

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/301348908>

A visão bipolar do pódio: olímpicos versus paraolímpicos na mídia on-line do Brasil e de Portugal

Article · January 2010

CITATION

1

READS

8

2 authors, including:



Tatiane Figueiredo

Rio de Janeiro State University

5 PUBLICATIONS 1 CITATION

SEE PROFILE

A visão bipolar do pódio: olímpicos versus paraolímpicos na mídia on-line do Brasil e de Portugal

*The bipolar view of the podium: Olympic versus
Paralympic in online media in Brazil and Portugal*

Rui Alexandre Novais | rualais@gmail.com

Doutor pela Universidade de Kent e Prof. Auxiliar Convidado da Secção Autónoma de Ciências da Comunicação, e membro da comissão científica do Mestrado em Comunicação e Desporto da Universidade do Porto, e Investigador Associado do 'Europe at the World Centre' da Universidade de Liverpool.

Tatiane Hilgemberg Figueiredo | tatianehilgemberg@gmail.com

Licenciada pela Faculdade de Comunicação Social da UFJF, a concluir o Mestrado em Ciências da Comunicação promovido pela Universidade do Porto subordinado ao tema, "O valor do atleta com deficiência nos media portugueses".

Resumo

Este artigo tem como objetivo validar se os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos são retratados de forma diferente pela mídia online, com esse fim, o estudo compara os principais momentos de glória Olímpicos e Paraolímpicos de Pequim 2008 conforme retratados pela imprensa online Brasileira e Portuguesa: as medalhas de ouros Maureen Maggi e Daniel Dias (Brasil); Nelson Évora e João Paulo Fernandes (Portugal).

Palavras-chave: Olimpíadas; Paraolimpíadas; Mídia Online

Abstract

This article aims to validate whether Olympics and Paralympics events are given a diverse news treatment by the online media. To that end, it compares the main moments of glory of the Beijing 2008 games as conveyed by the Portuguese and Brazilian online media: the gold medals of Maureen Maggi and Daniel Dias (representing Brazil) against similar achievements of Nelson Évora and João Paulo Fernandes (belonging to the Portuguese national team).

Keywords: Olympic; Paralympics; Online Media.

Introdução

Destarte a aspiração de elevar os Jogos Paraolímpicos ao estatuto dos Jogos Olímpicos, as Paraolimpíadas ainda assumem na actualidade apenas um lugar secundário enquanto esportivo do mundo (tanto em número de atletas e países participantes), e não raro, são vistas somente como um espetáculo complementar das Olimpíadas. (Kell, Kell e Price, 2008). De facto, estudos anteriores atestam que a quantidade e a qualidade da cobertura noticiosa dos Jogos Paraolímpicos nos mídia tradicionais se encontravam abaixo dos padrões olímpicos e, geralmente, os atletas com deficiência eram representados de forma estereotipada e irreal (Schantz e Gilbert, 2001; Schell e Duncan, 1999; e Thomas e Smith, 2003).

No entanto, o recente advento da internet e a propalada revolução que os defensores do determinismo tecnológico autoproclamaram que daí resultaria, originaram dúvidas sobre o verdadeiro impacto em termos da relação simbiótica entre a mídia e o esporte. Acima de tudo, suscitou a curiosidade no sentido de perceber se os novos mídia constituiriam um corte radical com o passado, em virtude dos seus antecessores terem historicamente servido para reforçar definições estereotipadas.

Neste contexto, o presente trabalho tem por finalidade verificar a existência de diferenças nacionais tanto a nível da quantidade da cobertura como da orientação do tratamento noticioso na web entre as recentes Olimpíadas e as Paraolimpíadas de Pequim, bem como aferir, a persistência da propagação dos estereótipos da mídia tradicional. Para tal, propõe a comparação da cobertura jornalística online dos atletas olímpicos e paraolímpicos brasileiros e portugueses medalhados nos Jogos de 2008 em Pequim.

O endeusamento dos atletas olímpicos vs a perpetuação de estigmas dos paratletas

No âmbito do presente estudo, interessa-nos os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos enquanto espetáculos esportivos mediáticos e não tanto a faceta da competição ou do confronto de atletas vindo de todo o mundo realizado sob o signo de ideais universalistas. Desse modo, centraremos o nosso foco analítico no referencial oculto subjacente a esses eventos, aquele em que as representações desses espetáculos são divulgadas pela mídia (Bourdieu, 1997). Tal abordagem em parte justifica-se pela tendência acentuada dos eventos esportivos se transformarem paulatinamente em megaespetáculos, assistidos por milhões de pessoas em todo o mundo, mobilizando milhares de profissionais de mídia, responsáveis por mostrar o que se passa nos dias de competição.

Constituindo histórias dentro desse espectáculo, atletas que realizam performances acima da média por norma merecem o destaque mediático, se bem que de forma diametralmente oposta em função da natureza da competição conforme se comprovará. Por um lado, os vencedores das Olimpíadas que se convertem em verdadeiros deuses do Olimpo, ídolos, heróis venerados. Pilotto (2007), assevera que o processo de fabricação desses ídolos esportivos “envolve

publicação sistemática de artigos, textos publicitários, narração de jogos, comentários de especialistas, etc que põe em destaque qualidades e atributos distintos desses sujeitos e que os configuram como especiais” (PILOTTO, 2007, 02).

Tal construção do mito olímpico pela mídia, contudo, costuma assumir duas facetas distintas na literatura: o do exemplo a emular e o do atleta inatingível. Mais concretamente, no que concerne o primeiro, as “suas habilidades são realçadas, valorizadas, transmitidas como ideais a serem atingidos como possíveis a qualquer homem” (FERREIRA e COSTA, 2002, 282), sendo que o vitorioso de uma disputa esportiva é quase sempre visto como um modelo a ser seguido (CAMARGO, 2002). Já no que diz respeito ao segundo, o ídolo é frequentemente apresentado ao público como alguém que tem um dom, um mérito e competência pessoais, como se não existissem relações de poder, como se houvesse uma disposição genética que só permitisse que se torne ídolo quem é dotado de um atributo especial. (PILOTTO, 2007).

Fenômeno dissimilar, por outro lado, ocorre com os atletas portadores de deficiência. De facto, estudos anteriores (Schantz e Gilbert, 2001; Schell e Duncan, 1999; e Thomas e Smith, 2003) - centrados em Jogos Paralímpicos distintos (1996 e 2000) e tomando por base universos mediáticos diferenciados (norte-americana, britânica, francesa e alemã) - revelaram que a mídia tradicional tende a descrever as performances dos atletas com deficiência de forma relativamente consistente com o modelo médico. Dito de outra forma, estes atletas tendem a ser retratados como “vítimas” ou, em alternativa, como pessoas “corajosas” que “superaram” o próprio “sofrimento” da deficiência para participar em um evento esportivo. Este último estereótipo – o do super-herói - deixa a impressão de que a pessoa com deficiência para se ajustar terá de fazer algo extraordinário ou realizar um esforço heróico para compensar a sua limitação (SCHELL e DUNCAN, 1999).

A mídia faz com que as pessoas tenham compaixão por esses paratletas, uma vez que, segundo a imprensa, eles são “símbolos de superação”. No entanto, como postula Moura (1993), tanto o olhar de piedade quanto o de admiração partem de um único princípio: o preconceito. Os paratletas que se destacam “em condições de competitividade” complementa o mesmo autor,

são de certa forma vistos publicamente como elementos não humanos: um pela sua história e seu modo precário de vida, como elemento sub-humano, o outro pelo inverso da mesma moeda – da deficiência – como um super-humano. (MOURA, 1993, 46).

O advento dos novos mídia e as resultantes implicações em torno da produção, conteúdo e consumo suscitaram questões acerca da construção de identidades culturais e sociais, em geral, e do papel do jornalismo na representação dos atletas com deficiência, em particular que indicariam uma verdadeira revolução e um contraste assinalável com o passado. O presente estudo, contudo, assenta na expectativa de que os novos mídia não constituirão uma mudança paradigmática na cobertura quer das Paraolimpíadas quer dos atletas com deficiência que nelas participam.

Tomando por base os pressupostos acima enunciados, e socorrendo-se de um exercício comparativo do tratamento noticioso na web portuguesa e brasileira das recentes Olimpíadas e as Paraolimpíadas de Pequim, a investigação pretende apreciar e validar as seguintes hipóteses:

H1) O número de artigos relacionados aos atletas olímpicos será maior em ambos os países.

H2) Os temas recorrentes nos artigos relacionados aos atletas olímpicos tenderão a magnificar o feito.

H3) Os temas referentes aos atletas paraolímpicos irão banalizar a vitória.

H4) Os atletas olímpicos serão enquadrados de forma a transformá-los em mitos nacionais.

H5) Os paratletas serão retratados como coitadinhos e super-heróis (*super-crip*).

Material e métodos

Para consecução deste estudo, foi realizada uma análise de conteúdo quantitativa e qualitativa dos textos jornalísticos de quatro destacados sites noticiosos, a saber: os brasileiros Globo.com e Universo Online; e os portugueses Diário Digital e Expresso Online. A escolha se baseou na popularidade dos referidos meios nos respectivos países. Da mesma forma foram selecionados um atleta olímpico e um atleta paraolímpico, medalhados, de cada país, tendo a nossa escolha recaído sobre os brasileiros Maurren Maggi (salto em comprimento) e Daniel Dias (natação), e os portugueses Nelson Évora (salto triplo) e João Paulo Fernandes (boccia), devido as significativas conquistas destes atletas nos Jogos de Pequim/08.

Os períodos selecionados visavam abranger a conquista da medalha (ou medalhas no caso Paraolímpico) e repercussões imediatas. Assim sendo, foram analisados os sites brasileiros de 22 a 26 de Agosto de 2008 (Maurren Maggi), de 7 a 12 de Setembro (Daniel Dias). No que concerne os sites portugueses, os períodos compreenderam 21 a 26 de Agosto relativos a Nelson Évora e de 9 a 18 de Setembro referentes a João Paulo Fernandes.

Enquanto a análise quantitativa permitiu aferir a frequência e intensidade da cobertura de cada um dos episódios e dessa forma validar a primeira das hipóteses formuladas, já a análise de teor qualitativo realizada de modo a verificar os temas recorrentes na cobertura dos medalhados; e também a forma como cada atleta foi enquadrado pela media com particular ênfase na terminologia utilizada pela mídia, possibilitou evidência empírica de suporte para as restantes hipóteses de investigação. A opção por tal método qualitativo teve por base o pressuposto de que abordagem e a terminologia utilizada pelos meios de comunicação reflectem na interpretação da sociedade sobre os principais temas de interesse colectivo. Se a informação não é cuidada, acaba reforçando estigmas e posturas preconceituosas transmitidas culturalmente, que podem significar, no mínimo, um empecilho à evolução e ao desenvolvimento social.

Mais concretamente, na análise temática foi levado em conta o tópico ou assunto central conforme o conteúdo constante no título, e com as informações presentes no lide. Tal escolha residuiu no fato de que as notícias produzidas no âmbito do ciberjornalismo tendem, muitas vezes, a remeter a produções anteriores do próprio site, através de intertítulos. Apesar de ser uma plataforma jornalística diferente e das especificidades propostas para o ciberjornalismo, na verdade muito do conteúdo online ainda se baseia na estrutura tradicional da pirâmide invertida, a saber os fatos mais importantes encontram-se no lide, e o título por norma enuncia a sequência.

De uma análise preliminar do material em estudo, emergiram as categorias temáticas encontradas que se circunscreveram à enunciação dos resultados, a comemoração, os bastidores da vitória, e a relação dos atletas com familiares, técnico, amigos etc. a que chamaremos de ‘relação com circundantes’. Concomitantemente pudemos localizar e categorizar todas as terminologias utilizadas para se referir aos atletas dividindo-as posteriormente em *clusters* ou sub-grupos, a saber: ‘Genéricas’, que incluem nome do(a) atleta, esporte no qual compete, nacionalidade; ‘Relacionadas à vitória’, onde se inserem termos como medalhados/medalhistas e campeões; ‘Relacionadas às características do atleta’, relacionados às características físicas ou psicológicas.

Por fim, e ainda no âmbito da terminologia, foram igualmente identificadas e analisadas todas as palavras, expressões e frases que se mostrarem relevantes para o estudo de estereótipos, tais como “lapidar diamante”, “herói”, “maior/grande atleta”, “não acreditou”, “dependente de terceiros/outros”, “dificuldades”. Essas unidades de análise serão, a seguir, agrupadas em categorias de sentido a saber, estereótipos que reforçam baixas expectativas, onde esperamos encontrar o coitadinho e super-herói, no caso dos paraolímpicos, já no caso dos olímpicos tentaremos verificar a não existência desses estigmas, uma vez que ao atingirem a vitória são considerados quase-deuses; e estereótipos que reforçam altas expectativas, como favoritismo, esperança de medalha, e ênfase da vitória.

Resultados

Os quatro sites examinados publicaram um total de 113 notícias, referentes tanto aos atletas olímpicos quanto aos paraolímpicos de Brasil e Portugal, no período analisado. (Ver Quadro 1). Do total, cerca de 73% referiam-se aos atletas olímpicos e os restantes 27% aos paraolímpicos.

	Brasil		Portugal	
	Globo.com	UOL	Diário Digital	Expresso Online
Atletas Olímpicos	38	12	16	16
Atletas Paraolímpicos	11	9	3	8

Quadro 1: Número total de matérias

Analisando separadamente cada país, percebemos que, no Brasil, 71%

das matérias relacionavam-se a Maurren Maggi, enquanto 29% referiam-se ao atleta paraolímpico Daniel Dias. Em Portugal a situação é semelhante, 74% das notícias analisadas neste país, referiam-se ao olímpico Nelson Évora, e apenas 26% noticiam João Paulo Fernandes. O que ressalta desde logo deste primeiro parâmetro analítico é o maior tempo de antena concedido em ambos os países aos atletas olímpicos em detrimento aos paraolímpicos. É importante ainda ressaltar, que tal atenção mediática não é proporcional às consecucções dos atletas, dado que enquanto tanto Nelson Évora quanto Maurren Maggi conquistaram apenas 1 medalha, no caso dos paraolímpicos Daniel Dias terminou o evento com oito, e João Paulo Fernandes com duas.

É de se notar também o fato de que apesar de em ambos os países o número de artigos referentes aos Jogos Paraolímpicos ser muito inferior, quando analisados isoladamente os sites noticiosos brasileiros foram responsáveis pela maioria (65%) das matérias relativas a este evento. O maior incentivo dado ao desporto adaptado neste país, inclusive com a existência, já há 14 anos, de um sólido Comitê Paraolímpico Brasileiro (CPB), pode constituir um factor explicativo da preponderância da imprensa brasileira. Para ilustrar, lembramos que em Atenas/04, com a finalidade de que o movimento paraolímpico tivesse ampla divulgação e maior valorização, o CPB, contratou a produtora de vídeo Íntegra Produções para captar, editar e transmitir gratuitamente imagens dos jogos de Atenas, para as emissoras brasileiras interessadas. Além disso, oito emissoras¹ foram convidadas pelo Comitê para cobrirem a competição; outros doze veículos² também foram convidados. Já em Portugal a mesma instituição foi recentemente fundada em setembro de 2008 e, por conseguinte, com uma estratégia de implantação ainda menos consolidada.

Contudo, apesar de quantitativamente os sites brasileiros darem maior visibilidade aos paraolímpicos (comparativamente aos portugueses), os lusos apresentam maior diversidade de temas. A totalidade da temática noticiosa brasileira referente a Daniel Dias (atleta paraolímpico) cingiu-se aos resultados. Já os sites portugueses, embora também privilegiando o foco temático dos resultados (64%) , não descuraram a relação do atleta com técnico, família e amigos (18%) bem como outros temas relacionados com a comemoração da vitória (18%).

Curiosamente, verifica-se precisamente o inverso em termos da diversidade temática dos atletas olímpicos (ver Gráficos 1 e 2): maior diversidade (oito temáticas) nos sites brasileiros do que nos sites portugueses (cinco). Sendo digno de destaque neste capítulo, a forte presença de matérias sobre os bastidores da vitória (37% no Brasil e 47% em Portugal), reforçando a ideia de Ferreira e Costa (2002) de que os feitos dos atletas permanecem na mídia, a fim de se valorizar suas habilidades, transmitidas como ideais a serem seguidos. Isso porque “(...) a dramatização de um fato é, frequentemente, mais importante do que o fato em si na compreensão dos princípios que norteiam o imaginário coletivo” (HELAL, 2001, 149).

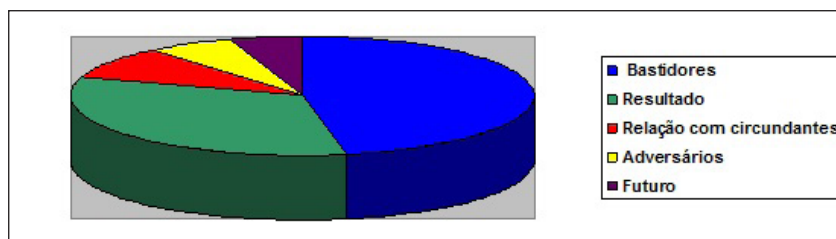


Gráfico 1: Temáticas presentes nos sites brasileiros referentes a atleta olímpica Maurren Maggi

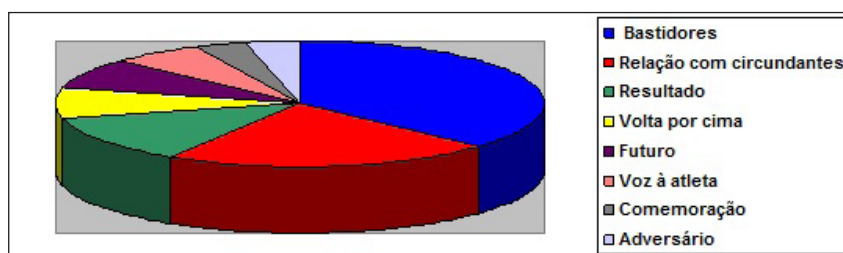


Gráfico 2: Temáticas presentes nos sites portugueses referentes ao atleta olímpico Nelson Évora

De acordo com Helal (2001), um fenómeno de massa não pode se sustentar sem a presença de ídolos e heróis. É por este motivo, que a conquista dos atletas olímpicos é magnificada, e porque não dizer “heroificada” pela mídia. Já as informações acerca dos atletas paraolímpicos, em ambos os países, ficam restritas ao resultado, banalizando a vitória.

No que concerne os enquadramentos terminológicos, os resultados evidenciaram que nos dois países, e em ambos os eventos analisados, os termos *Genéricos* são massivamente utilizados em detrimentos dos outros dois géneros: 95% nas Paraolimpíadas, e 89% nas Olimpíadas; 91% no Brasil, e 88% em Portugal. Os termos *Relacionados à vitória*, contudo, foram mais presentes nos artigos referentes aos atletas olímpicos em ambos os países (3% Jogos Paraolímpicos, e 11% nos Olímpicos). Cabe ainda ressaltar um dado interessante relativamente aos termos *Relacionados às características do atleta*, uma vez que apenas uma unidade de análise foi coletada neste género. O site luso Diário Digital publicou o termo “atleta com deficiência” ao se referir a João Paulo Fernandes, e em nenhum outro momento surgiram termos correlatos, tais como olímpico ou paraolímpico.

Dessa forma observamos que a maior presença de termos genéricos e a quase ausência de termos relacionados à deficiência, pode ser revelador da exigência jornalística da neutralidade ou, em alternativa, pode indiciar a existência de uma conscientização por parte de jornais e jornalistas de que a terminologia utilizada, relativamente às pessoas com deficiência, pode reflectir e influenciar as atitudes em torno das mesmas, criando e/ou perpetuando estereótipos. (Novais e Hilgemberg, 2009; Auslander e Gold, 1999). Mesmo assim a fraca utilização de termos relativos à vitória mostra a baixa expectativa da sociedade, e dos jornalistas, em relação aos atletas com deficiência.

Conforme anteriormente enunciado, neste estudo dividimos os estereótipos em dois tipos, os que *Reforçam baixas expectativas*, e os que *Reforçam altas expectativas*. Nas matérias referentes aos atletas olímpicos 100% dos estereótipos encontrados reforçavam altas expectativas. Dessa forma tanto em Portugal quanto no Brasil, os campeões olímpicos são cultuados e suas características realçadas. No site luso Diário Digital encontramos expressões e frases referente a Nelson Évora como, “Sempre muito bem disposto, bom amigo, e muito humilde” (21/08/2008), o treinador teve apenas que “lapidar um diamante” (21/08/2008); no mesmo sentido o site Expresso, apresenta Évora como um “grande atleta” (23/08/2008), e o inclui na “galeria de heróis” (22/08/2008) portugueses.

No Brasil, o site Globo.com, magnifica o feito de Maurren Maggi, “(...) melhor atleta de todos os tempos” (22/08/2008); “(...) o Brasil nunca teve atleta igual” (22/08/2008), o que é também reforçado pelo site UOL, “(...) é a maior atleta brasileira de todos os tempos” (22/08/2008).

O mesmo não se observa nas matérias referentes aos atletas paraolímpicos, em que 64% reforçavam baixas expectativas, e apenas 36% reforçavam altas expectativas, comprovando estudos anteriores (Thomas e Smith, 2003; Schell e Duncan, 1999; Schell e Rodriguez, 2001; Kama, 2004). Neste ponto porém, faz-se notar as diferenças culturais entre Brasil e Portugal.

O país luso toca nos extremos apresentando tanto a maior parte as matérias que reforçam as baixas expectativas (67%), como a menor quantidade de referências que reforçam as altas expectativas (20%). Os estereótipos relacionados ao atleta João Paulo Fernandes prendem-se fundamentalmente ao arquétipo de coitadinho e fardo, “(...) é muito difícil ter o atleta paralímpico a treinar” (Diário Digital, 10/09/2008), “(...) agora têm sido difíceis os treinos, temos passado por fases difíceis, o João tem andado bastante nervoso” (Diário Digital, 10/09/2008); “Tem carro dele, mas (...) depende de terceiro para conduzir” (Expresso, 09/09/2008), “(...) fico eu (a mãe do atleta) com o João, sozinha, a lutar” (Expresso, 09/09/2008).

Os sites brasileiros não apresentaram o estereótipo de coitadinho de forma explícita, contudo as baixas expectativas presentes nos textos, como “Não estipulou objetivos (...)”, “Não acreditou no seu feito (...)”(UOL, 07/09/2008); “Não foi fácil conquistar a medalha (...)”(Globo.com, 07/09/2008), evidenciam a banalização da conquista.

Contudo, a maior parte da cobertura brasileira apresentou um reforço das altas expectativas, ao retratar o atleta paraolímpico como favorito ao ouro. “Garoto de ouro do Brasil” (Globo.com, 10/09/2008), “(...) estrela da natação brasileira” (Globo.com, 11/09/2008); “Favorito disparado ao ouro (...)”(UOL, 07/09/2008). Contrariando a ideia de Hilgemberg e Guerra (2006) de que nos Jogos Paraolímpicos não há favoritos ao pódio, nem mesmo depósito de confiança e esperança nas atividades esportivas desses atletas.

Discussão dos resultados

Com este estudo tentamos verificar a existência de diferenças nacionais tanto a nível da quantidade da cobertura como da orientação do tratamento noticioso na web entre as recentes Olimpíadas e as Paraolimpíadas de Pequim. Acima de tudo, pretendíamos validar a expectativa inicial relativa à continuidade da propagação dos estereótipos da mídia tradicional nos novos suportes electrónicos. Nesse sentido enunciamos um conjunto de hipóteses que guiaram nosso trabalho e cuja consideração importa agora retomar.

Os dados quantitativos recolhidos foram suficientes para confirmar a primeira hipótese, *O número de artigos relacionados aos atletas olímpicos foi consideravelmente superior em ambos os países*. Para a coordenadora de comunicação do Comitê Paraolímpico Brasileiro, Gisliene Hesse, a explicação para tal reside no fato de que as Olimpíadas ainda se sobressaem pela tradição e maior desenvolvimento (Brasil Paraolímpico, 2003). A maior importância ainda conferida aos Jogos Olímpicos em detrimento dos Paraolímpicos é também o argumento aduzido por Kell, Kell e Price (2008), para quem os Jogos Paraolímpicos são vistos como um evento paralelo às Olimpíadas, dando àquele um valor de não mais do que um show deixado de lado. Este paralelismo dá a ideia de que não importa o quanto a performance do atleta paraolímpico seja de alto nível, eles nunca poderão competir nas Olimpíadas. Fica então comprovado que enquanto os Jogos Olímpicos são divulgados à exaustão, os Jogos Paraolímpicos ficam relegados a uma ínfima cobertura jornalística.

Notamos que os temas apresentados enquadravam a vitória de olímpicos de forma a *magnificar-lhes o feito*, através de uma *cobertura que cria imagem de deuses* que atingiram conquistas extraordinárias, desta forma comprovando a segunda e quarta hipóteses. Pierre Bourdieu (1997) constata que os jornalistas e os demais profissionais de mídia procuram sempre por atletas capazes de satisfazer o orgulho nacional, transformando eventos como as Olimpíadas em jogos de campeões e apresentando ao público os momentos e imagens que denotem a bravura, coragem e espírito de luta ou então a vontade de vencer do mito. Este fenómeno também é consentâneo com a lógica da indústria cultural, dado que um dos elementos importantes na produção da identidade cultural é justamente o do ídolo esportivo.

Em claro contraste com a mistificação dos atletas olímpicos *o sucesso dos atletas paraolímpicos foi banalizado* pela mídia conforme antecipado na hipótese três. A ênfase quase exclusiva nos resultados, corrobora a conclusão de Thomas e Smith (2003), segundo a qual a cobertura midiática de desporto adaptado muitas vezes restringe-se principalmente na performance e sucesso dos atletas com deficiência, enfatizando o significado de recordes, medalhas e tempos, com muito pouco, ou nenhum, comentário sobre a experiência dos atletas, repercussão da medalha e bastidores. Certamente, tal afirmativa parece sugerir que, de fato, a cobertura midiática dos atletas com deficiência, tende a trivializar suas performances e conquistas, e perpetuar ainda mais o modelo médico, que concebe a deficiência como um produto meramente biológico, e, portanto os problemas que as pessoas com deficiência enfrentam são resultado

de suas limitações físicas e/ou mentais, nada tendo a ver com elementos socio-culturais, ou com o ambiente físico e político (BRITTAIN, 2004).

Por fim, ao contrário dos elementos frequentes na cobertura que confirmam o enquadramento mitológico dos atletas olímpicos, no caso dos paratletas se verifica a co-existência do estereótipo de coitadinho/fardo com o do super-herói confirmando a última hipótese deste estudo. De facto, a descrição dos paratletas alterna entre momentos em que apenas a deficiência está em evidência o indivíduo é visto como coitadinho, mas ao se transformar em atleta de alto nível, recordista mundial, medalhista paraolímpico, o portador de deficiência é o herói, que superou suas próprias dificuldades. Tal constatação é consentânea com os resultados de Calvo (2001) que concluiu que para além de exíguas, as representações midiáticas das pessoas com deficiência, transmitem, frequentemente, a imagem do incapacitado que não consegue solucionar seus problemas, ou então a do “super-herói”, com algumas capacidades mais desenvolvidas em detrimento de outras, acabando por reforçar estereótipos, estigmas e posturas preconceituosas.

Em termos das implicações destes resultados, ressalta desde logo a ideia de que a diferenciação que os meios de comunicação fazem entre as Olimpíadas e as Paraolimpíadas constitui um exemplo emblemático da forma persistente como a mídia, enquanto reflexo da sociedade (ou o inverso), constrói uma realidade para ser consumida pelo público ou que vai de encontro às expectativas da audiência. De alguma forma o presente estudo é revelador ou coincide com o conceito ainda prevalecente na sociedade estabelece que o bom desempenho de deficientes se dá como uma compensação da deficiência, ou seja, as pessoas não portadoras de deficiência, quando bem sucedidas em seus empreendimentos, alcançariam o sucesso pelo talento ou pela inteligência; enquanto que os portadores de deficiência o teriam feito pela necessidade de compensar o ‘mal’ que os aflige (MARQUES, 2001a).

Na realidade, as conclusões da nossa análise corroboram estudos anteriores que mostraram que a cobertura midiática de eventos esportivos adaptados, reforçam o estereótipo do coitadinho ao retratar as pessoas com deficiência inadequadas, incapazes de preencher as normas e expectativas culturais (BRITTAIN, 2004), algo que complementa o processo de objetificação da pessoa com deficiência, em que estes indivíduos se tornam a personificação de suas deficiências (KAMA, 2004). Ao tratar a questão da deficiência dessa forma, a mídia reforça a visão pública da deficiência que tende a marginalizar os paratletas a ponto de não serem considerados completamente humanos (GOFFMAN, 1980) e contribui para a consolidação da ideia de anormalidade e de afastamento do padrão estabelecido como bom e desejável (MARQUES, 2001b). Consequentemente, a existência das pessoas com deficiência fica dependente de sentimentos de penas que causam àqueles que os circulam. Contudo, de acordo com Shell e Duncan (1999) os atletas, de alto nível, com deficiência preferem o respeito à simpatia, querem admiração por suas habilidades, não condolência por sua deficiência, desejam reconhecimentos por seus feitos ao invés de servir de símbolo de superação.

Em suma, nossos resultados mostraram uma midiatização diferenciada de ambos os eventos estudados privilegiando os Jogos Olímpicos e os respectivos atletas. Da mesma forma, a cobertura midiática das Paraolimpíadas é diferente nos países analisados, apesar da semelhança na tendência generalizada para a estereotipização dos atletas Paraolímpicos de forma negativa reforçando a posição paradigmática de que não são um evento real e de alto rendimento. Baseado nos resultados deste estudo comparativo, é avançado o argumento de que os novos mídia ao invés de constituírem uma mudança paradigmática na cobertura quer das Paraolimpíadas quer dos atletas com deficiência que nelas participam, representam antes a continuidade. Ao se analisar a atuação da mídia no sistema de representações e discursos referentes ao paratleta, nas versões online tal como no suporte impresso dos mídia em análise, mostrar a deficiência só dá “ibope” se for em situações que explicitem o “exótico-humano”, permeados por subjetividades e não raro reforçando preconceitos e estereótipos.

Notas

¹ Rede TV, Record, TVE, TV Nacional, Sport TV, Rede Gazeta, NSB e Rede Bandeirantes.

² Rádio Eldorado, Rádio CBN, Folha de São Paulo, Jornal da Tarde, Lance!, Estado de Minas, Diário de Pernambuco, Tribuna do Norte, Jornal de Brasília, O Dia, O Globo e o portal UOL.

Referências Bibliográficas

- BRITTAIN, Ian. *Perceptions of disability and their impact upon involvement in sport for people with disabilities at all levels*. Journal of Sports & Social Issues, v. 28, n. 4, 429-452, 2004.
- FERREIRA, Nilda Tevês; COSTA, Vera L. M. *O imaginários dos atletas olímpicos brasileiros: a dança de Apolo e Dionísio*, in: TURINI, Marcio; COSTA, Lamartine Pereira da (Editores). Coletânea de textos em estudos olímpico. Rio de Janeiro: Gama Filho, v. 2, 281-289, 2002.
- HELAL, Ronaldo. *Mídia, construção da derrota e o mito do herói*, In: HELAL, R; SOARES, A.J.; LOVISOLO, H. *Mídia, raça e idolatria: a invenção do país do futebol*. Rio de Janeiro: Mauad, 149-164, 2001.
- KAMA, A. *Supercrip versus the pitiful handicapped: reception of disabling images by disabled audience members*. Communications, v. 29, 447-466, 2004.
- KELL, P., KELL, M.; PRICE, N. *Two games and one movement? The Paralympics and the Olympic movement*, in Kell, P, Vialle, W, Konza, D and Vogl, G (eds), *Learning and the learner: exploring learning for new times*, University of Wollongong, 2008. Disponível em <http://ro.uow.edu.au/edupapers/37>. Acesso em 16 Abr. 2009
- MOURA, Luis Celso Marcondes de. *A deficiência nossa de cada dia: de coitadinho a super-herói*. São Paulo: Iglu, 1993.
- PILOTTO, Fátima Maria. *A fabricação de ídolos esportivos*, Revista Brasileira de Educação, n.23, Rio de Janeiro, maio/agosto, 2007. Disponível em <http://www.anped.org.br/reunioes/23/textos/1613t.PDF>. Acesso em 02 Maio 2009
- SCHANTZ, O.; GILBERT, K. *An Ideal Misconstrued: Newspaper coverage of the Atlanta Paralympic Games in France and Germany*, Sociology of Sport Journal, 18, 69-94, 2001.
- SHELL, L.; DUNCAN, M. A. *Content Analysis of CBS's Coverage of the 1996 Paralympic Games*, Adapted Physical Activity Quarterly, 16, 27-47, 1999.
- THOMAS, N.; SMITH, A. *Preoccupied with able-bodiedness? An analysis of the 2002 Manchester Commonwealth Games: an exploratory analysis of British newspaper coverage*, Sport Education and Society, 10, 49-67, 2003.