

Coleção
Pesquisa em
Educação Física

Coleção Pesquisa em Educação Física

Volume 20, número 1, 2021

ISSN: 1981-4313

Fontoura

Várzea Paulista, SP

Fontoura Editora Ltda
website: www.fontouraeditora.com.br / e-mail: atendimento@editorafontoura.com.br

Coleção Pesquisa em Educação Física
Volume 20, número 1, 2021 - ISSN: 1981-4313

Periodicidade: **trimestral.**

Impresso no Brasil: **Gráfica Bueno Teixeira.**
Capa: Cartão triplex 250gr LD; Miolo: Offset 90gr LD.
Tiragem da 1ª impressão: 100 exemplares.

Editor chefe: **Afonso Antonio Machado, Prof. Dr.**

Coordenação editorial: **Paula Fontoura.**

Indexação: **Diadorim**
Google Acadêmico
Portal de Periódicos - CAPES/MEC
Qualis Periódicos - Plataforma Sucupira
Sistema Latindex

Conselho editorial:

- **Afonso Antonio Machado, Prof. Dr.**
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho - Unesp/Rio Claro.
- **Altair Moioli, Prof. Dr.**
Universidade Paulista - Campus São José do Rio Preto.
- **André Luís Aroni, Prof. Dr.**
Faculdade Metropolitana de Campinas.
- **Flávio Rebustini, Prof. Dr.**
Universidade Estácio de Sá.
- **Gustavo Lima Isler, Prof. Dr.**
Faculdades Integradas Claretianas.
- **Ivan Wallan Tertuliano, Prof. Dr.**
Centro Universitário Adventista de São Paulo - Campus São Paulo.

Acesse nosso acervo de artigos publicados
http://www.fontouraeditora.com.br/periodico

editora Fontoura®
Fontoura Editora Ltda.
(11) 99887-8777
atendimento@editorafontoura.com.br
www.fontouraeditora.com.br

Artigo original Recebido em: 08/12/2020 Parecer emitido em: 15/12/2020

SILVA, R.L.; TAVARES, G.H.; MACHADO, A.A.; Difusão do corfebol e as mídias sociais: visões fragmentadas. **Coleção Pesquisa em Educação Física**, Várzea Paulista, v.20, n.01, p.55-62, 2021. ISSN; 1981-4313.

DIFUSÃO DO CORFEBOL E AS MÍDIAS SOCIAIS: VISÕES FRAGMENTADAS

Renata Laudares Silva[1]
Giselle Helena Tavares[2]
Afonso Antônio Machado[1]
[1]Universidade Estadual Paulista – DEF - UNESP – Rio Claro/SP
[2]Universidade Federal de Uberlândia - FAEFI-UFU – Uberlândia/MG

RESUMO

O corfebol é um esporte coletivo e sendo a única modalidade exclusivamente mista desde a sua origem, cujas equipes são formadas por quatro homens e quatro mulheres, favorecendo, assim, a igualdade de oportunidades entre os gêneros. Tem por princípios promover a inclusão, o respeito, a cooperação e a colaboração, incorporando valores e contribuindo para as mudanças de atitude sobre a presença feminina no contexto esportivo. As diferentes mídias tem investido em diferentes estratégias de tornar essa modalidade difundida globalmente, focando principalmente na igualdade de gênero. Sendo assim, este estudo procurou averiguar no *Facebook*, quais conteúdos relacionados ao Corfebol estão sendo disseminados por meio das *hashtags*. Pode-se constatar que, nas postagens e em seus diversos formatos (imagem, vídeo, texto/*link*), prevaleceram os conteúdos relativos às questões de gênero, no entanto, as informações pertinentes ao universo do empoderamento feminino não foram evidenciadas nos *posts*. O *Facebook* mostrou ser um espaço fecundo à difusão de conteúdos, haja vista ser umas das plataformas de interação social mais acessada do planeta. Tornam-se prementes novos olhares acerca do empoderamento da mulher no âmbito esportivo, no que tange às interfaces de conteúdos disseminados no ciberespaço.

Palavras-chave: *Hashtag.* Facebook. Corfebol. Igualdade de gênero. Empoderamento feminino

DIFFUSION OF CORFEBOL AND SOCIAL MEDIA: FRAGMENTED VIEWS

ABSTRACT

Korfball is a collective sport and is the only exclusively mixed sport since its origin, whose teams are made up of four men and four women, thus favoring equal opportunities between genders. Its principles are to promote inclusion, respect, cooperation and collaboration, incorporating values and contributing to changes in attitude about the presence of women in the sports context. Different media has invested in different strategies to make this modality globally disseminated, focusing mainly on gender equality. Therefore, this study sought to ascertain on *Facebook*, which contents related to Korfball are being disseminated through *hashtag*s. It can be seen that, in the *post*s and in their different formats (image, video, text / link), the contents related to gender issues prevailed, however, the information pertinent to the universe of female empowerment was not evidenced in the *post*s. *Facebook* proved to be a fruitful space for the dissemination of content, given that it is one of the most accessed social interaction platforms on the planet. New perspectives on the empowerment of women in sports are pressing, with regard to the interfaces of content disseminated in cyberspace.

Keywords: *Hashtag. Facebook.* Korfball. Gender equality. Feminine empowerment.

INTRODUÇÃO

O corfebol é o único esporte exclusivamente misto desde a sua origem. Criado em 1902, tem por princípios, promover a inclusão, o respeito, a cooperação e a colaboração, valorizando o aprendizado e a incorporação de valores, no âmbito educacional como também na sociedade de maneira geral. Trata-se de um esporte coletivo, cujas equipes são formadas por quatro homens e quatro mulheres, sendo que, a distribuição em campo se dá com dois homens no ataque ou na defesa e duas mulheres no ataque ou na defesa. A marcação é feita por gênero, ou seja, homens marcam homens e mulheres marcam mulheres, diminuindo assim, as desigualdades relacionadas as capacidades físicas e, a cada dois pontos marcados, troca-se o campo de jogo e inverte-se a função dos jogadores em quadra, favorecendo assim, a igualdade de oportunidades entre os gêneros (GUBBY, 2016).

Essa característica única do corfebol, ter a presença feminina junto à masculina, o faz ser um esporte que, mesmo tendo sido criado em 1902 é moderno em sua concepção de ter a presença da mulher na equipe, fato este que, não havia sido constatado em nenhuma modalidade esportiva coletiva até então. Segundo Bottenburg (2016), atentas às transformações por quais a sociedade moderna vem passando, as diferentes modalidades esportivas procuram se reinventar, quer seja estruturalmente quanto modificando suas regras, na tentativa de acompanhar as mudanças sociais, culturais e tecnológicas. Diante desse fato, o corfebol, procura manter intacto suas regras principais assim como suas premissas, as quais versam, principalmente pela igualdade de gênero e a inclusão feminina no esporte e, busca acompanhar essas rápidas transformações pelas quais passa a sociedade.

Esta modalidade esportiva, embora seja praticada nos cinco continentes, principalmente na Europa, sua origem e na Ásia, vem traçando estratégias de modo a ganhar território, no sentido de vir a ser praticada em mais países e se tornar conhecida globalmente. A federação têm investido em outras fontes de divulgação, sendo uma delas, as transmissões via plataformas online, como é o caso da parceria fechada com o The Olympic Channel, que faz cobertura e transmissão de eventos relacionados ao corfebol.

Nurminen (2017) evidenciou em seu estudo que a indústria esportiva reconheceu o potencial advindo das redes sociais e apontou que as diversas mídias sociais existentes atualmente, as quais são formadas por diferentes plataformas digitais, como é o caso do *Facebook* e do *Instagram* podem atuar como meios importantes, tanto na divulgação quanto na propagação de eventos esportivos, atingindo um público cada vez maior e mais ávido de conteúdos instantâneos.

Segundo o relatório global digital 2019, elaborado pelo *We Are Social* em parceria com a *Hootsuite*, o *Facebook* se mantém no topo da lista como a plataforma de mídia social mais acessada do planeta. Com relação ao Brasil, os dados revelam que 66% da população brasileira são usuárias de redes sociais, sendo o Brasil, o quarto país mais ativo em relação ao acesso à rede social. Concernente ao gênero dos usuários no Brasil, 53% são mulheres e 47% são homens.

Silva Júnior (2018) chama a atenção para o advento da segunda tela, ou seja, os consumidores de transmissões esportivas televisivas, além de acompanhar a transmissão de um determinado esporte, este aciona uma segunda tela, ou seja, conectam-se às diferentes mídias sociais, por meio das *hashtags*, centralizando desta maneira, as discussões pertinentes a determinados conteúdos. No relatório emitido pelo *Facebook*, esses dados são corroborados, haja vista que 90% das pessoas dizem fazer uso de outros equipamentos para acompanhar as partidas esportivas e, 79% fazem uso do celular como segunda tela (*FACEBOOK* IQ, 2019).

O uso do símbolo # seguido de termos ou palavras-chave se transformam em *hiperlinks* no interior da rede, promovem a aglutinação de um determinado assunto. Assim, os diferentes conteúdos podem ser mais facilmente localizados no ciberespaço, promovendo, de forma instantânea, acesso à informação.

O *Facebook* disponibiliza uma estrutura de publicação e compartilhamento de informações e conteúdos que, tanto as marcas esportivas, as federações e clubes podem vir a fazer uso na tentativa de formar opiniões, gerar mudanças de comportamento ou alterar posturas ligadas a atitudes e valores, assim como disseminar o esporte mundialmente. No entanto, ainda não se tem claro, de que maneira os conteúdos relacionados ao Corfebol são disseminados no *Facebook* e, principalmente, de que maneira a *hashtag* é utilizada na aglutinação dos *post*s. Assim, o presente estudo tem por objetivo, investigar, no âmbito da rede social *Facebook*, como a igualdade de gênero e empoderamento feminino no corfebol têm sido veiculadas nas *hashtag*s relacionadas à essas temáticas.

MÉTODOS

O presente estudo é de natureza qualitativa e foi desenvolvido por meio de pesquisas descritiva e exploratória. Os dados catalogados foram analisados por meio da Técnica de Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2017). Os dados foram coletados no *Facebook*, durante o período de 1 a 15 de agosto de 2019. Foram feitas duas buscas: (Busca 1) #korfball #corfebol #genderequality e (Busca 2) #korfball #corfebol #mixedgendersport. Os *posts* foram coletados de maneira manual, ou seja, sem a utilização de *softwares* ou ferramentas métricas, utilizadas para monitorar as diferentes redes sociais e os mesmos foram salvos por meio de um *software* da *Microsoft Word*, processador de texto produzido pela *Microsoft Office*.

Foram criadas duas categorias para analisar os dados, sendo a categoria 1, Formato das postagens e a 2, conteúdos abordados, Quadro 1. Para tanto, para a conveniência da coleta de dados sobre a temática, neste estudo adotou-se a seguinte classificação de postagens: imagem (foto/álbum, ilustração, infográfico, montagem), *links*/textos (*link* com texto URL, *link* com imagem) e vídeos (*auto play* ou *link* para o *site Youtube*).

Quadro 1 - Categorias e Subcategorias.

Categoria 1) Formato das postagens
Subcategoria 1.1) Imagem
1.1) Imagem/álbum
1.2) Imagem/montagem
1.3) Imagem/fotos
1.4) Imagem/infográfico
Subcategoria 1.2) Textos/*Links*
Subcategoria 1.3) Vídeos
Categoria 2) Conteúdos abordados
Subcategoria 2.1) Igualdade de gênero
Subcategoria 2.2) Empoderamento feminino

Fonte: dados da pesquisa.

Como critérios de inclusão, foram consideradas as postagens as quais continham os três termos referentes a cada uma das buscas, bem como, *posts* originais postados em qualquer data, em qualquer idioma e formato. Quanto aos critérios de exclusão, foram eliminados os *posts* repetidos, os *posts* compartilhados e os vídeos que faziam referência às transmissões de partidas de Corfebol, ou que enfatizavam determinados momentos de uma partida, como tiros diretos, cobrança de penalidade, arremessos, etc.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A coleta de dados resultou inicialmente em 1269 *posts*. Destes, 359 *posts* faziam alusão à Busca 1 *#korfball #corfebol #genderequality* e 910 *posts* referentes à Busca 2 *#korfball #corfebol #mixedgendersport*. Quanto à B1) *#korfball #corfebol #genderequality*, dos 359 *posts* coletados, 318 foram excluídos por estarem repetidos. Restaram 41 *posts*, dos quais 9 foram excluídos por serem *posts* compartilhados, restando, assim, 32 *posts* da B1). Quanto à B2) *#korfball #corfebol #mixedgendersport*, a qual obteve um total de 910 *posts*, 831 foram excluídos por estarem repetidos. Restaram 79 *posts*, dos quais 15 foram excluídos, por serem *posts* compartilhados de outra fonte, restando, assim, 64 *posts* da B2). Assim, somando-se as duas *hashtags*, obteve-se 96 *posts*.

No entanto, percebeu-se que, em um mesmo *post*, as *hashtags* das duas buscas (B1 e B2) se faziam presentes, gerando duplicidade de materiais. Assim, 51 *posts* estavam relacionados à B1), 19 *posts* relacionados

à B2) e 26 *posts* faziam relação às duas *hashtags* B1) e B2). Deste modo, 13 *posts* foram excluídos por estarem repetidos, restando 83 *posts*. Aplicado um último critério que excluía os vídeos relacionados à partida ou momentos do corfebol, 13 *posts* foram excluídos da amostra. Sendo assim, a amostra final deste estudo foi composta de 70 *posts* para análise.

Quanto à origem das publicações, todos os *posts* foram postados pela Federação Internacional de Corfebol (IKF) que, na rede social virtual *Facebook*, se encontra sob o endereço @korfball.org. Este dado pode estar atrelado ao fato de ser um órgão responsável pela divulgação, nos diferentes canais, dos assuntos relacionados ao Corfebol.

Os primeiros resultados da categoria 1) formato das postagens, averiguou-se que, referente à *subcategoria 1.1) imagens*, constatou-se 40 imagens/fotos concentradas em 9 álbuns, 15 imagem/montagem, 10 imagem/fotos e 1 imagem/infográfico. No que concerne à *subcategoria 1.2) textos/links*, apurou-se 2 textos/*link* com imagem. Na *subcategoria 1.3) vídeos*, dois itens compõem a amostra, sendo no formato *autoplay,* o qual abre diretamente quando o *post* é visualizado.

De acordo com Berto e Gonçalves (2011), no âmbito digital, principalmente via o *Facebook,* são diversas as maneiras de se promover a comunicação e, dentre os recursos disponíveis, têm-se as imagens, os vídeos e os textos. A associação desses elementos garante a interação e a facilitação do diálogo entre os usuários, assim, estas podem vir a ser interpretadas e reinterpretadas engrandecendo o processo comunicacional no âmbito do ciberespaço.

Com relação as *hashtags* que acompanhavam as postagens constatou-se que foram utilizadas 406 *hashtags*, sendo 135 em imagem/fotos, 105 em imagem/álbum, 150 em imagem/montagem e 16 em imagem/infográfico. Perceberam-se algumas variações quanto ao número de *hashtags* usadas na marcação dos *posts* de imagem, estas variaram de oito a 20 *hashtags* por postagem. Até 9 *hashtags* por *post*, foi o item que chamou a atenção. Pode-se constatar que, no caso de álbum, as *hashtags* estavam dispostas na chamada do *post* de capa e não aparecia nas fotos individuais do álbum, assim, essas foram catalogadas uma vez, quando apareceram no *post.*

A *hashtag* (#korfball), nome do esporte em inglês, apareceu com uma frequência de 40 vezes. As *hashtags* (#korfbal, #corfebol, #korfbol, #corfbol) também apareceram com uma frequência alta, de 35 vezes cada. Notaram-se formas diferenciadas de se escrever o nome do esporte, tanto em português, quanto em inglês. Pode-se evidenciar, com a análise dos *posts*, que esse grupo de *hashtags* era usado concomitantemente. Segundo Moura e Mandaji (2014), diante desse fenômeno da *Folksonomia,* o usuário tem a liberdade de criar a *tag* e quantas sejam necessárias para o seu produto.

A *hashtag* #mixedgendersport apareceu com uma frequência de 27 vezes e #genderequality apareceu 20 vezes. Essas temáticas também se mostraram escritas de outras maneiras, porém enfatizando o caráter pelas quais foram criadas, as questões da igualdade de gênero e por ser o corfebol um esporte formado por equipes mistas (#mixedsport (6); #mixedteamsport (1); #equalityinsports (1)).

Outro grupo de *hashtags* ficou em evidência em alguns *posts*. Postagens realizadas no Dia Internacional da Mulher, 8 de março, estavam sob as *hashtags* (#march8; #iwd2019; balancefor better). Temas ligados às questões de gênero, como a violência contra a mulher, a igualdade de oportunidades entre homens e mulheres e o empoderamento feminino nos diversos contextos, têm sido evidenciados nos diferentes canais midiáticos. Cada vez mais, os setores ligados ao esporte, à cultura, à educação entre outros, têm fomentado essas temáticas e dado abertura para dialogar sobre esses temas tão atuais.

No que tange à discussão da categoria 2), conteúdos abordados, esta foi subdividida em duas subcategorias, *2.1) igualdade de gênero* e *2.2) empoderamento feminino*. Com relação aos dados, estas duas subcategorias foram analisadas aglutinando os três formatos de *posts* encontrados, imagens, textos e vídeos e os resultados são evidenciados a seguir.

Com relação à *subcategoria 2.1) igualdade de gênero*, procurou-se identificar, nas postagens, elementos que corroborassem as premissas do corfebol, esporte que, desde a sua origem, atua como um difusor e equalizador das questões de gênero no âmbito das práticas esportivas. Para uma análise mais precisa, fez-se uso dos elementos textuais/*hiperlinks* presentes nas chamadas de texto utilizadas nas postagens do *Facebook,* estes ajudam a compreender o conteúdo presente nos *posts*.

De acordo com Bourina e Dunaeva (2019, p.110), estas novas maneiras de comunicação, mediadas pelas tecnologias, têm configurado uma inovação no gênero hipertextual, cuja natureza híbrida, promove uma transmutação na forma de dialogar com o leitor. As chamadas de texto contêm informações importantes, que ajudam na compreensão dos elementos presentes nas postagens, corroborando o olhar do pesquisador na interpretação das imagens e dos atores presentes no *post*, assim como, as possibilidades de inserção de *links* que encaminham para texto de origem, para fins de acesso ao conteúdo original. Para as autoras,

"(...) o uso de tecnologias interativas de hipertexto leva a uma mudança nos padrões de compreensão e assimilação do conhecimento, os quais estão relacionados à interpretação visual da imagem, forma e cor.".

Esse fato pode ser corroborado no *post* 1, no qual aparecem o presidente do Comitê Olímpico Internacional e a diretora geral da UNESCO, os quais firmam um acordo para trabalhar os valores olímpicos, como educação, igualdade de gênero e a questão do *doping*. Porém, essas informações só foram possíveis, devido à chamada de texto do *post* no *Facebook*, tageado pelas *hashtags* #genderequality e #mixedgendersport e ao se acessar o *link* que direcionava para o texto completo, presente em outra rede social, o *Twitter*®.

Foi constatado que as questões ligadas à igualdade de gênero no campo esportivo estavam fortemente estampadas nos *posts* de imagem/foto/montagem. A campanha criada pelo canal "Korfball.org" de comunicação e transmissão de conteúdos da *International Korfball Federation* (IKF) para o Dia Internacional da Mulher, sob a *hashtag* #IDW2019, com o tema "*Discovery Korfball: The mixed-gender sport"*, publicou uma série de *posts* com frases de impacto em relação à igualdade de oportunidades e à equidade entre homens e mulheres, principalmente no campo esportivo, por ser o corfebol, o esporte à alavancar essa temática. As frases evidenciadas nos *posts* são: "*Let´s forge a more gender-balanced world*!", "*A balance world is a better world*", *Happy International Women´s Day*!", "*Balance drives a better working world*!", "*Take action for equality"* e "*Balance drives a better working world*". Essas postagens denotam o poder das novas formas de comunicação e quanto estas podem atuar na educação e nas mudanças de valores. Abaixo segue um exemplo de *post* da campanha.

Podem-se constatar, nos textos com *links,* as questões relativas à igualdade de gênero, tanto nas chamadas de texto, quanto no corpo do texto, quando acessado o hipertexto. O *post* 15, formato texto/*link* com imagem enfatizou as questões de gênero, no que tange às experiências de meninas com os esportes e o quanto estes ainda fazem prevalecer elementos caracterizados pelo machismo e diferenças físicas. No texto das autoras, ao se procurar identificar as percepções de meninas e meninos quanto às práticas esportivas, percebeu-se que as questões de gênero relativas à desigualdade eram convenientes aos meninos, assim como, às experiências dentro e fora da escola.

O *post* 15 reverberou essas informações, porém, a imagem presente no *link* não é visível, quando acessada a página no *Facebook*, somente quando se abre o *link* no *site*. Percebeu-se também, com a leitura do texto, que as oportunidades de as mulheres adentrarem para as organizações esportivas e assumirem cargos de gestão ainda são tímidas, mas vêm aumentando.

Ainda é enfatizado o quanto uma legislação eficiente, que capta recursos por meio de impostos e estes, de maneira clara, são aplicados em várias áreas, dentre elas, a do esporte, reverberam em projetos sociais que trabalham o esporte como catalizador de mudanças atitudinais. Sotiriadou e De Haan (2019) também fizeram um levantamento sobre a relação entre gênero, liderança e governança e evidenciaram um ambiente favorável aos homens, no qual a hegemonia masculina ainda persiste.

O *post* 58, formato vídeo, evidenciou o corfebol de praia, no qual meninos e meninas podem jogar juntos, em um momento de descontração. As crianças, desde a infância, se forem incentivadas a jogar/brincar juntas, conseguem diluir as diferenças de capacidade e habilidades e essas aquisições voltadas ao respeito à igualdade são aplicadas ao longo da vida, tanto no âmbito profissional, quanto pessoal. A oferta igual de oportunidades e de escolhas forma cidadãos conscientes, mais propensos a combaterem as disparidades entre os gêneros (NEPOMUCENO; MONTEIRO, 2019).

Assim, o *post* 82, formato de vídeo, apontou essas questões tão fortemente apresentadas pelo corfebol em relação à igualdade de oportunidades dadas a meninas e meninos, no que tange as experiências no esporte. Durante a exibição do vídeo, podem-se constatar os valores presentes em esportes coletivos e como estes são fundamentais para transformar o ambiente no qual meninos e meninas se encontram. A igualdade de oportunidades é propiciada pelo corfebol, no que tange às suas regras, como o respeito às meninas e suas características físicas, assim como, a limitação do contato físico entre os atletas. De acordo com Goellner *et al.* (2010), os espaços sociais nos quais as práticas esportivas e de vivências do contexto do lazer acontecem, são caracterizados por produzirem e reproduzirem elementos da cultura humana relacionados à feminilidade e à masculinidade. Quando as relações de poder nestes âmbitos se apropriam das diferenças biológicas para legitimar as desigualdades entre meninos e meninas, tem-se a construção de muros que separam os sexos, masculino e feminino, segundo as autoras.

Com relação à *subcategoria 2.2) empoderamento feminino*, esta foi analisada atrelando os três formatos de *posts* encontrados, imagens, textos e vídeos. Segundo a Organização das Nações Unidas Brasil (ONU), o esporte é uma ferramenta de transformação social que pode vir a romper com os estereótipos relacionados ao gênero, e que a prática esportiva atua positivamente na autoestima, no desenvolvimento de habilidades e capacidades de liderança, elementos estes intimamente ligados ao empoderamento feminino.

Assim, com a análise dos *posts*, percebeu-se o empoderamento de meninas e mulheres em diferentes contextos, como também, de diferentes púbicos, embora nenhuma *hashtag* foi localizada, fazendo uso dos termos relacionados ao empoderamento.

Segundo a fundação Canterbury Korfball (2019), existe uma profunda relação entre o corfebol e empoderamento de maneira geral, seja ele de crianças, adultos, populações específicas, ou outros, os quais puderam ser evidenciados nos *posts* analisados. Segundo a fundação, o empoderamento pode ser trabalhado por meio da aquisição de competências e habilidades físicas disseminadas pelo corfebol, confluindo para o ganho de autonomia e autoconfiança. O *post* 57 enfatizou essa questão, ao abordar um técnico e sua equipe, trabalhando elementos táticos. O empoderamento é ratificado no corfebol por meio do trabalho mental e da consciência tática, ambos tão importantes quanto o aspecto da aptidão física e da técnica, pois foca-se na exploração dos pontos fortes de uma equipe e no conhecimento dos pontos fracos da equipe adversária. O empoderamento por meio da igualdade de gênero, por ser o único esporte com equipes mistas do mundo, fomenta a inclusão e os valores iguais entre os gêneros.

O empoderamento também pode ser promovido, segundo a fundação Canterbury Korfball (2019), por meio da diversão, da socialização e da amizade. O fator família é um elemento único, quando se fala de corfebol no mundo, aspecto que pode ser evidenciado via o *post* 12, no qual a imagem revela um casamento na praia, cujos atores presentes são amigos/atletas e um bebê. Em qualquer lugar onde existe a tradição de se jogar o esporte, seja ele de alto rendimento ou não, haverá pessoas que prezam pelos valores disseminados pelo corfebol.

Assim, o empoderamento foi evidenciado em imagens, quando focalizada a presença feminina em funções ou cargos de comando no esporte, no caso, o *post* 14, no qual tem-se na imagem, um trio de arbitragem de corfebol formado por mulheres. Também o *post* 73 evidencia uma árbitra, enfatizando essa conquista da mulher no âmbito esportivo. A chamada de texto realçou o quanto é significativo para o ser humano seguir um sonho e realizá-lo, no caso, a arbitragem feita por uma mulher.

O empoderamento também foi evidenciado nos *posts* de formato textos/*link* com imagens. O *post* 15 relatou elementos importantes que ajudam nessa questão do empoderamento de meninas e mulheres no esporte, dentre eles, o patrocínio, a cobertura da mídia e a inserção da mulher em cargos de gestão. Wicker; Cunningham e Fields (2019) discorreram sobre essas questões referentes à cobertura midiática e patrocínio e à mulher no esporte e evidenciou a falta de interesse, por parte dos meios de comunicação, em cobrir eventos esportivos femininos, promovendo, assim, a invisibilidade da mulher nas competições esportivas. Os autores ainda salientaram que, acerca de cargos de gestão, quando as mulheres começam a ocupar cargos ou assumir papéis de liderança no campo esportivo, estas se tornam referências para outras mulheres, abrindo o caminho para que a sub-representação feminina em cargos de gestão diminua.

Outra forma de empoderamento evidenciada nos *posts* faz relação à formação de árbitros, treinadores e divulgadores do corfebol em diferentes partes do mundo, principalmente, em regiões mais afastadas e carentes de uma série de fatores, dentre eles, acesso ao esporte e seus valores. Parcerias entre a IKF e Universidades promovem a imersão de técnicos/árbitros nessas regiões, os quais assumem a responsabilidade de formar divulgadores da modalidade. Os *posts* 22, 50 e 42, representam esse trabalho na Tanzânia e Kenya, no continente africano e o *post* 2, na Costa Rica. Essas imersões levam à aprendizagem de esportes com características diferenciadas, as quais fomentam valores que promovem a equidade de gênero. Muitas vivências são realizadas junto às comunidades ou escolas que abrem as portas para que os futuros difusores do corfebol possam aplicar seus conhecimentos e habilidades (*post* 50, *post* 2). Nessas vivências, percebeu-se o empoderamento de crianças e jovens, os quais aparecem nas imagens dos *posts*.

Elementos ligados ao empoderamento de pessoas com necessidades especiais também foram evidenciados nas postagens. O *post* 29 evidencia essa questão. Na análise das imagens, percebeu-se uma vivência de corfebol aplicada a diferentes pessoas com deficiência, dentre eles pessoas cadeirantes, com síndrome de *down*, entre outras. Os equipamentos utilizados no corfebol possibilitam e facilitam as experiências corporais das pessoas com algum tipo de deficiência, como pode ser observado como exemplo os postes com os cestos que podem ser rebaixados para as pessoas cadeirantes ou com mobilidade reduzida. Essas adaptações, assim como as características intrínsecas ao esporte, como a cooperação e a inclusão integram as pessoas com deficiência e atuam para o rompimento de barreiras físicas impeditivas à prática esportiva, como também, atuam positivamente no aumento da autoestima dessas pessoas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos dados analisados, pode-se perceber que as *hashtags* no *Facebook*, no que tange à organização dos conteúdos disseminados no âmbito da rede social, ainda são utilizadas com parcimônia, diferente de seu uso em outras plataformas (*Twitter* ou *Instagram*), nas quais já se encontram consolidadas. As *tags* relacionadas à temática de gênero e suas interfaces foram evidenciadas nas postagens, no entanto, *tags* relacionadas ao empoderamento não foram localizadas, mostrando, com isso, um espaço a ser explorado pelos grupos de pesquisadores e entusiastas que discutem a temática de empoderamento da mulher no contexto do esporte.

Embora seja este um assunto bastante evidenciado nos diferentes canais de comunicação, quando se tenta focalizar o empoderamento da mulher por meio do esporte, sendo este tomado como uma ferramenta de transformação social e catalizador de mudanças atitudinais. O fato de não haver *tags* fomentando o corfebol como um esporte que pode vir a contribuir para o empoderamento feminino, não significa que não existe essa possibilidade, haja vista que os elementos constituintes do corfebol tendem a fortalecer e capacitar os mais diversos públicos, dentre eles o feminino.

Pode-se dizer que as mídias sociais, cada uma com sua lógica interna de funcionamento, seja na divulgação de textos, imagens, vídeos ou símbolos, devido à facilidade de manipulação e acesso, via *smartphones*, *tablets* e *notebooks*, com o advento da banda larga, concederam vozes às pessoas comuns e, principalmente, às pessoas ou grupos socialmente excluídos. A *hashtag* é uma ferramenta poderosa e pode ser utilizada de diferentes formas, tanto positivamente, quanto negativamente.

Diante dessas premissas, constatou-se o quanto as *hashtags,* no *Facebook* ainda podem ser exploradas e utilizadas para fins variados. O fato de não haver *hashtags* com conteúdo relativo ao empoderamento feminino no âmbito das postagens analisadas na rede social, relativas ao corfebol, evidencia uma lacuna a ser explorada, relacionada à temática em questão no contexto do *Facebook*.

No entanto, o estudo possui algumas limitações, dentre elas o recorte temporal relacionado à coleta dos dados na rede social. Outra limitação faz relação a forma de coleta dos dados, que foi manual. Tem-se atualmente, ferramentas de análise de mídia social, usadas no rastreamento de *hashtags.* O *Facebook* tem as suas próprias ferramentas de métrica. A plataforma disponibiliza o *Facebook Insights*, o *Facebook Creator* e o *Facebook Ads*. Alguns *sites* disponibilizam diferentes ferramentas, como o "*keyhole*", "*top hashtags*", "*LikeAlyzer*", "*howsociable*" dentre outras, no entanto, tem-se que, algumas dessas ferramentas não tem seu acesso livre e gratuito, o que, pode vir a inviabilizar a coleta de dados no âmbito acadêmico, haja a vista a carência de recursos financeiros.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2017.

BERTO, M.; GONÇALVES, E. Diálogos online: intersemioses do gênero Facebook. **C-Legenda - Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual da Universidade Federal Fluminense**, Rio de Janeiro, v.2, n.25, p.100-110, out. 2011.

BOTTENBURG, M. Além da difusão: o esporte e sua reconstrução em contextos transculturais. Recorde: **Revista de História do Esporte**, Rio de Janeiro, v.9, n.1, p.1-18, jan./jun. 2016.

BOURINA, H.V.; DUNAEVA, L.A. Role of hypertext in teaching foreign languages. **E-Learning and Digital Media**, Thousand Oaks, v.16, n.2, p.110-121, fev. 2019.

CANTERBURY KORFBALL. **Be involved in korfball**. Disponível em: <http://www.korfballcanterbury.co.nz/be-involved.html>. Acesso em: 12 set. 2019.

FACEBOOK IQ. **The changing profile of sports fans around the world**. Disponível em: < https://www.facebook.com/business/news/insights/the-changing-profile-of-sports-fans-around-the-world#>. Acesso em: 19 fev. 2019.

GOELLNER, S.V. et al. Lazer e gênero nos programas de esporte e lazer das cidades. **LICERE - Revista do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer**, Belo Horizonte, v.13, n.2, p.1-20, jun. 2010.

GUBBY, L. **Can sport provide a space for gender equality? A qualitative study of children who play korfball**. 2016. 327f. Tese (Doutorado em Filosofia) - Sport Science, Tourism and Leisure, Canterbury Christ Church University, Kent, Inglaterra, 2016. Disponível em: < https://repository.canterbury.ac.uk/download/a2a918646f420a702b06b12777441701d719f1abe4b6bc41945d72336e7cb7e8/3490795/Gubby.pdf>. Acesso em: 11 set. 2019.

MOURA, K.F.; MANDAJI, C.F.S. A relação das hashtags com as palavras de ordem presentes nas Manifestações Brasileiras de 2013. **Anais**... CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 15., p. 1-14, Palhoça, UNISUL, 2014.

NEPOMUCENO, L.B.; MONTEIRO, N.S. Desigualdades de gênero no esporte: narrativas sobre o lugar da mulher no surfe. **Revista Brasileira de Psicologia do Esporte**, Brasília, v.9, n.2, p.101-116, jul. 2019.

NURMINEN, M. **Social media campaign for the International Floorball Federation in connection to The World Games**. 2017. 68f. Monografia (Programa de Graduação em Gestão de Esportes e Lazer) - Haaga-Helia University of Applied Sciences, Helsinque, Finlândia, 2017. Disponível em: < https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/135494/Nurminen_Minna.pdf?sequence=1>. Acesso em: 12 set. 2019.

SILVA JUNIOR, J.R. et al. Hashtag Touchdown: **Análise da Utilização da Segunda Tela nas Transmissões de Futebol Americano pela ESPN**. 2018. 70f. Monografia (Bacharel em Jornalismo) - Faculdade de Educação/Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/23887/1/HashtagTouchdownAnalise.pdf>. Acesso em: 12 set. 2019.

SOTIRIADOU, P.; DE HAAN, D. Women and leadership: advancing gender equity policies in sport leadership through sport governance". **International Journal of Sport Policy and Politics, Abingdon**, v.11, n.13, p.365-383, mar. 2019.

WICKER, P.; CUNNINGHAM, G.B.; FIELDS, D. Head coach changes in women's college soccer: an investigation of women coaches through the lenses of gender stereotypes and the glass cliff. **Sex Roles**, New York, p.1-11, 2019. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-019-01022-2#citeas>. Acesso em: 17 set. 2019.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES).

Av. 84A, 280, apto. 65, Torre 2, Cond. Parque das Arvores
Jardim Parque Residencial
Rio Claro/SP
13506-121