



DOI: <https://doi.org/10.20396/conex.v19.i1.8663527>

Artigo Original

Igualdade de gênero no corfebol: análise das hashtags no Facebook

Gender equality in korfbal: analysis of hashtags on Facebook

Igualdad de género en korfbal: análisis de hashtags en Facebook

Renata Laudares Silva¹ 

Giselle Helena Tavares² 

Afonso Antônio Machado¹ 

RESUMO

Objetivo: Analisar de que maneira os usuários do Facebook utilizam a hashtag na organização dos conteúdos relacionados ao corfebol e as questões relacionadas à igualdade de gênero e em quais formatos se dão essas postagens nesta rede social.

Metodologia: Buscou-se as hashtags #Korfbal #Corfebol #GenderEquality e #MixedGenderSport no Facebook e as mesmas foram analisadas sob a Técnica de Análise de Conteúdo no período de 1 a 15 de agosto de 2019. **Resultados e discussão:** os resultados geraram duas categorias: hashtags utilizadas na marcação das postagens e conteúdos abordados – igualdade de gênero. **Considerações Finais:** Pode-se perceber que o Facebook se mostrou um espaço interessante no que tange à difusão de conteúdos relacionados às questões de gênero e as hashtags neste contexto, foram ressignificadas.

Palavras-chave: Corfebol. Hashtags (Metadados). Facebook (Rede social on-line). Igualdade de gênero.

¹ Universidade Estadual Paulista, Instituto de Biociências, Departamento de Educação Física, Rio Claro - SP, Brasil.

² Universidade Federal de Uberlândia, Faculdade de Educação Física e Fisioterapia, Uberlândia - MG, Brasil.

Correspondência:

Renata Laudares Silva. Instituto de Biociências de Rio Claro. Avenida 24A, 1515, Jardim Bela Vista, Rio Claro, SP, CEP 13506-900. Email: renata.laudares@gmail.com



ABSTRACT

Objective: To analyze how Facebook users use the hashtag in the organization of content related to korfbal and issues related to gender equality and in what formats these posts are made on this social network. **Methodology:** We searched for the hashtags #Korfbal #Corfebol #GenderEquality and #MixedGenderSport on Facebook and they were analyzed using the Content Analysis Technique from 1 to 15 August 2019. **Results and discussion:** the results generated two categories: hashtags used to mark posts and content covered - gender equality. **Final Considerations:** It can be seen that Facebook has proved to be an interesting space in terms of the dissemination of content related to gender issues and hashtags in this context have been re-signified.

Keywords: Korfbal. Hashtags. Facebook (Electronic resource). Gender Equality.

RESUMEN

Objetivo: Analizar cómo los usuarios de Facebook utilizan el hashtag en la organización de contenidos relacionados con el korfbal y temas relacionados con la igualdad de género y en qué formatos se realizan estas publicaciones en esta red social. **Metodología:** Se buscaron los hashtags #Korfbal #Corfebol #GenderEquality y #MixedGenderSport en Facebook y se analizaron mediante la Técnica de Análisis de Contenido del 1 al 15 de agosto de 2019. **Resultados y discusión:** los resultados generaron dos categorías: hashtags utilizados para marcar publicaciones y contenido cubierto - igualdad de género. **Consideraciones finales:** Se puede apreciar que Facebook ha demostrado ser un espacio interesante en cuanto a la difusión de contenidos relacionados con la temática de género y los hashtags en este contexto han sido resignificados.

Palabras Clave: Korfbal. Hashtags. Facebook. Igualdad de género.

INTRODUÇÃO

Criado na Holanda por um Profissional de Educação Física, em 1902, o corfebol é o único esporte coletivo exclusivamente misto desde a sua origem. O objetivo principal do corfebol é arremessar a bola em um cesto preso a um poste fixado à 3,5 metros do chão. São dois postes, um em cada lado da quadra, fixados à 7,5 metros da linha de fundo. A medida do campo de jogo é 40X20 metros e ganha o jogo a equipe que fizer mais cestas. Tem-se a mudança de zona de ataque sempre que dois gols forem marcados, alterando conjuntamente, a função dos jogadores. O jogo em si possui 2 tempos, com duração de 25 minutos cada um, separados por um intervalo de 10 minutos, conforme evidencia Bortoleto (2018). Trata-se de uma modalidade esportiva jogada com equipes formadas por quatro homens e quatro mulheres, sendo a marcação feita por gênero, ou seja, homem marca homem e mulher marca mulher, favorecendo desta forma a igualdade de oportunidades entre os gêneros (GUBBY, 2016). Além desta questão, o corfebol preza pelos princípios da inclusão, do respeito, da cooperação e da colaboração, contribuindo assim, com mudanças de valores no que tange aos aspectos educacionais como também em outros contextos sociais.

O corfebol é foco de estudo em diferentes áreas do conhecimento, destacando sua interface com as questões de gênero. Summerfield e White (1989) discorreram sobre a modalidade, focalizando o ambiente educacional das aulas de Educação Física, demonstrando que meninas e meninos podem jogar juntos em igualdade de condições. Crum (1988) discorreu sobre o corfebol no campo da Sociologia do Esporte, focalizando a promoção de uma análise crítica sobre esse esporte ser considerado não-sexista. Gubby e Wellard (2016) desenvolveram sua pesquisa, focalizando as questões relativas à igualdade de gênero no corfebol e a neutralidade de gênero proposta pela modalidade.

Sendo assim, o corfebol, desde sua criação, em tempos anteriores as discussões de gênero e a presença feminina no esporte, se mostrou uma modalidade esportiva diferenciada das outras tradicionais, como também antecipada à essas discussões. No entanto, ainda é um esporte pouco conhecido. De acordo com Jan Fransoo, presidente da Federação Internacional de Corfebol, este esporte se encontra presente nos cinco continentes. No Brasil, existe duas federações as quais se encontram situadas no estado do Rio de Janeiro (representante oficial da modalidade no Brasil) e São Paulo. No entanto, ao passo que esta modalidade se encontra presente em todos os continentes, ainda existem barreiras a serem superadas para que o corfebol seja reconhecido de forma global. Obstáculos relacionados aos aspectos culturais ainda são evidenciados, como é o caso de países que condenam a participação da mulher no esporte (FRANSOO, 2003). Neste sentido, a

Federação Internacional de Corfebol (IKF) têm investido potencialmente na divulgação da modalidade, principalmente, no âmbito das redes sociais, promovendo um ativismo digital para fins de torná-lo mais conhecido globalmente (IKF, 2020).

Garcia del Barrio (2016) e Nurminen (2017) evidenciaram que a indústria esportiva identificou o potencial vindo das diferentes mídias, no que tange a impulsionar os eventos relacionados às diversas modalidades esportivas, gerando engajamento, promovendo a interação com os fãs e marcas esportivas. Os autores ainda enfatizaram que as redes sociais, como o *Facebook* e o *Instagram*, podem atuar positivamente na divulgação e na popularização de eventos esportivos, conquistando um público cada vez maior e mais ávido de conteúdos instantâneos.

A rede social *Facebook* dispõe de um sistema de publicação de conteúdos e compartilhamento de informações, como também, fornece a *hashtag* na marcação dessas postagens. A rede aderiu a esse sistema em 2013 e de acordo com Cordeiro (2019, p. 24-25), tamanha foi a aceitação e uso da mesma, que estas, adquiriram novos usos e significados. Para a autora,

[...] As hashtags que eram ferramentas de catalogação, agora articulam uma bagagem signíca, carregam em cada enunciado uma historicidade social e linguística, está redigida pelos próprios usuários nas redes sociais digitais, que não se desvinculam, não se desapareçam, ainda que o leitor não precise retomar cada enunciado já produzido para compreender e se inserir na trajetória.

A ferramenta *hashtag* é utilizada em diferentes redes sociais, como o *Instagram* e o *Twitter*, onde nasceu e, por meio dela, os usuários etiquetam seus conteúdos e os compartilham. Para Romeiro e Silva (2018), essas *taggs* organizam os assuntos, contribuindo desta forma para a difusão das informações *taggeadas*, assim como na recuperação destes *posts* em um momento posterior.

No âmbito do *Facebook*, os usuários possuem autonomia para *taggear* os conteúdos ou informações na rede, liberdade essa relacionada a marcação de produtos conforme lhes convier, criando termos seguidos das *hashtags*, os quais estão relacionados com as suas postagens. Neste contexto, áreas como o marketing e gestão da informação ligadas ao setor esportivo das federações e dos clubes, podem vir a fazer uso dessa estrutura, no que concerne ao fato de formar opiniões, promover mudanças de comportamento, gerar engajamento ou alterar posturas ligadas a atitudes e valores, disseminar o esporte de forma global. No entanto, pouco se sabe sobre a ferramenta *hashtag* no âmbito do *Facebook* como difusora desses conteúdos e na organização dessas postagens. Neste sentido, é pretensão deste artigo

analisar de que maneira os usuários do *Facebook* utilizam a *hashtag* na organização dos conteúdos relacionados ao corfebol e as questões relacionadas à igualdade de gênero e em quais formatos se dão essas postagens na rede.

MÉTODO

O estudo é caracterizado como sendo de natureza qualitativa e foi desenvolvido fazendo uso das pesquisas descritiva e exploratória. Os termos buscados concomitantemente no campo “pesquisa” do *Facebook* foram #Korfball #Corfebol #GenderEquality e #MixedGenderSport.

Todos os dados foram coletados de maneira manual e salvos no *software* da *Microsoft Word*, processador de texto da *Microsoft Office*, para serem analisados em uma etapa posterior. O período da coleta de dados na rede social *Facebook* se deu entre 1 a 15 de agosto de 2019.

Os critérios de inclusão englobavam os posts que continham os termos aqui listados, korfball, corfebol, genderequality e mixedgendersport, os posts originais postados em qualquer data, idioma e formato. Quanto aos critérios de exclusão, descartou-se os posts repetidos e compartilhados.

A Técnica de Análise de Conteúdo (TAC) foi utilizada para analisar os dados coletados, seguindo os preceitos de Bardin (2017). Assim, foram elaboradas duas categorias para facilitar a análise dos dados. Categoria 1), *hashtags* utilizadas na marcação das postagens e categoria 2), conteúdos abordados – igualdade de gênero. Para analisar os dados coletados, o presente estudo apoiou-se na classificação elaborada por Carvalho (2014), a qual evidenciou cinco formatos de *posts* no *Facebook* (imagens, imagens/textos (memes), vídeos, *links* com *sites* e textos. Sendo assim, criou-se as seguintes categorias: imagem (foto/álbum, ilustração, infográfico, montagem), *links*/textos e vídeos. Para fins de uma análise mais precisa, atentou-se para a leitura das chamadas de texto. Elementos textuais/*hiperlinks* presentes nessas chamadas ajudam a compreender imagens e vídeos postados no *Facebook*.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os dados foram coletados durante 15 dias e resultaram em 1269 postagens, as quais foram salvas para que, num período posterior, analisadas. Aplicados os critérios de inclusão e exclusão, 70 postagens foram selecionadas, estando adequadas para compor a amostra final do estudo.

Segundo Berto e Gonçalves (2011) a comunicação no âmbito das redes sociais, no caso, do *Facebook*, pode-se se dar de diferentes maneiras e, dentre os recursos disponíveis, têm-se as imagens, os vídeos e os textos. Para os autores, a combinação desses elementos pode vir a assegurar a interação e a facilitação do diálogo entre os usuários, como também, estas podem vir a ser interpretadas e reinterpretadas engrandecendo o processo comunicacional no âmbito do ciberespaço.

Sendo assim, quanto a categoria 1) *hashtags* utilizadas, pode-se perceber que, no contexto pesquisado, resultou em 406#. Estas estavam distribuídas em *posts*, cujos formatos são listados a seguir: 135# em imagem/fotos, 105# em imagem/álbum, 150# em imagem/montagem e 16# em imagem/infográfico. Percebeu-se algumas variações quanto ao número de *hashtags* usadas na marcação dos *posts* de imagem, estas variaram de oito a 20 *hashtags* por *post*.

Constatou-se num primeiro momento que a *hashtag* (#Korfbal), termo em inglês do esporte foi citado 40 vezes e o termo em português (#Corfebol) 35 vezes. Outras maneiras de se referenciar a modalidade esportiva também foram encontradas via as *hashtags* (#korfbal, #Korfbol, #Corfbol) também foram mencionadas com frequência de 35 vezes cada. Notou-se que as cinco *hashtags* acima citadas foram utilizadas concomitantemente nos *posts*. Para Moura e Mandaji (2014), o usuário no âmbito da rede social, ao *taggear* uma postagem, este tem autonomia na criação da *tagg* assim como no uso desta, podendo escrevê-la de variadas formas. Corrêa e Santos (2018) afirmaram que se trata de uma característica da *Folksonomia* a variedade de etiquetas em diferentes idiomas, demonstrando, com isso, a flexibilidade em atribuir termos a conteúdos distintos.

O corfebol traz consigo algumas premissas tidas como a base da modalidade, como a cooperação, a inclusão e a integração. Estas também foram evidenciadas e se encontravam *taggeadas* nos *posts*. As *hashtags* #Cooperation, foi citada duas vezes, #Inclusive e #Integration foram citadas uma vez cada. Outras *taggs* foram evidenciadas nas postagens, enfatizando valores do esporte, como (#SocialValues, #FollowYourDreams, #BeActive), ações contra o doping (#KeepKorfbalClean), propaganda dos campeonatos mundiais (#ECUP2020, #EKC2018, U21WKC2018), *taggs* relacionadas aos países, como (#CostaRica, #Kenya, #Africa, #Hungary, #China), entre outras tantas.

Quando relacionadas ao contexto de gênero, várias foram as *hashtags* evidenciadas, dentre elas tem-se a #MixedGenderSport que apareceu com uma frequência de 27 vezes, #GenderEquality com 20 vezes de incidência, #MixedSport, seis vezes, #MixedTeamSport, #EqualityInSports e #RacingToGenderEquality, uma vez cada. Essas temáticas, quando

relacionadas ao corfebol, enfatizam as questões da igualdade de gênero no contexto esportivo, por se tratar de uma modalidade esportiva formada por equipes mistas. Ainda versando sobre a temática de gênero, outro grupo de *hashtags* ficou em evidência em algumas postagens. Notou-se na semana a qual se comemora o Dia Internacional da Mulher, 8 de março, *posts* relativos a esse fato, como a #March8, #IWD2019 e #BalanceForBetter, apareceram cinco vezes cada. De acordo com Santos (2018), grandes campanhas têm enfatizado que as mulheres podem praticar esportes e ações como essas, ajudam a quebrar padrões normativos de gênero. Tem-se como exemplos, as *tags* #LikeAGirl e #ThisGirlCan, consideradas campanhas de sucesso que alavancaram o uso dessa ferramenta # nas redes sociais virtuais.

Outras ações também ajudam a romper barreiras e quebrar tabus relacionados à mulher. 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 (FORNARI *et al.*, 2019). E de acordo com Cordeiro (2019. p. 24),

[...]. Num cenário de ascensão e ressignificação de ferramentas, extensões e operações, as redes sociais ainda constroem sua posição e funcionalidades para os usuários. Considerando suas remodelações, tanto no modo utilitário quanto no valorativo, o Facebook suscita estudos, sobretudo, no que tange à linguagem e às enunciações que se propagam pelas conexões da rede.

Com relação à discussão da categoria 2), conteúdos abordados - igualdade de gênero, levou-se em consideração, para análise dos posts, os formatos das postagens, como as imagens, os textos e os vídeos. Tentou-se detectar nas postagens elementos que legitimavam os princípios apregoados pelo corfebol, modalidade esportiva que, desde a sua origem, atua como um difusor e equalizador das questões de gênero no âmbito das práticas esportivas (GUBBY, 2016, SILVA *et al.*, 2019).

Para fins de captar as informações almejadas, contribuindo assim, para uma análise mais precisa, atentou-se para a leitura das chamadas de texto, ou seja, os dizeres que encabeçam os posts. Elementos textuais/hiperlinks presentes nessas chamadas ajudam a compreender imagens e vídeos postados no Facebook. Segundo Bourina e Dunaeva (2019, p. 110),

[...] 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.

Pode-se assim interpretar a fala dos autores que, mediadas pelas tecnologias, novas formas de comunicar se fazem presentes, como é o caso dos

hipertextos que se configuram como uma inovadora forma de se dialogar com o leitor. Por sua natureza híbrida, transcende e promove uma alteração no que tange a comunicação no âmbito virtual. As chamadas de texto evidenciam informações significativas que auxiliam na compreensão dos elementos presentes nos *posts*, reafirmando o olhar do observador na interpretação das imagens, assim, como dos atores presentes nas postagens. A inserção de *links* nas chamadas de texto, abrem novos hiperdocumentos ou texto de origem, para fins de acesso ao conteúdo original.

Para fins de compreensão, cada *post* foi categorizado dentro dos três tipos de formatos apontados anteriormente, no entanto, seria inviável fazer o registro de cada um para o presente artigo. Então, optou-se por narrar cada uma das postagens mencionadas na discussão. Como é o caso do *post* 1, formato imagem/foto³, cujos atores são o presidente do Comitê Olímpico Internacional (COI), Thomas Bach e a diretora geral da UNESCO, Audrey Azoulay, ambos afirmaram um acordo para trabalhar os preceitos olímpicos, no caso, a educação, a igualdade de gênero e temática do *doping*. As informações aqui expostas foram captadas por meio da chamada de texto do *post* no *Facebook*, que fez uso das *hashtags* #GenderEquality e #MixedGenderSport, como também, acesso à um *link* que levou a abertura do *twitte*, onde se encontrava maiores informações.

A temática que versava sobre a igualdade de gênero no esporte também foi encontrada nas postagens (*post* 67, 78, 79, 80, 81), cujo formato era de imagem/foto/montagem. Várias ações foram criadas pelo canal "Korfball.org", responsável pela área de comunicação e de transmissão de conteúdos da Federação Internacional de Corfebol (IKF). Em comemoração ao Dia Internacional da Mulher, sob a *hashtag* #IDW2019, com a temática "Discovery Korfball: The mixed-gender sport", uma série de postagens contendo frases de impacto em relação à igualdade de oportunidades e à equidade entre homens e mulheres no campo esportivo. Esses *posts* indicaram o poder dessas inovadoras maneiras de se comunicar e o quanto essas campanhas podem auxiliar na educação e gerar mudanças de valores (NUNES, 2017). As imagens podem ser visualizadas na figura 1.

³ Disponível em:

<https://www.facebook.com/korfball.org/photos/a.541832675875301/2127974033927816/?type=3&theater>



Figura 1 - Posts da campanha em comemoração ao Dia Internacional da Mulher.
Fonte: Korfball.org (2019).

O *post* 15⁴, formato texto/link com imagem, destacou questões relacionadas à gestão esportiva e as barreiras encontradas pelas mulheres ao buscarem oportunidades de inserção às organizações esportivas, na obtenção de melhores salários e acesso à cargos de gestão. A pesquisa tece considerações acerca do 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.

Neste contexto, Zanatta *et al.* (2018) apontaram em seu texto que o perfil do gestor esportivo no Brasil ainda é formado por homens e que os comitês olímpicos, órgãos dos setores públicos e privados ligados ao esporte e secretarias, entre outros espaços, ainda são ocupados por homens. Cunningham *et al.* (2018) discorreram sobre a sub-representatividade feminina em relação à ocupação das funções, treinadora ou assistente esportiva. Vários são os motivos que contribuem para a não permanência da mulher nesses cargos, dentre eles, as diferenças de gênero e a baixa expectativa de crescimento na carreira.

Autores como Sotiriadou e Haan (2019) discorreram sobre as relações entre gênero, liderança e governança e apontaram ser este ainda um ambiente

⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/korfball.org/posts/2380026122055938>

favorável aos homens e enfatizaram que a hegemonia masculina ainda persiste neste campo. No entanto, Rubio (2016) evidenciou que ações têm sido implementadas no que tange promover à igualdade de oportunidades entre os gêneros no esporte e na gestão do mesmo. Dentre essas, tem-se a agenda 2020 (IOC, 2014), a qual ressalta compromissos e recomendações, as quais tratam da promoção da igualdade de gênero no campo da gestão no esporte, da inclusão de modalidades com equipes mistas, entre outras recomendações.

O *post* 82⁵, formato de vídeo, mostra uma partida de corfebol numa escola e enfatizou a promoção do esporte como uma ferramenta para trabalhar a igualdade entre os gêneros no campo esportivo como de transformação social em todo o mundo. Paixão (2017) e Dos Anjos (2016) discorreram sobre as experiências de inserção do corfebol nas aulas de Educação Física e enfatizaram em seus estudos que as modalidades mistas tendem a romper com a hegemonia dos esportes tradicionais na escola e atuar na promoção da igualdade de oportunidades entre os gêneros. O corfebol, na visão dos autores ajudam a romper com valores e crenças construídos socialmente sobre as capacidades e habilidades de meninos e meninas procedimentos metodológicos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao findar a análise dos dados, pode-se constatar que as *hashtags* analisadas neste estudo, exerceram sua função de aglomerar os conteúdos semelhantes nos *posts*, além do fato de promover uma resignificação acerca da ferramenta no âmbito do *Facebook*. Pode-se perceber também que, ao longo das postagens, grupos de *hashtags* foram utilizadas na marcação dos *posts*, evidenciando uma estratégia de *marketing* no que tange a promover importantes discussões acerca da temática de gênero e suas imbricações com o corfebol.

Percebeu-se que as postagens realizadas pelos usuários do *Facebook* concernentes ao corfebol e suas interfaces com as questões relacionadas à igualdade de gênero se concentravam nos formatos de imagens, vídeos e textos/*links*. O uso dessa ferramenta atua efetivamente no que tange a promover o esporte no âmbito da rede social analisada. O potencial das *hashtags* também pode ser constatado quando no fato dessas atuarem positivamente na modificação da forma de comunicação das pessoas, tornando-se ferramenta na busca de conteúdos e informações e promovendo maneiras inovadoras de engajamento nos mais variados temas.

É fato que algumas plataformas de interação social, como o *Facebook*, com o passar do tempo, modificam suas interfaces, alteram ferramentas e

⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/?v=410125813147047>

recursos específicos no sentido de acompanhar as transformações pelas quais essas mídias estão sujeitas. Neste sentido, o comportamento do usuário diante dessas mudanças tendem a se alterar, na tentativa de assimilar e compreender essas transformações. Portanto, diante da ferramenta analisada neste estudo, as *hashtags*, estas também são passíveis de sofrer alterações, se fazendo assim, necessário novos estudos acerca de seu comportamento e seu uso no âmbito do *Facebook*.

FINANCIAMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

NOTAS

CONFLITOS DE INTERESSE

Os autores não têm conflitos de interesse, incluindo interesses financeiros específicos e relacionamentos e afiliações relevantes ao tema ou materiais discutidos no manuscrito.

AUTORIA E COAUTORIA

Os autores declaram que participaram de forma significativa na construção e formação desde estudo, tendo, enquanto autores, responsabilidade pública pelo conteúdo deste, pois contribuíram diretamente em sua publicação e satisfazem as exigências de autoria.

Renata Laudares Silva - Concepção e desenvolvimento (desde a ideia para a investigação ou artigo, criou a hipótese); Desenho metodológico (planejamento dos métodos para gerar os resultados); Supervisão (responsável pela organização e execução do projeto e da escrita do manuscrito); Coleta e tratamento dos dados (responsável pelos experimentos, pacientes, organização dos dados); Análise / interpretação (responsável pela análise estatística, avaliação e apresentação dos resultados); Levantamento da literatura (participou da pesquisa bibliográfica e levantamento de artigos); Redação (responsável por escrever uma parte substantiva do manuscrito).

Giselle Helena Tavares - Concepção e desenvolvimento (desde a ideia para a investigação ou artigo, criou a hipótese); Desenho metodológico (planejamento dos métodos para gerar os resultados); Supervisão (responsável pela organização e execução do projeto e da escrita do manuscrito); Análise / interpretação (responsável pela análise estatística, avaliação e apresentação dos resultados); Redação (responsável por escrever uma parte substantiva do manuscrito); Revisão crítica (responsável pela revisão do conteúdo intelectual do manuscrito antes da apresentação final).

Afonso Antônio Machado - Concepção e desenvolvimento (desde a ideia para a investigação ou artigo, criou a hipótese); Desenho metodológico (planejamento dos métodos para gerar os resultados); Análise / interpretação (responsável pela análise estatística, avaliação e apresentação dos resultados); Redação (responsável por escrever uma parte substantiva do manuscrito); Revisão crítica (responsável pela revisão do conteúdo intelectual do manuscrito antes da apresentação final).

REFERÊNCIAS

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

BERTO, Matheus; GONÇALVES, Elizabeth. 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. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36887>. Acesso em: 10 out. 2020.

BORTOLETO, Luciana. Minicurso Corfebol. In: SEMANA DE ESTUDOS DA EDUCAÇÃO FÍSICA, 30., 2018, Rio Claro. *Apostila...* Rio Claro: FCESP/Federação de Corfebol do Estado de São Paulo, 2018. p. 1-18.

BOURINA, Helena V.; DUNAEVA, Larisa A. Role of hypertext in teaching foreign languages. *E-Learning and Digital Media*, Thousand Oaks, v. 16, n. 2, p. 110-121, fev. 2019. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/2042753019828358>. Acesso em: 10 out. 2020.

CARVALHO, Andreza Bento. *Facebook infection: marketing de conteúdo e fatores que geram o envolvimento dos utilizadores*. 2014. 180 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação, Marketing e Publicidade) - Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias de Informação da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, Portugal, 2014.

CORDEIRO, Ana Luiza. *A resignificação das hashtags no Facebook: análise da organização das enunciações*. 2019. 169 f. Dissertação (Mestrado em Estudos de Linguagens) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2019.

CORRÊA, Renato Fernandes; SANTOS, Raimunda Fernanda dos. Análise das definições de folksonomia: em busca de uma síntese. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 23, n. 2, p. 1-32, abr./jun. 2018. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-99362018000200001&script=sci_arttext&tlng=pt. Acesso em: 10 out. 2020.

CRUM, Ben. A critical analysis of korfbal as a "Non-Sexist Sport". *International Review for the Sociology of Sport*, Thousand Oaks, v. 23, n. 3, p. 233-241, set. 1988. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/240710285_A_Critical_Analysis_of_Korfbal_as_a_Non-Sexist_Sport. Acesso em: 10 out. 2020.

CUNNINGHAM, George B.; AHN, Na Young; ANDERSON, Arden J.; DIXON, Marlene A. Gender, coaching, and occupational turnover. *Women in Sport and Physical Activity Journal*, Champaign, v. 26, n. 2, p. 1-35, jan. 2018. Disponível em: <https://journals.humankinetics.com/view/journals/wspaj/27/2/article-p63.xml>. Acesso em: 10 out. 2020.

DOS ANJOS, Fernando Coelho. Corfebol nas aulas de educação física: uma possibilidade de esporte coletivo. In: CONGRESSO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR, 5 E CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR, 2., 2016, Rio Claro. *Anais...* Rio Claro: UNESP, 2016. p. 65.

FORNARI, Lucimara Fabiana; LOURENÇO, Rafaela Gessner; FONSECA, Rosa Maria Godoy Serpa; SANTOS, Danyelle Leonette Araújo; EGRY, Emiko Yoshikawa. Perspectiva de gênero nas reportagens sobre mulheres atletas nos jogos olímpicos Rio 2016. *Texto e Contexto Enfermagem*, Florianópolis, v. 28, e20180170, jul. 2019. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-07072019000100348&script=sci_arttext&tlng=pt. Acesso em: 10 out. 2020.

FRANSOO, Jan C. Korfball and the World. In: TROOST, F. (ed.) "And I went on a voyage to Sweden" – five reflections on 100 years of korfball. Utrecht: Royal Dutch Korfball Association, 2003. p. 169-186.

GARCIA DEL BARRIO, Pedro. Measuring empathy feelings in football through media value. *Revista de Psicología del Deporte*, Barcelona, v. 25, n. 1, p. 37-42, 2016. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/2351/235146293009.pdf>. Acesso em: 10 out. 2020.

GUBBY, Laura. *Can sport provide a space for gender equality? A qualitative study of children who play korfball*. 2016. 327 f. Tese (Doutorado em Educação) - Sport Science, Tourism and Leisure, Canterbury Christ Church University, Kent, Inglaterra. Disponível em: <https://repository.canterbury.ac.uk/item/88713/can-sport-provide-a-space-for-gender-equality-a-qualitative-study-of-children-who-play-korfball>. Acesso em: 10 out. 2020.

GUBBY, Laura; WELLARD, Ian. Sporting equality and gender neutrality in korfball. *Sport in Society*, Londres, v. 19, n. 8-9, p. 1171-1185, 2016. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17430437.2015.1096261>. Acesso em: 10 out. 2020.

IOC. International Olympic Committee. *Olympic Agenda 2020 - 20+20 Recommendations*. 07 december 2014. Disponível em: <https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/Documents/Olympic-Agenda-2020/Olympic-Agenda-2020-20-20-Recommendations.pdf>. Acesso em: 10 out. 2020.

IKF. Internacional Korfball Federation. *Open Call – IKF Marketing and Communication Committee*. 20 outubro 2020. Disponível em: <https://korfball.sport/open-call-ikf-marketing-and-communication-committee/>. Acesso em: 10 out. 2020.

MOURA, Keren Franciane; MANDAJI, Carolina Fernandes da Silva. A relação das hashtags com as palavras de ordem presentes nas Manifestações Brasileiras de 2013. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 15., 2014, Palhoça. *Anais...* Palhoça: UNISUL, 2014. p. 1-14. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sul2014/resumos/R40-1334-1.pdf>. Acesso em: 10 out. 2020.

NUNES, Raquel Sabóia. *Publicidade e educomunicação: uma análise de percepção em comentários digitais da campanha "meninas fortes" Nescau*. 2017. 67 f. Trabalho de Conclusão do Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS, Brasil, 2017.

NURMINEN, Minna. Social media campaign for the International Floorball Federation in connection to The World Games. 2017. 68 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Sports and Leisure Management) - 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: 10 out. 2020.

PAIXÃO, Jairo Antônio. Corfebol na escola: uma proposta extracurricular de práticas pedagógicas por acadêmicos do curso de licenciatura em educação física. *Scientific Electronic Archives*, Rondonópolis, v. 10, n. 5, out. 2017, pp. 96-103. Disponível em: <http://sea.ufr.edu.br/index.php?journal=SEA&page=article&op=view&path%5B%5D=363&path%5B%5D=pdf>. Acesso em: 10 out. 2020.

ROMEIRO, Nathália; SILVA, Franciéle C. G. A Folksonomia das hashtags como instrumento de militância contra o assédio sexual no Facebook: Avaliação da hashtag #mexeucomumamexeucomtodas. *RBBB. Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, São Paulo, v. 14, n. 2, p. 215-232, maio/ago. 2018. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/782>. Acesso em: 10 out. 2020.

RUBIO, Katia. Agenda 20+ 20 e o fim de um ciclo para o Movimento Olímpico Internacional. *Revista USP*, São Paulo, n. 108, p. 21-28, jan./fev./mar. 2016. Disponível em: <http://www.periodicos.usp.br/revusp/article/view/118234>. Acesso em: 10 out. 2020.

SILVA, Renata Laudares; CARMO, Elisangela Gisele; RODRIGUES, Nara Heloisa; PACHECO, José Pedro Scarpel; FUKUSHIMA, Raiana Lídice Mor.; SCHWARTZ, Gisele Maria. Ações criativas com materiais alternativos como estratégia de ensino do corfebol. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA E MOTRICIDADE HUMANA, 11 e SIMPÓSIO PAULISTA DE EDUCAÇÃO FÍSICA, 17., 2019, Rio Claro. *Anais...* Rio Claro: Editora Realize, 2019. p. 1-2. Disponível em <https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/29861>. Acesso em: 10 out. 2020.

SOTIRIADOU, Popi; HAAN, Donna. 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. Disponível em: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19406940.2019.1577902?casa_token=X5CtNLKtRCUAAAAA%3ALRbgTBvVrFm1PjQjI3u7aUh_1el0meh1MFjI7DixRjCM1q-5YRKHXoJjjLYaz2iQd42YEWpxo-hmw. Acesso em: 10 out. 2020.

SUMMERFIELD, Karen.; WHITE, Anita. Korfball: A Model of Egalitarianism. *Sociology of Sport Journal*. Champaign, v. 6, n. 2, p. 144-151, 1989. Disponível em: <https://journals.humankinetics.com/view/journals/ssj/6/2/article-p144.xml>. Acesso em: 10 out. 2020.

ZANATTA, Thaís C.; FREITAS, Daiane M.; CARELLI, Filipe G.; COSTA, Israel T. O perfil do gestor esportivo brasileiro: revisão sistemática da literatura. *Movimento (ESEFID/UFRGS)*, Porto Alegre, v. 24, n. 1, p. 291-304, jan./mar. 2018. Disponível em: <https://www.seer.ufrgs.br/Movimento/article/view/73803>. Acesso em: 10 out. 2020.

Recebido em: 08 dez. 2020
Aprovado em: 13 ago. 2021

Artigo submetido ao sistema de similaridade Turnitin®.

A revista **Conexões** utiliza a [Licença Internacional Creative Commons Atribuição 4.0](#), preservando assim, a integridade dos artigos em ambiente de acesso aberto.

A Revista Conexões é integrante do Portal de Periódicos Eletrônicos da Unicamp e associado/membro das seguintes instituições:

