

O NÃO AGENDAMENTO JORNALÍSTICO DE EVENTOS PARAESPORTIVOS E A IMPORTÂNCIA DE O JORNALISMO TRATAR DESTA QUESTÃO NO BRASIL

INGRID MACHADO D'AVILA¹; RICARDO ZIMMERMANN FIEGENBAUM²

¹Universidade Federal de Pelotas – ingrid.mdavila@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – ricardozifi@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Existe uma disparidade na forma como a mídia noticia os acontecimentos de competições paraesportivas e das demais competições. Essa disparidade é desfavorável ao paraesporte, que envolve atletas com deficiência. A noticiabilidade dos eventos paraesportivos revela-se muito menor do que a importância do papel que o paraesporte desempenha na sociedade como um todo.

Entre as razões para esse déficit de informação está o modo como a mídia determina o que deve ser noticiado ou não, escolhendo os temas que ela considera relevantes para integrar a agenda de debates da sociedade, conforme explicita a Teoria do Agendamento ou *Agenda Setting*.

Neste estudo, voltou-se para a V edição dos Jogos Parapan-Americanos, realizados em Toronto, no Canadá, de 7 a 15 de agosto de 2015, logo após a XVII edição dos Jogos Pan-Americanos, ocorrida de 10 a 26 de julho do mesmo ano.

As várias modalidades da competição Pan-Americana foram transmitidas e acompanhadas de perto pela grande mídia brasileira. No entanto, o Parapan que começou logo em seguida não obteve a mesma atenção. O Parapan é o segundo maior evento multiesportivo para atletas com deficiência, ficando atrás apenas dos Jogos Paraolímpicos.

O detalhe de maior destaque foi o desempenho brasileiro na competição paraesportiva, que ultrapassou significativamente o resultado do país no Pan-Americano. O desempenho dos atletas e suas conquistas repercutiram em um espaço muito pequeno na mídia em comparação com a outra competição.

Segundo Clóvis de Barros Filho (1995), a hipótese da teoria do agendamento faz com que a mídia analise, selecione e determine, dentro do leque de informações que possui, o que é interessante para a grande massa e assim agenda o que será noticiado.

Nesse sentido, a mídia funciona como aparelho ideológico de reprodução e perpetuação da ideologia dominante na sociedade. De acordo com Pedrinho Guareschi (2014), os aparelhos ideológicos fazem uso da ideologia na manutenção da sua função, como por exemplo, os meios de comunicação e a família. Eles são divididos em repressores e ideológicos.

Seu papel está em comunicar a realidade ou transformar a realidade em comunicação. Pensando por esse ponto de vista, se nada foi comunicado é porque não é real, e isso afeta diretamente a vida das pessoas. Assim, o agendamento estabelece uma determinada realidade por meio da seleção de determinados acontecimentos que são considerados pela mídia mais importantes, segundo a ideologia vigente, em detrimento de outros acontecimentos. Essa perspectiva ajuda a explicar o não agendamento paraesportivo.

2. METODOLOGIA

Na construção deste trabalho foi utilizado o método fenomenológico que busca retratar a realidade e não presumir o que seria real. Com base nessa perspectiva, foram estudados o evento (fenômeno) Parapan e a forma como ele foi representado pela mídia televisiva, especificamente pela Rede Globo através do Jornal Nacional. Inicialmente, foi feita uma análise do tempo que cada evento recebeu de espaço no noticiário e, depois, a forma como foi noticiado.

O método associado à teoria aplicada e a outros fatores foram responsáveis por desenvolver o trabalho.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise permitiu observar que a maior parte da população não tinha conhecimento sequer da existência dos Jogos Parapan-Americanos e muito menos da representação brasileira na competição.

Foi identificado que a inexistência de interesse nessas informações é consequência da interpretação midiática baseada na teoria do agendamento (*agenda setting*) que a partir da seleção do que é notícia, chega à conclusão que o paraesporte não interessa à população.

Outra forma de pensar os motivos pelos quais o paraesporte tem pouca representatividade na mídia é através do aparelho ideológico da comunicação, que é talvez um dos de maior importância, uma vez que, sua abrangência é enorme e o seu papel maior ainda. Seu ofício está em comunicar a realidade ou transformar a realidade em comunicação. Pensando por esse ponto de vista, se nada foi comunicado é porque não é real e isso afeta diretamente a vida das pessoas.

Guareschi (2014, p. 130) elucida a consequência dessa atitude “se os que possuem os meios de comunicação (e no Brasil são pouquíssimos, nem 1%) resolvem não dizer nada sobre um assunto, essa realidade deixa de existir para a maioria das pessoas”. A essa altura retornamos a teoria do agendamento, visto que, o aparelho ideológico da comunicação além de determinar a realidade, determina também a agenda de discussões.

Neste mesmo ponto que o aparelho ideológico determina a realidade e a agenda, pensando de forma radical ele determina que o paraesporte não é real, em razão de não estar nos noticiários e não ser discutido. No entanto, mesmo o paraesporte não estando em discussão da mesma forma que os outros esportes, ele existe, a importância dada a ele que é reduzida.

4. CONCLUSÕES

Foi possível entender que o paraesporte existe e envolve uma porcentagem grande de pessoas – segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o censo realizado no país em 2010 apurou que o número de deficientes no Brasil era de 45,6 milhões, o que correspondia a 23,9% da população na época – ou seja, ele interessa não só aos paraatletas como também a comunidade em que eles estão inseridos.

Então, estima-se que fazer uma cobertura melhor, voltada a essa forma de competição, envolve um público e um jornalismo esportivo mais plurais e resulta também na desenvoltura que o papel social do desporto possui na sociedade.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROS FILHO, Clóvis. **Ética na comunicação: da informação ao receptor**. São Paulo: Editora Moderna, 1995.

BURITI, Marcelo de Almeida. **Psicologia do esporte**. 2.ed. Campinas: Alínea, 2001.

FORMIGA, Fábio de Oliveira Nobre. **A evolução da hipótese do agenda-setting**. 2006, 93p. Dissertação (Pós Graduação em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2006. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/2257/3/Formiga,%20F.%20A..pdf>> Acesso em: 14 de novembro de 2015.

GUARESCHI, Pedrinho A. **Sociologia crítica: alternativas de mudança**. 64.ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf> Acesso em: 04 de novembro de 2015.

MAINENTI, Geraldo Márcio Peres. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. In: Programa de pós graduação em comunicação social, 9, 2012, Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2012, 13p. Disponível em: < <http://pucposcom-rj.com.br/wp-content/uploads/2012/12/2-Geraldo-M%C3%A1rcio-Peres-Mainenti.pdf>> Acesso em: 14 de novembro de 2015.

MCCOMBS, Maxwell E; SHAW, Donald L. **The agenda-setting function of mass media**. The public opinion quarterly. Vol. 36, No. 2. (Summer, 1972), p. 176-187. Disponível em: < https://www.unc.edu/~fbaum/teaching/PLSC541_Fall06/McCombs%20and%20Shaw%20POQ%201972.pdf> Acesso em: 27 de outubro de 2015.

MCCOMBS, Maxwell E. **The agenda-setting role of the mass media in the shaping of public opinion**. 2004. University of Texas at Austin, Austin, 2004. Disponível em: < http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/mccombs01.pdf> Acesso em: 27 de outubro de 2015.

Pan Am/Parapan Am. Disponível em: <<http://www.toronto2015.org/>> Acesso em: 04 de novembro de 2015.