menos iniciar o processo de desmonte do império da normalidade e do *ableism*.

Inclusão ou segregação social

O sentimento paraolímpico pôde ser manifesto pelo público que acompanhava as transmissões oficiais de uma forma que também questionava e criticava diferentes aspectos do contexto do paraolimpismo. Entre eles estiveram questionamentos sobre a inclusão ou exclusão social de pessoas com deficiência através do formato que o megaevento é realizado, problematizações sobre acessibilidade, sobre preconceito e outros aspectos deste contexto esportivo.

Os questionamentos e críticas sobre a separação entre os paraolímpicos e olímpicos feita pelos internautas “Fernanda OK” e “Oliveira Lima”, como podemos ver na figura acima, nos indica que o público, ou parte dele, não compreende o espaço e tempo dos JP como universo unânime de inclusão social. Ao apontar essa problemática e levantar essa polêmica na rede social, o público coloca em questão o modelo, a concepção e a própria narrativa que comumente se constrói em torno do esporte e dos JP como o maior fenômeno e o mais exemplar de inclusão social para pessoas com deficiência.



Figura 31

O processo de inclusão social pode se caracterizar em diferentes estágios e/ou dimensões, sendo elas: a exclusão, a integração e a inclusão. A primeira representa a evidente segregação de determinado grupo social com relação ao restante da sociedade, ou seja, quando



aquele está totalmente fora da interação e das relações sociais nos mais diversos âmbitos. A segunda, da integração, representa um estágio inicial de inclusão, que é quando o grupo marginalizado tem espaços de participação e interação na sociedade, porém isso é feito somente entre os pares igualmente marginalizados, ou seja, o grupo consegue acessar as diferentes ambiências sociais, mas não tem interação com os demais grupos da sociedade. Por fim, o estágio mais avançado desse processo ocorre quando os grupos marginalizados são postos em participação e interação direta com os demais âmbitos e grupos da sociedade (CIDADE; FREITAS, 2009; MARQUES; GUTIERREZ, 2014). Visto isso, o questionamento feito pelos internautas no *Twitter* problematiza e se contrapõe ao discurso tradicionalmente veiculado de que o esporte e os JP são um exemplo de inclusão social para as pessoas com deficiência. O que esse conteúdo chama atenção é que, do ponto de vista do processo de inclusão, do modo como se organiza e se desenvolve essa manifestação esportiva, não podemos considerá-la um fenômeno integral de inclusão social, e sim uma forma de integração.

A questão da inclusão e da igualdade social existente em torno do esporte e dos JP se configuraria, então, mais como um fenômeno discursivo, do que como efetivação prática, pois o que os internautas solicitam é “inclusão na prática”. Nesse sentido:

[...] o que aqui acusamos é esse idílio fantasioso que é criado para justificar os jogos para esse público, esse ranço histórico de se falar de igualdade e de inclusão quando se tem como pano de fundo questões de cunho histórico permeado pelo estigma da exclusão e do desrespeito à condição de diferença. Já que a igualdade – no que tange à condição humana – é fantasiosa, que seja respeitada então a diferença, que se criem possibilidades para que o acolhimento e o respeito à diferença sejam contemplados (ZOBOLI; QUARANTA; MEZZARROBA, 2013, p. 267).

Sem desconsiderar a existência do esporte e dos JP como importante manifestação sociocultural que representa um meio para larga participação social de pessoas com deficiência por todo o mundo e também um potencial espaço de visibilidade e marketing social para a valorização e reconhecimento dessas pessoas, o que a percepção do público revela é que a efetiva inclusão social parece não ocorrer. Ou seja, o público demonstra perceber também esta manifestação do esporte como um exemplo de integração, mas não necessariamente inclusão

das pessoas com deficiência. O público se mostrou atento ao paradoxo existente entre o que se discursa e o que se realiza na prática, pois, ainda que as pessoas com deficiência estejam ali representadas na possibilidade de praticar esporte, isto não é passível de ocorrer junto às pessoas sem deficiência, como por exemplo nos Jogos Olímpicos. Quando isso ocorre, como no caso de Pistórius nos Jogos Olímpicos de Londres 2012, a situação é tratada como algo excepcional e surpreendente (ZOBOLI; QUARANTA; MEZZAROBÀ, 2013; ZOBOLI *et al.*, 2014; 2016).

O que o público reivindica, inclusive, nem se refere objetivamente à junção integral das competições, colocando pessoas com e sem deficiência para competirem juntas, mas sim que ao menos as cerimônias de abertura e encerramento ocorram juntas para ambos. Dessa forma, sobretudo, a reivindicação dos internautas ainda segue respeitando aquilo que talvez seja os limites do esporte paraolímpico como manifestação esportiva conformada sob os moldes e características do esporte moderno, pautado no ideal da racionalização e da igualdade de chances. Ou seja, o protesto do público não alcança o extremo daquilo que seria a efetivação da inclusão social das pessoas com deficiência através do esporte, estando em direta convivência ambiental e interação social com pessoas sem deficiência. É uma reivindicação que se limita aos rituais de festa e celebração dos movimentos olímpicos e paraolímpicos. Então, essa manifestação dos internautas demonstra o que seria um primeiro passo para o avanço do processo de inclusão social das pessoas com deficiência no esporte, mas um passo que necessitaria de alguns outros mais para sua efetivação. Assim, “a participação de “deficientes” em meio aos “normais” pode ser vista como mais uma ferramenta a contribuir com a construção da cultura e do ethos inclusivo” (ZOBOLI; QUARANTA; MEZZAROBÀ, 2013, p. 284).

Marques e Gutierrez (2014), como contra-argumento ao valor do processo de inclusão social através do esporte, apontam o paradoxo da valorização esportiva e social para alguns grupos de pessoas com deficiência, se constituindo do mesmo modo como o modelo de exclusão intrínseca do dna do esporte convencional de alto rendimento. Eles colocam em tensionamento a importância e o valor da participação das pessoas com deficiência no universo esportivo, e a destinação de campos específicos de práticas e disputas para esse grupo social, tal como os JP, o que para os autores indica também uma forma de segregação.



Nesse sentido, as postagens dos internautas nos revelam que a problematização do esporte paraolímpico como espaço segregador, ou ao menos como um espaço somente de integração e não de inclusão, não circula somente em âmbito acadêmico e filosófico do esporte, mas é uma preocupação candente também na sociedade e no senso comum, a partir daqueles que acompanham o esporte paraolímpico.

Os internautas também se manifestaram sobre a falta de acessibilidade na própria transmissão televisiva dos JP, cobrando a presença da tradução em LIBRAS (Língua Brasileira de Sinais) para os espectadores surdos, bem como também a áudio-descrição para os cegos. Esta cobrança revela mais um paradoxo deste universo midiático-esportivo do movimento paraolímpico, pois se configura como uma veiculação discursiva de inclusão social através do esporte, mas não utiliza estratégias e mecanismos de acessibilidade para os próprios consumidores que venham a ter algum tipo de deficiência. Isso significa, em um todo, que se o discurso midiático se caracteriza como um obstáculo para a representação social do esporte paraolímpico como fenômeno de inclusão social devido à sua abordagem sensacionalista, preocupada eminentemente com as dimensões comerciais do produto esportivo (MARQUES, 2016), nem mesmo a estrutura da veiculação midiática favorece a ampliação dos públicos consumidores, ou seja, das audiências. Como citado pelos internautas no *Twitter*, sem as ferramentas de acessibilidade nas transmissões, automaticamente se exclui desse universo, por exemplo, as pessoas com deficiência auditiva e visual que venham a ter interesse em consumir o esporte paraolímpico.

A manifestação crítica dos internautas nos traz mais evidências de que a rede social pode se conformar como este espaço de subversão e questionamento do discurso hegemônico veiculado pela mídia e, neste caso, pela mídia esportiva. É um exemplo de que a circulação de conteúdos pelas redes sociais e a participação ativa e coletiva do público pode se configurar como um discurso contra hegemônico aos meios de comunicação de massa, tradicionais parceiros e sócios do esporte como produto comercial. É a cultura participativa e a inteligência coletiva, conforme descritas por Jenkins (2009), servindo à problematização do esporte paraolímpico como fenômeno social, midiático e também esportivo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A participação social em qualquer instância é de suma importância para compreendermos as diferentes informações que surgem no cotidiano. Nela é possível perceber o modo como observamos, pensamos e agimos sobre os acontecimentos da sociedade. É um agir e contribuir de forma cidadã. A partir disso, buscamos compreender a produção e a circulação de conteúdos acerca do esporte e dos atletas paraolímpicos durante a abertura e o encerramento dos JP do Rio/2016 na rede social *Twitter*. Neste contexto entendemos que “o usuário deseja participar mais dessa experiência, sabe compartilhar seus conhecimentos sobre aqueles temas com outros consumidores afins e chega, inclusive, a criar coletivamente peças sobressalentes que podem se encaixar à estrutura de produtos disponíveis” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 214). Dentro dessa perspectiva, trabalhamos de modo expressivo com o segundo e o terceiro processo de transformação comunicativa e social insurgente. Ou seja, procuramos desvelar o papel de produtores do público/internauta – podendo aqui caracterizá-lo por meio da cultura participativa - e também repensar a ideia de inteligência coletiva de acordo com o conceito de cultura de convergência trazido por Jenkins (2009).

Como já mencionamos no decorrer do trabalho, o esporte paraolímpico vem ganhando destaque nos meios de comunicação e também no campo da pesquisa, pois nele temos a oportunidade de perceber como os atletas realizam suas performances, quais os discursos que são criados para representar este e outros eventos, o uso de tecnologias num diálogo entre o corpo e a máquina, entre outros interesses que estão a surgir. Por mais que o esporte paraolímpico já exista desde os anos 1960 e possui características de desenvolvimento do esporte contemporâneo para pessoas sem deficiência, ainda podemos afirmar que este é um fenômeno esportivo que vem sendo popularizado e, conseqüentemente, tem despertado o interesse do público há pouco tempo.

Mesmo a interação permitida pelo campo de estudo escolhido, o *Twitter*, sendo limitada a um número de caracteres para postagens em que no período do evento era de 140 e agora são permitidos até 280²¹,

21 Informações disponíveis em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/twitter-aumenta-limite-para-280-caracteres.ghtml> e <https://www.techtudo.com.br/noticias/2017/09/twitter-derruba-limite-de-140-caracteres-e-comeca-a-testar-mensagens-com-280.ghtml>



entendemos que as restrições de interatividade, como afirma Jenkins (2009), são tecnológicas. Ou seja, a interação é mesmo uma forma de controle da rede social utilizada pelos usuários. Há que se considerar também, que a Rede Globo tinha direito sobre a transmissão dos Jogos, no entanto, não houve a transmissão de nenhuma modalidade a não ser em programas jornalísticos e esportivos transmitindo resultados e “melhores momentos”. A emissora realizou transmissões ao vivo apenas por seu canal fechado, SporTV. Ainda devemos observar o desconhecimento da Tv Brasil como um canal aberto e público. Tanto é que a própria empresa de comunicação criou um “manual” de como sintonizar os aparelhos televisivos no seu canal de transmissão²². Neste aspecto, Jenkins (2009) nos diz que é importante pensarmos na formação dos sujeitos:

É por isso que é tão importante lutar contra o regime de direitos autorais corporativos, combater a censura e o pânico moral que tentam transformar em doença as formas emergentes de participação, expandir o acesso e a participação de grupos que, de resto, estão sendo deixados para trás, e promover formas de educação e letramento midiático que auxiliem as crianças [público/internauta] a desenvolver as habilidades necessárias para se tornarem participantes plenos de sua cultura” (p. 331).

Ainda sobre a TV Brasil, foi possível notar uma nítida diferença no que diz respeito a proporcionar aos internautas no *Twitter* uma relação maior com o que é o paraolimpismo, pois, em diversas postagens, notou-se a explicação de regras por meio de links que direcionavam para vídeos em outra plataforma (YouTube), trazendo mais elementos e com maior profundidade.

Nesse sentido, mesmo que a pesquisa esteja dimensionada por um número ínfimo de 662 postagens se comparadas ao “mundo” do *Twitter*, a participação é “[...] mais ilimitada, menos controlada pelos produtores de mídia e mais controlada pelos consumidores de mídia” (JENKINS, 2009, p. 190). Dar voz aos sujeitos que estão diretamente interessados com a informação e/ou até mesmo, em produzir a informação como pudemos ver neste texto, é permitir que participem da distribuição de bens culturais e com isso, promover a formação coleti-

22 Link: <http://tvbrasil.ebc.com.br/comosintonizar>

va. Durante a pesquisa, percebemos que vários internautas usaram as *hashtags* oficiais da TV Brasil e da SporTV para protestar contra a Globo. As publicações questionavam o fato de a emissora não ter transmitido a cerimônia de abertura, as provas de algumas modalidades e a cerimônia de encerramento. De certa forma, ficou evidente que os internautas esperavam mais informações e uma cobertura maior da emissora pelo canal aberto.

No que se refere às observações especificamente relacionadas à cultura de convergência, dentro dos limites impostos pela delimitação do estudo, identificamos que o entretenimento midiático-esportivo paraolímpico ainda não se adaptou e não decorre de maneira plena sob os moldes deste novo paradigma comunicacional. Foi possível notarmos uma adaptação decorrente, dentre as três características descritas por Jenkins (2009), da convergência dos meios tradicionais à internet (neste caso da televisão à rede social) de um modo tal que funcionou como capilarização da indústria midiático-esportiva, tal como afirmara Duarte (2011) sobre a indústria cultural 2.0.

A mídia esportiva detentora dos direitos de transmissão dos JP, tanto da tevê aberta como por assinatura, utilizou a rede social e as *hashtags* oficiais, sobretudo, para agendar os horários das suas programações com relação às competições esportivas paraolímpicas. Neste caso, o fato novo proporcionado pela ambiência da convergência digital no contexto midiático-esportivo foi a extensão espaço-temporal das estratégias de agendamento. A operação da *agenda setting* normalmente ocorria no período prévio aos eventos esportivos e na própria plataforma midiática. Por sua vez, neste estudo, visualizamos a veiculação permanente da agenda midiática e esportiva no decorrer da competição paraolímpica, utilizando as postagens oficiais das emissoras no *Twitter* como espaço para tal operação. Ou seja, ampliou-se o espaço e o tempo da tentativa de imposição da agenda midiática à agenda do público interessado em esporte.

Com relação à outra dimensão da cultura de convergência, a cultura participativa, ficou evidente que as redes sociais e o mecanismo das *hashtags* efetivamente abrem espaço e tornam públicas as opiniões e a recepção ativa dos espectadores esportivos, pois identificamos um extenso conjunto de posições políticas, sociais e esportivas advindas de postagens dos internautas, bem como diferentes formas de compreender e de sentir o esporte paraolímpico. Nesse sentido, o contexto



convergente gera, portanto, um ambiente público que dá voz ao espectador midiático-esportivo. Entretanto, compreendemos tal participação proporcionada pelas redes sociais com relação ao âmbito esportivo paraolímpico como um imaginário de exercício da cidadania no que diz respeito ao esporte.

Ao utilizarem a hashtag para tecer comentários sobre o megaevento esportivo, sobre o discurso midiático-esportivo e para manifestar e reivindicar conteúdos de seu interesse, ainda que com teor crítico, os internautas estão, sobretudo, contribuindo mais para o monitoramento das audiências por parte da indústria midiática do que necessariamente participando e intervindo de alguma maneira efetiva na transformação e qualificação das esferas sociais e esportivas. De tal forma a mídia esportiva fica sabendo de quase tudo o que acham e pensam os seus espectadores, ao mesmo tempo que nada muda no que acontece, no que se fala, ou no que deixa de acontecer e no que se deixa de falar e cobrir sobre o mundo esportivo.

Por fim, a terceira dimensão inerente à cultura de convergência segundo Jenkins (2009), a inteligência coletiva, não se evidenciou no *corpus* de análise deste estudo. No contexto do recorte espaço-temporal da pesquisa, no qual acompanhamos 662 postagens, não identificamos a composição de um debate entre os internautas usuários da rede social e das hashtags oficiais. O diálogo ou discussão acerca do megaevento esportivo ou de alguma temática não existiu de maneira contínua ou permanente de modo a gerar alguma conclusão, reflexão ou crítica comum aos interessados. A participação do público na rede social se restringiu a comentários isolados sobre os acontecimentos paraolímpicos daquele contexto, ainda que não estejamos desconsiderando as reflexões e apontamentos críticos que surgiram com relação a alguns assuntos. Todavia, a construção coletiva de ideias ou considerações acerca da pauta em questão, os JP e os seus elementos de contexto, não ocorreu neste período e neste recorte espacial da rede social analisada.

Para finalizar, é importante considerar este fenômeno esportivo como um amplo campo de atuação que deve ser explorado no âmbito acadêmico e que possibilita analisar criticamente o modo como a informação chega ao telespectador/internauta/público. Isto se torna possível, principalmente, se utilizadas análises a partir da convergência, na qual cria-se possibilidades de interação e participação para discutirmos o cenário social contemporâneo.



REFERÊNCIAS

ABRAHÃO, B. O. L.; SOARES, A. J. G. O espetáculo esportivo na construção das representações sobre identidade brasileira: uma análise da abertura dos Jogos Pan-americanos de 2007 – o “Pan do Brasil”. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, v. 37, n. 4, p. 333-340, 2015. Doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.rbce.2015.08.006>

ANTUNES, Scheila Espíndola. **O “País do futebol na Copa do Mundo”**: estudo de recepção ao discurso midiático-esportivo com jovens escolares. Dissertação de Mestrado - Programa de Pós-graduação em Educação Física, UFSC, 2007.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

BETTI, M. **Janela de vidro**: esporte, televisão e educação física. Campinas: Papirus, 1998.

_____. Esporte na mídia ou esporte da mídia? **Motrivivência**, n. 17, p. 1-3, 2001.

BITENCOURT, F. G. et al. Ritual Olímpico e os Mitos da Modernidade: Implicações Midiáticas na Dialética Universal/Local. **Revista Pensar a Prática**, v. 8, n. 1, janeiro/junho de 2005.

BITENCOURT, F. G. Esboço sobre algumas implicações do futebol da Copa do Mundo para o Brasil: identidade e ritos de autoridade. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, v. 30, n. 3, p. 174-189, 2009.

BRITISH PARALYMPIC ASSOCIATION. **Guide to Reporting on Paralympic Sport**. Reino Unido: ParalympicsGB, 2012. Disponível em: http://paralympics.org.uk/uploads/documents/imported/ParalympicsGB_Guide_to_Reporting_on_Paralympic_Sport_-_June_2012.pdf

BRUCE, T. Us and them: the influence of discourses of nationalism on media coverage of the Paralympics. **Disability & Society**, v. 29, n. 9, p. 1443-1459, 2014.

BUYSSE, J. A. M.; BORCHERDING, B. Framing Gender and Disability: A Cross-Cultural Analysis of Photographs From the 2008 Paralympic



Games. **International Journal of Sport Communication**, v. 3, n. 3, p. 308-321, 2010.

CHANG, I. Y. et al. One world, One dream: A Qualitative Comparison of the Newspaper Coverage of the 2008 Olympic and Paralympic Games. **International Journal of Sport Communication**, v. 4, n. 1, p. 26-49, 2011.

CIDADE, R. E. A.; FREITAS, P. S. DE. **Introdução à Educação Física adaptada para pessoas com deficiência**. Curitiba: Editora da UFPR, 2009.

COAKLEY, J. Age and Ability: Barriers to participation and inclusion? In: **Sports in Society: Issues and Controversies**. 11. ed. New York: Mc Graw Hill Education, 2009. p. 302-349.

CRUZ JUNIOR, G.; FERMINO, A. L.; PIRES, G. D. L. O Brasil na Copa, a Copa no Brasil: registros de agendamento para 2014 na cobertura midiática da Copa da África do Sul. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, v. 37, n. 3, p. 251-257, 2015.

DE LÉSÉLEUC, E.; PAPPOUS, A.; MARCELLINI, A. La cobertura mediática de las mujeres deportistas con discapacidad: Análisis de la prensa diaria de cuatro países europeos durante los Juegos Paralímpicos de Sidney 2000. **Apuntes, Educación Física y Deportes**, v. 97, n. 3, p. 80-88, 2009.

_____. The media coverage of female athletes with disability: Analysis of the daily press of four European counties during the 2000 Sydney Paralympic Games. **European Journal for Sport and Society**, v. 7, n. 3-4, p. 283-296, 2010.

DUARTE, R. Indústria Cultural 2.0. **Revista de Teoria Crítica**, Constelaciones, n. 3, p. 90-117, Dezembro de 2011.

FIGUEIREDO, T. H. Gênero e Deficiência – uma análise da cobertura fotográfica dos Jogos Paralímpicos de 2012. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 11, n. 2, p. 484-497, 2014.

GONÇALVES, G. C.; ALBINO, B. S.; VAZ, A. F. O herói esportivo deficiente: aspectos do discurso em mídia impressa sobre o Parapan-



Americano 2007. In: PIRES, G. DE L. (Ed.). **“Observando” o Pan Rio/2007 na mídia**. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2009. p. 149-167.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro-11. ed. -Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HARDIN, M.; HARDIN, B. The “Superscrip” in sport media: Wheelchair athletes discuss hegemony’s disabled hero. **SOSOL: Sociology of Sport Online**, v. 7, n. 1, p. 1-14, 2004.

_____. Performance or Participation...Pluralism or Hegemony? Images of Disability and Gender in Sports ‘n Spokes Magazine. **Disability Studies Quarterly**, v. 25, n. 4, p. 1-18, 2005.

HILGEMBERG, T. Do Coitadinho ao Super-heroi Representação social dos atletas paralímpicos na mídia brasileira e portuguesa. **Ciberlegenda**, n. 30, p. 48-58, 2014.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

HOWE, P. D. Cyborg and Supercrip: The Paralympics Technology and the (Dis)empowerment of Disabled Athletes. **Sociology**, v. 45, n. 5, p. 868-882, 2011.

INTERNATIONAL PARALYMPIC COMMITTEE. **Guide to reporting on persons with an impairment**. Bonn: IPC, 2014. Disponível em: https://www.paralympic.org/sites/default/files/document/141027103527844_2014_10_31+Guide+to+reporting+on+persons+with+an+impairment.pdf

INTERNATIONAL PARALYMPIC COMMITTEE. **Strategic plan 2015 to 2018: strategic outlook for the International Paralympic Committee**. Bonn: IPC, 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KELLNER, D. A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo. **Libero**, v. 6, n. 11, p. 4-15, 2003.



LISBÔA, Mariana Mendonça. **Representações do esporte-da-mídia na cultura lúdica de crianças**. Dissertação de Mestrado - Programa de Pós-graduação em Educação Física, UFSC, 2007.

MAIGRET, Èric. **Sociologia da comunicação e das mídias**. São Paulo: Ed. Senac, 2010.

MARCHI JÚNIOR, W. “Sacando” o voleibol: do amadorismo à espetacularização da modalidade no Brasil (1970-2000). 2001. 267 f. **Tese** (Doutorado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2001.

MARQUES, R. F. R. A contribuição dos Jogos Paralímpicos para a promoção da inclusão social: o discurso midiático como um obstáculo. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, n. 108, p. 87-96, 2016.

MARQUES, R. F. R.; GUTIERREZ, G. L. **O Esporte Paralímpico no Brasil: profissionalismo, administração e classificação de atletas**. São Paulo: Phorte, 2014.

MARQUES, R. F. R. et al. A abordagem midiática sobre o esporte paralímpico: o ponto de vista de atletas brasileiros. **Movimento**, v. 20, n. 3, p. 989-1015, 2014. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/view/41955/31590>.

MARQUES, R. F. R. et al. A abordagem mediática sobre o desporto paralímpico: perspectivas de atletas portugueses. **Motricidade**, v. 11, p. 123-147, 2015.

MENDES, D. DE S. et al. A campanha #foraricardoteixeira no *Twitter*: interações sociais e debate. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, v. 35, n. 4, p. 929-946, 2013.

MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

_____. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MEZZAROBA, Cristiano; PIRES, Giovani De Lorenzi. Os jogos Pan-Americanos Rio/2007 e o agendamento midiático-esportivo: um estudo

de recepção com escolares. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, v. 33, n. 2, p. 337–355, 2011.

NOVAIS, R. A.; FIGUEIREDO, T. H. A visão bipolar do pódio: olímpicos versus paraolímpicos na mídia on-line do Brasil e de Portugal. **Logos** 33, v. 17, n. 2, p. 78–89, 2010.

PAPPOUS, A. et al. La visibilidad de la deportista paralímpica en la prensa escrita española. **Revista de Ciencias del Ejercicio**, v. 3, n. 2, p. 12–32, 2007.

PAPPOUS, A. et al. La representación mediática del deporte adaptado a la discapacidad en los medios de comunicación. **Ágora para la EF y el Deporte**, n. 9, p. 31–42, 2009.

PAPPOUS, A. S.; MARCELLINI, A.; DE LÉSÉLEUC, E. From Sydney to Beijing: the evolution of the photographic coverage of Paralympic Games in five European countries. **Sport in Society**, v. 14, n. 3, p. 345–354, 2011.

PAPPOUS, A.; SOUZA, D. L. DE. **Guia para a mídia: Como cobrir os Jogos Paralímpicos Rio 2016**, 2016. Disponível em: <https://static.kent.ac.uk/media/news/2016/05/GUIA-paralimpicos.pdf>

PEREIRA, R. S. et al. Luzes, câmeras, ação: enquadrando a cerimônia de abertura dos Jogos Olímpicos/2012. In: PIRES, G. D. L.; LISBÔA, M. M. (Orgs.). **Quem será “mais Brasil” em Londres/2012? : enquadramentos no telejornalismo esportivo dos Jogos Olímpicos**. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2015. p. 53–72.

PIRES, G. D. L. **A Educação Física e o discurso midiático: abordagem crítico-emancipatória**. Ijuí: Unijuí, 2002.

PURDUE, D. E. J.; HOWE, P. D. Empower, inspire, achieve: (dis)empowerment and the Paralympic Games. **Disability & Society**, n. June 2015, p. 1–14, 2012.

SANTOS, S. M. Dos. Mídia, esporte e cultura esportiva: um ensaio com a teoria das mediações culturais de Jesús Martín-Barbero. **Revista Tempos e Espaços em Educação**, v. 8, n. 17, p. 175–190, 2015.



SANTOS, D. S. DOS; MEDEIROS, A. G. A. O discurso midiático e as representações sociais do esporte: o atleta como modelo de comportamento. **Pensar a prática**, v. 12, n. 3, p. 1-11, 2009.

SILVA, C. L. Da; DAOLIO, J. Experiência pedagógica: análise de anúncios publicitários junto a estudantes de Educação Física Portugueses. **Motriz. Revista de Educacao Fisica**, v. 15, n. 2, p. 449-457, 2009.

SILVA, C. F.; HOWE, P. D. The (In)validity of Supercrip Representation of Paralympian Athletes. **Journal of Sport & Social Issues**, v. 36, n. 2, p. 174-194, 2012.

SOUZA, D. L. De; PAPPOUS, S. Legados esportivos de megaeventos esportivos: uma revisão da literatura. **Motrivivência**, ano XXV, n. 41, p. 42-56, dez./2013.

THOMAS, N.; SMITH, A. Preoccupied with able-bodiedness? An analysis of the British media coverage of the 2000 Paralympic Games. **Adapted Physical Activity Quarterly**, v. 20, n. 2, p. 166-181, 2003.

TYNEDAL, J.; WOLBRING, G. Paralympics and Its Athletes Through the Lens of the New York Times. **Sports**, v. 1, n. 1, p. 13-36, 2013.

VIDAL, Delcia M.M. Imprensa, jornalismo e interesse público: perspectivas de renovação – a notícia cidadã. 2009. 221f. Doutorado em Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade de Brasília, Brasília. 2009

WOTRICH, Laura, SILVA, Renata C. da; RONSINI, Veneza M. A perspectiva das mediações de Jesús MartínBarbero no estudo de recepção da telenovela. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba, PR. **Anais eletrônicos XXXII Intercom**. Curitiba: Universidade Positivo, 2009

ZHAO, B. H. The representation of disabled athletes in the Chinese and UK press during Beijing 2008: A comparison. **Sport & Society**, p. 1-6, 2008.

ZOBOLI, F. et al. Um Olímpico Paraolímpico: uma análise midiática da participação de Oscar Pistorius nas Olimpíadas de Londres 2012. In: MEZZARROBA, C. et al. (Orgs.). **As Olimpíadas e as Paraolimpíadas**