

Paralimpíadas 2024

análises dos portais
Folha de S. Paulo,
Agência Brasil, CNN,
Correio Braziliense, G1
e UOL e da cobertura
jornalística e esportiva
no Instagram



Sumário

1. Introdução	04
2. Efeméride	05
3. Metodologia	05
4. Resultados	06
4.1 Dos perfis de Instagram	07
4.1.1 Cobertura de Abertura	10
4.1.2 Enquadramento de Conteúdo	11
4.1.3 Uso de Termos Capacitistas	12
4.1.4 Fontes	13
4.1.5 Post Compartilhado e Meme	14
4.2 Das reportagens coletadas	16
4.2.1 Temas predominantes	16
4.2.2 Imagens	18
5. Conclusões e discussões	18



Ficha Técnica

Pesquisa e texto

Isabela da Matta (UFMG)

Thaís de Araújo (UFPB)

Diagramação

João Lucas Macieira (UFMG)

Supervisão

Flávia Mayer (UFPB)

Regiane Garcêz (UFMG)

Pâmela Guimarães-Silva (UFMG)

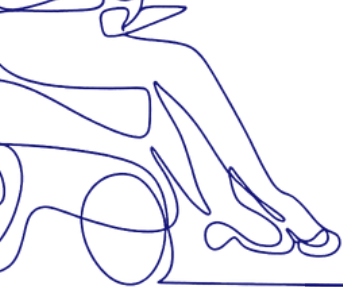
Projeto de pesquisa

*Somos Diversas - Processos comunicacionais e estratégicos sobre a
deficiência em universidades brasileiras*

Apoio



CA P E S



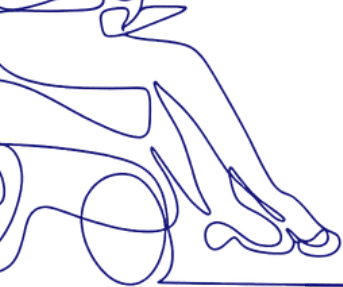
1. Introdução

Este relatório apresenta uma análise detalhada de um marco significativo para as pessoas com deficiência em 2024: as Paralimpíadas. O estudo concentra-se na cobertura do evento realizada por quinze perfis da rede social Instagram, a segunda plataforma mais utilizada pelos brasileiros, além da avaliação das divulgações feitas sobre os Jogos Paralímpicos por portais nacionais de grande alcance.

A seleção da pesquisa pelo Instagram inclui nove perfis jornalísticos — Folha de São Paulo, BBC Brasil, Brasil de Fato, CNN Brasil, Mídia Ninja, Portal R7, G1, UOL Notícias e UOL Oficial —, cinco perfis esportivos — CNN Esporte, Globo Esporte, UOL Esporte, Ninja Esporte e Cazé TV —, além do perfil oficial do Brasil Paralímpico. Além disso, foram selecionados sete grandes veículos de comunicação do Brasil: *Folha de S. Paulo*, *Agência Brasil*, *CNN*, *Correio Braziliense*, *G1* e *UOL*.

O objetivo central é compreender como esses perfis abordaram o evento e os atletas paralímpicos, com foco nos temas tratados, no enquadramento das publicações, no uso de terminologia apropriada em relação à deficiência, nas fontes consultadas e na utilização de imagens.

A análise busca identificar padrões, lacunas e boas práticas na representação midiática das Paralimpíadas, contribuindo para uma reflexão crítica sobre a cobertura de eventos esportivos inclusivos.



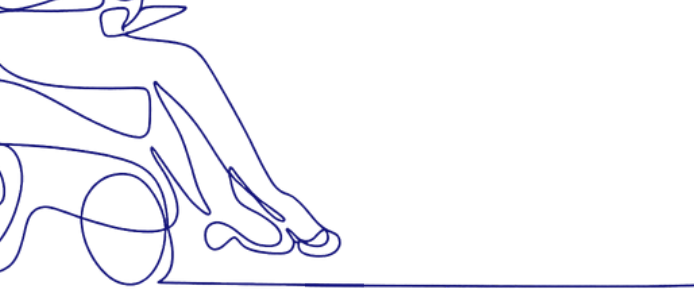
2. Efeméride

As Paralimpíadas são um evento esportivo que reúne atletas de alto rendimento que possuem deficiências físicas, motoras, intelectuais ou múltiplas. A cada quatro anos, estes atletas competem em variadas modalidades, tais como natação, vôlei sentado, goalball, futebol de cinco, atletismo, dentre muitas outras. Desde o ano de 1988, as Paralimpíadas e as Olimpíadas compartilham a mesma cidade-sede e, em 2024, ambos os eventos aconteceram em Paris, na França. De acordo com o site do Comitê Paralímpico Brasileiro, neste ano o Brasil foi representado por 280 atletas em 20 diferentes modalidades, os quais, juntos, somaram 89 medalhas, número recorde de conquistas.

3. Metodologia

A análise foi conduzida com base no método de **análise de conteúdo** que envolve uma codificação pré-estabelecida considerando diversos eixos analíticos. Em relação à análise dos perfis do *Instagram*, foram codificados os seguintes eixos:

1. **Temas abordados:** Qual o foco temático da postagem?
2. **Enquadramento do conteúdo:** Qual a perspectiva ou narrativa adotada?
3. **Termos capacitistas:** Há linguagem inadequada ou preconceituosa?
4. **Fontes usadas:** Quem foi citado ou referenciado?
5. **Uso das imagens:** Qual a função das imagens no contexto da postagem?
6. **Enquadramento das imagens:** Como as imagens foram compostas e apresentadas?
7. **Post compartilhado:** A postagem é original ou compartilhada de outro perfil?
8. **Meme:** A postagem utiliza humor ou formato de meme?



Já para a avaliação das reportagens coletadas, foi reconhecida a necessidade de readequar os eixos analíticos, visando uma análise compatível ao formato das postagens. Neste sentido, são eles:

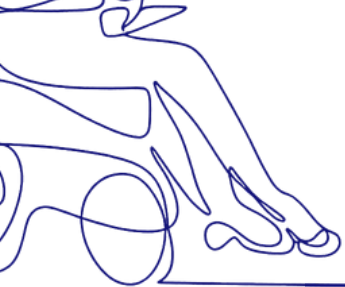
1. Tematização do evento;
2. Uso de termos capacitistas;
3. Fontes de informação utilizadas;
4. Uso de imagens;
5. Unidade informativa e foco das matérias.

A coleta destes dados foi realizada por meio de uma ferramenta de busca automatizada, desenvolvida para selecionar postagens relacionadas aos eventos em questão por meio de palavras-chave. Assim, o termo utilizado para esta pesquisa foi “Paralimpíadas”. O período de análise abrangeu os meses de agosto a setembro de 2024.

4. Resultados

No total, foram coletados **2.512 posts** de 15 perfis do *Instagram*, os quais foram divididos de acordo com a natureza da página. Em relação às postagens, a coleta de dados resultou em **201 reportagens para as Paralimpíadas**.

Para uma melhor compreensão dos resultados encontrados, é necessário delimitar as particularidades encontradas na análise dos perfis do Instagram e na avaliação das reportagens recolhidas nos portais selecionados.



4.1 Dos perfis no Instagram

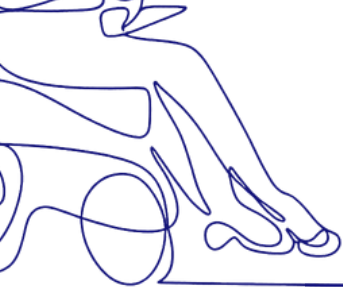
Essa seleção dos perfis no Instagram buscou garantir uma amostra diversificada e representativa da cobertura das Paralimpíadas, abrangendo diferentes perspectivas e abordagens. Cada post foi avaliado com base nas **8 categorias específicas** supracitadas.

Essa metodologia permitiu uma análise sistemática e comparativa, garantindo uma compreensão abrangente de como as Paralimpíadas de 2024 foram retratadas no *Instagram*, tanto por veículos jornalísticos quanto por perfis esportivos e institucionais. Foram analisados todos os **2.512 posts**, provenientes de 15 perfis do *Instagram*, divididos em três categorias:

- **Perfis jornalísticos:** Folha de São Paulo, BBC Brasil, Brasil de Fato, CNN Brasil, Mídia Ninja, Portal R7, G1, UOL Notícias e UOL Oficial.
- **Perfis esportivos:** CNN Esporte, Globo Esporte, UOL Esporte, Ninja Esporte e Cazé TV.
- **Perfil institucional:** Brasil Paralímpico.

Durante a coleta de dados, observou-se que o tema das Paralimpíadas teve grande relevância, já que diversos outros perfis também cobriram o evento. No entanto, devido à impossibilidade de analisar todos, os 15 perfis selecionados foram escolhidos com base nos seguintes critérios:

- perfis dos principais jornais ou redes de comunicação do país;
- principais mídias alternativas que ganharam destaque na última década.
- principais perfis de cobertura esportiva, com atenção especial para o fenômeno da Cazé TV.
- perfil oficial do Comitê Paralímpico Brasileiro, o Brasil Paralímpico, como referência institucional.



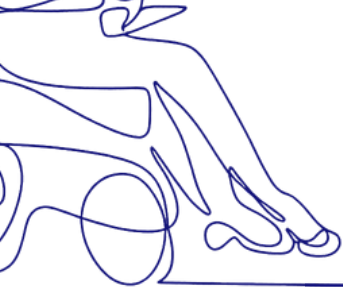
A partir da análise dessa coleta, os temas mais frequentes na cobertura das Paralimpíadas foram:

- **Desempenho do atleta na competição:** foco nos resultados e atuações dos atletas durante as provas.
- **Abertura das Paralimpíadas:** destaque para a cerimônia de abertura do evento.
- **Quadro de medalhas:** análise do desempenho geral dos países, com ênfase nas conquistas de medalhas.

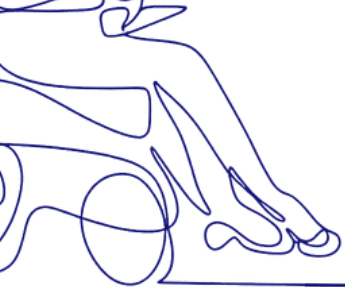
TEMAS ABORDADOS									
	Quadro de Medalhas	Investimento no Esporte Paralímpico	Desempenho dos Atletas	Preparação Para a Competição	Chance de Vitórias	História de Vida	Transmissão	Abertura	Outros
BBC	10 %	-	-	40%	50%	-	-	-	-
Brasil de Fato	-	16,7%	8,3%	-	6,9%	-	19,4%	11,1%	37,5%
Brasil Paralímpico	0,4%	-	29%	2,1%	0,3%	1%	5,4%	2,5%	59,2%
Cazé Tv	-	-	24,3%	1%	2%	2,7%	-	4%	64,5%
CNN Brasil	10,5%	-	80,2%	-	-	-	-	9,3%	-
CNN Esportes	7,4%	-	56,6%	-	-	-	-	6,6%	29,5%
Folha de S. Paulo	10,3%	-	38,%	-	6,4%	-	-	10,3%	34,5%
G1	21,6%	-	32,4%	-	-	-	-	21,6%	24,3%
Globo Esporte	2,3%	-	56,4%	0,5%	1%	0,6%	4,4%	-	34,8%
Mídia Ninja	-	-	65,1%	1%	-	-	1,8%	2%	27,6%
Ninja Esporte	0,3%	-	39%	-	-	3,8%	1,1%	1,4%	53,8%
Portal R7	1,6%	-	64,4%	-	4%	4,9%	-	3,2%	21,9%
Uol Esportes	18%	-	12,9%	-	7,2%	17,3%	-	5,8%	38,8%
Uol Noticias	22,4%	-	9%	-	7,5%	35,8%	-	11,9%	13,4%
Uol Oficial	25,8%	-	12,4%	-	10,3%	24,7%	-	8,2%	18,6%

Além desses, a categoria **Outros** ganhou relevância, especialmente devido à dinâmica das redes sociais, que permite explorar temas que nem sempre são abordados na mídia tradicional. Essa categoria incluiu:

- **Memes:** conteúdos humorísticos relacionados ao evento.
- **Agenda das competições:** Informações sobre datas e horários das provas.
- **Curiosidades sobre as modalidades Paralímpicas:** dados interessantes sobre os esportes praticados.



- **Desempenho do Brasil em outras Paralimpíadas:** comparações históricas.
- **Como se tornar um atleta paralímpico:** orientações e inspirações para novos talentos.
- **História das Paralimpíadas:** contextualização do evento ao longo dos anos.
- **Entrevistas com atletas:** conversas que não se limitavam às conquistas de medalhas.
- **Denúncias sobre a falta de transmissão na TV aberta:** críticas à cobertura midiática.
- **Falta de acessibilidade para atletas:** problemas estruturais enfrentados pelos competidores.
- **Tecnologias de inclusão:** inovações para atletas e torcedores com deficiência.
- **Protestos políticos:** manifestações relacionadas a causas sociais.
- **Pedidos de casamento:** momentos emocionantes e inusitados durante o evento.
- **Desempenho do Brasil em outras Paralimpíadas:** comparações históricas.
- **Como se tornar um atleta paralímpico:** orientações e inspirações para novos talentos.
- **História das Paralimpíadas:** contextualização do evento ao longo dos anos.
- **Entrevistas com atletas:** conversas que não se limitavam às conquistas de medalhas.
- **Denúncias sobre a falta de transmissão na TV aberta:** críticas à cobertura midiática.
- **Falta de acessibilidade para atletas:** problemas estruturais enfrentados pelos competidores.
- **Tecnologias de inclusão:** inovações para atletas e torcedores com deficiência.
- **Protestos políticos:** manifestações relacionadas a causas sociais.
- **Pedidos de casamento:** momentos emocionantes e inusitados durante o evento.



Diferente abordagens entre perfis

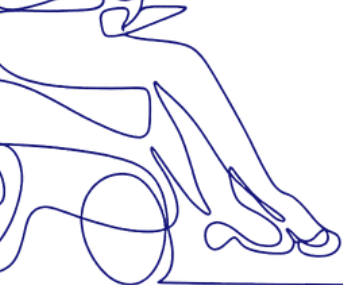
- **Perfis esportivos independentes:** perfis como Cazé TV e Ninja Esporte trouxeram uma abordagem mais leve e descontraída, explorando temas que muitas vezes não eram priorizados pela mídia tradicional, como memes, curiosidades e histórias inspiradoras.
- **Perfis jornalísticos e esportivos de grandes redes:** veículos como Globo Esporte, UOL e G1 deram maior destaque ao desempenho competitivo, especialmente às conquistas de medalhas, com uma cobertura mais formal e alinhada ao padrão jornalístico tradicional.

Essa diferença de abordagem reflete a pluralidade de vozes nas redes sociais, onde perfis independentes conseguem explorar ângulos mais diversificados e humanizados, enquanto os grandes veículos mantêm um foco mais institucional e competitivo. Essa variedade enriquece a cobertura do evento, permitindo que diferentes públicos se conectem com as Paralimpíadas de formas distintas.

4.1.1 Cobertura de Abertura

A cobertura da **cerimônia de abertura das Paralimpíadas** foi limitada em comparação com outros temas do evento. Alguns perfis, como **BBC Brasil** e **Globo Esporte**, sequer publicaram posts sobre o tema. Quando houve posts, o foco principal foi a **delegação brasileira**, especialmente os **porta-bandeiras**, com pouca ou nenhuma atenção aos detalhes do evento em si, como a apresentação artística, a simbologia ou a participação de outras delegações.

Essa abordagem revela uma falta de avanço na percepção das Paralimpíadas como um evento esportivo global. Em comparação com a cobertura da abertura das Olimpíadas, que geralmente recebe destaque amplo e detalhado, as Paralimpíadas ainda são tratadas de forma menos abrangente e mais localizada, focando quase exclusivamente no desempenho nacional.



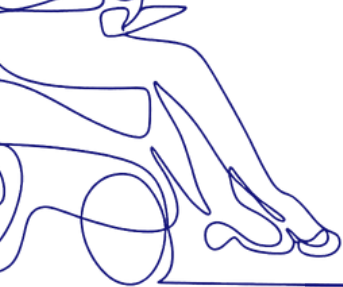
4.1.2 Enquadramento do Conteúdo

A maior parte dos posts analisados adotou um **enquadramento esportivo**, centrando-se principalmente nas seguintes abordagens:

- **Desempenho nas provas:** destaque para as competições em que os atletas tiveram um desempenho notável.
- **Preparação dos atletas:** conteúdos que mostravam a rotina de treinos, a dedicação e os desafios enfrentados pelos competidores.
- **Entrevistas com medalhistas:** Espaço para os atletas que conquistaram medalhas compartilharem suas experiências.

Esse enquadramento reforça a ideia das Paralimpíadas como um **evento esportivo de alto nível**, valorizando o aspecto competitivo e a excelência dos atletas.

Enquadramento do Conteúdo			
	Esportivo	Inclusão	Outros
BBC	100%	-	-
Brasil de Fato	33,3%	41,7%	25%
Brasil Paralímpico	36,7%	0,2%	63,2%
Cazé Tv	35,9%	-	64,1%
CNN Brasil	100%	-	-
CNN Esportes	92,3%	-	7,7%
Folha de S. Paulo	84%	16%	-
G1	100%	-	-
Globo Esporte	70,1%	-	29,1%
Mídia Ninja	65,7%	3%	31,3%
Ninja Esporte	41,1%	0,6%	58,3%
Portal R7	76,3%	5%	18,8%
Uol Oficial	54%	3,2%	42,9%
Uol Notícias	62,5%	-	37,5%
Uol Esportes	65,3%	4,1%	30,6%



4.1.3 Uso de termos capacitistas

Um aspecto relevante observado na análise foi o **baixo uso de termos capacitistas** nas postagens, que apareceram explicitamente apenas nos perfis do Brasil de Fato, CNN Brasil e Folha de São Paulo.

Contudo, é preciso ponderar que a maior parte das legendas eram curtas e focadas em frases de comemoração ou celebração, sem espaço para expressões inadequadas. No entanto, quando os textos eram mais longos e detalhados, houve alguns casos em que termos capacitistas apareceram (como o termo "deficiente", presente em 5,7% das postagens do Brasil de Fato).

Alguns perfis produziram **vídeos educativos** para orientar o público sobre a forma correta de torcer pelos atletas, evitando o uso de termos capacitistas. Essas iniciativas foram importantes para promover uma cultura de respeito e inclusão. Como nos perfis Cazé Tv, Ninja Esporte e Brasil Paralímpico.

A POSTAGEM UTILIZA TEXTOS CAPACITISTAS?						
	Sim - Necessidades Especiais	Sim - Deficiente	Sim - Confunde Deficiência com Doença	Sim - Outros	Não aparece	Não é possível identificar
BBC	-	-	-	-	100%	-
Brasil de Fato	-	5,7%	-	-	85,7%	8,7%
Brasil Paralímpico	-	-	-	-	100%	-
Cazé Tv	-	-	-	-	99,7%	0,3%
CNN Brasil	-	-	-	7,4%	89%	3,7%
CNN Esportes	-	-	-	-	100%	-
Folha de S. Paulo	-	-	-	3,3%	62%	34,7%
G1	-	-	-	-	100%	-
Globo Esporte	-	-	-	-	100%	-
Mídia Ninja	-	-	-	-	97,7%	2,3%
Ninja Esporte	-	-	-	-	100%	-
Portal R7	-	-	-	-	93%	7%
Uol Esportes	-	-	-	-	100%	-
Uol Noticias	-	-	-	-	100%	-
Uol Oficial	-	-	-	-	90,7%	9,3%

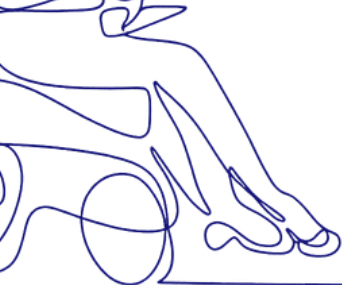


4.1.4 Fontes

Por se tratar das redes sociais, a maioria dos posts não possuíam uma fonte para o que estava sendo mostrado. Quando tinham, era de entrevistas concedidas pelos atletas, ou de outros perfis que estavam fazendo a cobertura.

FONTES USADAS NA POSTAGEM								
	Entrevista com o Atleta	Entrevista com o Treinador	Dados do CPB	Outros	Não se Aplica	Entrevista com o atleta e o treinador	Entrevista com o atleta e dados do CPB	Dados do CPB e Outros
BBC	11,1 %	-	-	88,9 %	-	-	-	-
Brasil de Fato	-	-	5,1%	94,9%	-	-	-	-
Brasil Paralímpico	2,8%	-	-	-	97,2%	-	-	-
Cazé Tv	0,2%	-	-	0,9%	98,9%	-	-	-
CNN Brasil	-	-	-	-	100%	-	-	-
CNN Esportes	-	-	-	-	100%	-	-	-
Folha de S. Paulo	2,9%	-	-	-	97,1%	-	-	-
G1	-	-	-	-	100%	-	-	-
Globo Esporte	0,4%	-	-	-	99,6%	-	-	-
Mídia Ninja	0,7%	-	4,5%	26,8%	68%	-	-	-
Ninja Esporte	0,8%	-	-	16,8%	81,8%	0,3%	-	-
Portal R7	0,4%	0,7%	-	67,4%	31,6%	-	-	-
Uol Oficial	2,6%	1%	-	-	96,4%	-	-	-
Uol Notícias	3,9%	-	-	3,9%	92,2%	-	-	-
Uol Esportes	3%	1,2%	-	2,4%	93,4%	-	-	-

A análise revelou que a maioria dos posts utilizou fotos como principal recurso visual, seguidos por vídeos e, em menor proporção, carrosséis (conjuntos de fotos reunidas em uma única publicação). Em muitos casos, não foi possível atribuir um foco específico às imagens, seja por falta de clareza na composição ou pela ausência de um elemento central definido.

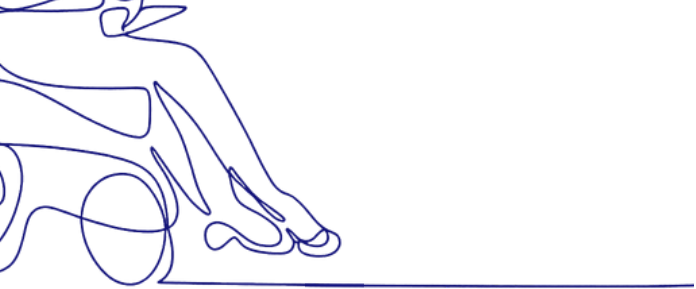


COMO É O ENQUADRAMENTO DA IMAGEM?										
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
BBC	100%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Brasil de Fato	28,2%	-	-	-	-	-	71,8%	-	-	-
Brasil Parolímpico	9,5%	-	-	9,2%	-	-	79,2%	-	0,4%	1,7%
Cazé Tv	17,2%	-	-	1%	-	-	75,4%	-	1,5%	4,9%
CNN Brasil	24,7%	-	-	-	-	-	75,3%	-	-	-
CNN Esportes	22,3%	-	-	-	-	-	68,8%	-	-	8,9%
Folha de S. Paulo	100%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
G1	16%	-	-	-	-	-	84%	-	-	-
Globo Esporte	2,6%	-	-	9,3%	-	-	88,1%	-	-	-
Mídia Ninja	53,8%	-	-	-	-	-	40,5%	-	-	5,8%
Ninja Esporte	26,1%	-	-	1,1%	-	-	71,9%	-	-	0,9%
Portal R7	35,5%	-	-	-	-	-	64,5%	-	-	-
Uol Esporte	11,4%	-	4,9%	-	-	-	57,1%	-	4,9%	21,7%
Uol Noticias	24,6%	-	-	-	-	-	75,4%	-	-	-
Uol Oficial	12,4%	-	-	-	-	-	82,4%	5,2%	-	-

Legenda: 01 - Foco no atleta; 02 - Foco em alguma parte do corpo; 03 - A câmera não está na mesma altura do entrevistado; 04 - A câmera está na mesma altura do entrevistado; 05 - Foca nos instrumentos de acessibilidade; 06 - Mostram mais os pais ou responsáveis do que as pessoas; 07 - Não se aplica; 08 - Foco no atleta e em alguma parte do corpo; 09 - Foco no atleta e no instrumento de acessibilidade; 10 - Foco no atleta e não se aplica;

4.1.5 Post Compartilhado e Meme

A dinâmica das redes sociais permitiu a análise de dois elementos que não são comuns nas mídias tradicionais: o post compartilhado e o meme. Esses recursos ampliam o alcance e engajamento do conteúdo, além de trazerem uma linguagem mais descontraída e adaptada ao público digital.



Post Compartilhado

O compartilhamento de posts entre perfis foi uma prática frequente, principalmente entre:

- perfis do mesmo grupo editorial: como G1 e Globo Esporte, ou UOL e UOL Esporte.
- perfis dos atletas: publicações que destacavam conquistas ou histórias pessoais eram compartilhadas com os perfis dos próprios atletas.

Destaques do perfil do Brasil Paralímpico:

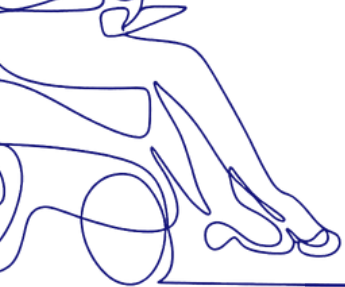
- Foi o perfil que mais teve posts compartilhados, inclusive com marcas e com os perfis oficiais das Paralimpíadas.
- Esse alto nível de compartilhamento pode ter contribuído para o crescimento de mais de 100 mil seguidores durante a cobertura do evento.

Memes

Os memes são uma forma de linguagem única das redes sociais, e tiveram destaque principalmente nos perfis esportivos independentes e no Brasil Paralímpico. Eles foram utilizados para:

- tornar a cobertura mais descontraída: atraindo um público maior e mais diversificado.
- humanizar os atletas: mostrando momentos divertidos ou cotidianos, como o vídeo do atleta Gabrielzinho dançando, que virou meme e foi amplamente compartilhado.

O uso de posts compartilhados e memes demonstra como as redes sociais permitem uma cobertura mais dinâmica e interativa, alcançando públicos diversos e ampliando o impacto do evento. Enquanto os posts compartilhados reforçam a rede de divulgação, os memes trazem leveza e aproximação, criando uma conexão emocional com o público. Esses elementos destacam a importância de uma estratégia digital bem planejada para eventos de grande porte, como as Paralimpíadas.



4.2 Das reportagens coletadas

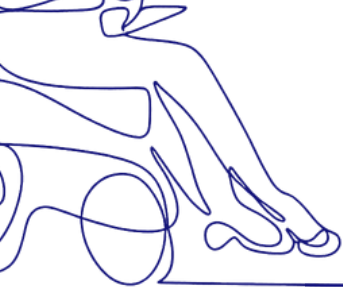
Os dados revelaram que **todos os portais analisados cobriram as Paralimpíadas**, com destaque quantitativo para a *Folha de S. Paulo* e o *G1*. **Juntos, esses veículos (*Folha de S. Paulo*, *Agência Brasil*, *CNN*, *Correio Braziliense*, *G1* e *UOL*) produziram 163 matérias sobre o evento.**

Os resultados indicam que esses temas ganham destaque na imprensa quando são considerados relevantes no momento da cobertura, mas perdem espaço conforme outras pautas passam a atrair mais interesse midiático.

4.2.1 Temas predominantes

A codificação desta categoria para as reportagens das Paralimpíadas foi organizada da seguinte maneira:

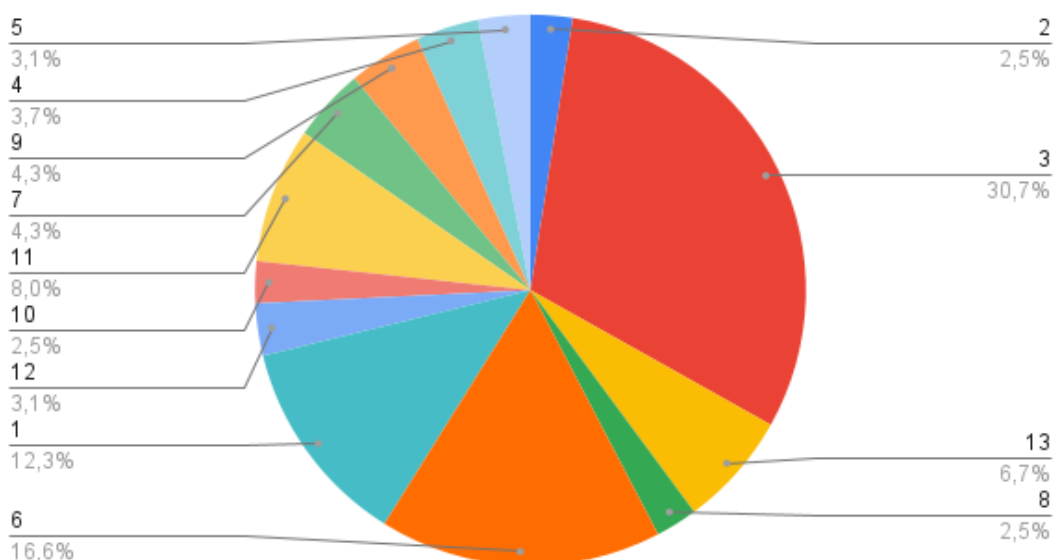
1. Quadro de Medalhas
2. Investimentos no esporte paralímpico/incentivo
3. Desempenho dos Atletas
4. Preparação para a competição
5. Chances de Vitória
6. História de Vida
7. Transmissão
8. Mobilidade/urbanismo
9. Abertura
10. Encerramento
11. Detalhes
12. Potência Paralímpica
13. Outros



A análise revelou que as principais temáticas abordadas nas Paralimpíadas foram:

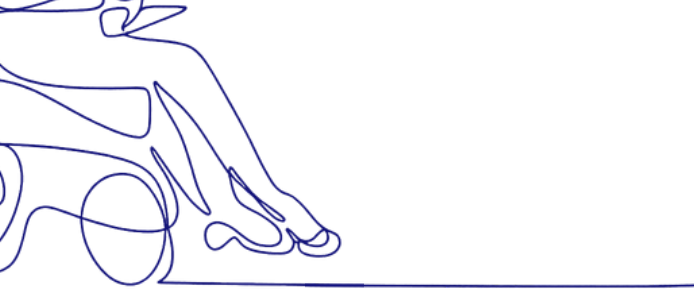
- 1.Desempenho dos atletas (30,7%);
- 2.Histórias de vida (16,6%);
- 3.Quadro de medalhas (12,3%);
- 4.Incentivos ao esporte paralímpico (8%).

Enquadramento



O gráfico de pizza acima apresenta a distribuição percentual dos temas abordados, conforme a seguinte classificação:

- Quadro de Medalhas - 12,3%
- Investimentos no esporte paralímpico/incentivo - 2,5%
- Desempenho dos Atletas – 30,7%
- Preparação para a competição – 3,7%
- Chances de Vitória – 3,1%
- História de Vida – 16,6%
- Transmissão – 4,3%



- Mobilidade/urbanismo – 2,5%
- Abertura – 4,3%
- Encerramento – 2,5%
- Detalhes – 8%
- Potência Paralímpica - 3,1%
- Outros - 6,7%

4.2.2 Imagens

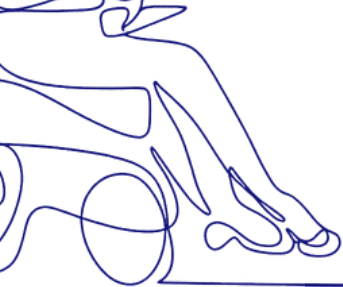
A análise indicou que 140 reportagens sobre as Paralimpíadas continham imagens de pessoas com deficiência, evidenciando a presença visual dos atletas nas coberturas.

5. Conclusões e discussões

A análise da cobertura das Paralimpíadas no Instagram revelou diferenças significativas na abordagem e no engajamento entre os perfis analisados.

Perfis jornalísticos e de grandes redes:

- a cobertura foi mais modesta e com um tom jornalístico tradicional, focando em informações factuais e impessoais;
- perfis como Globo Esporte (ligado à Rede Globo) mantiveram um estilo mais formal, mesmo com um volume maior de posts.



Perfis esportivos de mídias alternativas e Brasil Paralímpico:

- tiveram uma **frequência maior de postagens** e adotaram um **tom mais descontraído e próximo dos atletas**, criando uma sensação de intimidade e conexão com o público;
- essa abordagem provavelmente contribuiu para um **maior alcance e engajamento**, especialmente no caso do **Brasil Paralímpico**, que ganhou mais de 100 mil seguidores durante o evento.

Dinâmicas e linguagens das redes sociais:

- a análise destacou a importância de compreender como as **dinâmicas e linguagens das redes sociais** podem ser utilizadas para **promover a inclusão e respeitar a dignidade das pessoas com deficiência**;
- a cobertura das Paralimpíadas mostrou que, embora haja avanços, ainda há espaço para uma abordagem mais **criativa, humanizada e inclusiva**, que vá além do foco esportivo e competitivo.

Portanto, a análise evidencia que há, ainda, uma evidente necessidade de uma **reflexão crítica** sobre como a mídia e as redes sociais retratam eventos como as Paralimpíadas.

Sobre as reportagens, a análise revela que a **cobertura das Paralimpíadas** pelas mídias de referência teve abordagens diversas, com **destaque para o aspecto informativo do evento**. O quadro de medalhas também ganhou destaque nas publicações e acredita-se que esta ênfase ocorreu em virtude da quebra de recordes de premiações dos atletas brasileiros, os quais subiram ao pódio 89 vezes. Certos enquadramentos apontam **algum destaque para as histórias de vida**, as quais, muitas vezes, utilizam de técnicas **para captar o leitor a partir da emoção**.

O presente relatório evidencia a necessidade de uma adoção de práticas jornalísticas que promovam a inclusão, que respeitem a dignidade das pessoas com deficiência e que tematizem assuntos que são de interesse deste grupo com mais frequência e não apenas em datas comemorativas.

 **somos
DIVERSAS**

