

O FUTEBOL, AS DIFERENÇAS DE GÊNERO E O *INSTAGRAM*®

DE OLIVEIRA, V.; VERZANI, R.H.; ARONI, A.L.; MARTINS, M.O.; MACHADO, A.A.

Departamento de Educação Física, UNESP/Rio Claro, CAPES

INTRODUÇÃO: O *Instagram*® é um aplicativo de rede social baseado em localização móvel que oferece aos usuários uma maneira de tirar fotos, transformar a aparência da imagem e compartilhar instantaneamente com os outros usuários e amigos no próprio aplicativo ou em outras redes sociais (HOCHMAN, SCHWARTZ, 2012). Para Silva (2012), o *Instagram*® consolida a demanda de visibilidade do sujeito contemporâneo, e altera o modelo convencional de se fotografar na era digital. A diferença entre os gêneros no esporte é evidente. Massimino (2011) ressalta que as mulheres atletas da atualidade encararam preconceitos, relacionados com as diferenças físicas que as faziam menos competentes para algumas modalidades do que os homens. Em alguns casos, a prática do esporte as “masculiniza”, tornando-as fora do padrão esperado da mulher. **OBJETIVOS:** Analisar as fotos postadas no *Instagram*® por jogadoras e jogadores de futebol, verificando se há diferenças relacionadas ao gênero. **MÉTODOS:** Esta é uma pesquisa qualitativa, do tipo descritiva e utilizou do método netnográfico para a coleta de dados. Os atletas selecionados para as análises foram os que disputaram a final da *UEFA Women’s Champions League* (feminino) e da *UEFA Champions League* (masculino) edição 2013/2014 e que foram campeões. Os perfis destes atletas foram seguidos e analisados por um período de 17 dias. Para ajudar no processo de análise das imagens foi utilizado um protocolo no formato *check-list*, desenvolvido pelos próprios autores. **RESULTADOS:** A primeira diferença encontrada se refere ao número de atletas que possuem uma conta na rede social, já que na equipe do Wolfsburg, campeã da *UEFA Women’s Champions League*, apenas 3 das atletas que disputaram a final possuem perfil no *Instagram*®, enquanto na equipe do Real Madrid, campeã da *UEFA Champions League*, todos os jogadores que participaram da final possuem perfil no *Instagram*®. As mulheres foram responsáveis pela publicação de 15,79% de todas as fotos analisadas neste período, enquanto os homens postaram 84,21% delas. Quando analisamos o destaque que a foto dá ao corpo, a alguma parte do corpo dos atletas ou a roupa utilizada por eles, verificamos que em nenhuma das fotos postadas pelas mulheres este destaque é dado, enquanto 6,25% das fotos postadas pelos homens possuem esta característica. Quando analisamos as propagandas presentes nas fotos postadas, percebemos que em 33,33% das fotos postadas pelas mulheres possuem algum tipo de propaganda dos

patrocinadores das atletas, enquanto em 59,37% das postadas pelos homens estas propagandas aparecem. **CONSIDERAÇÕES FINAIS:** A aderência ao *Instagram*® dos jogadores de futebol da equipe do Real Madrid, que jogaram a final da *UEFA Champions League* na edição de 2013/2014 e se tornaram campeões é muito maior que as jogadoras do Wolfsburg, na mesma situação. O tipo de fotos, seus conteúdos, o local, o momento em que elas foram tiradas e o uso de *hashtags* na legenda não parecem ter uma relação direta com o gênero. Sobre o destaque aos patrocinadores, ao corpo e as vestimentas dos atletas, podemos sugerir que estas são características mais aparentes nas fotos publicadas pelos jogadores homens.

PALAVRAS-CHAVE: *Instagram*®; Gênero; Tecnologias.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

HOCHMAN, N; SCHWARTZ, R. Visualizing Instagram: Tracing Cultural Visual Rhythms. Disponível em: <<http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM12/paper/viewFile/4782/5091>>. Acesso em: 12 de dez. de 2013.

MASSIMINO, I. C. **Futebol feminino na mídia impressa**. 2011. 33 f. Monografia (Bacharelado em Ciência do Esporte) – Faculdade de Ciências Aplicadas, Universidade Estadual de Campinas, 2011.

SILVA, P. I. R. *Instagram*: um modo de narrar sobre si, fotografar ou de olhar para se ver. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 17, 2012, Ouro Preto. **Anais...** Ouro Preto: 2012.