



USOS, DISCURSOS E IMAGENS VEICULADAS DE TREINADORES ESPORTIVOS POR MEIO DE UMA REDE SOCIAL

Heitor Luiz Furtado, Júnior Düngersleber

Educação Física - Educação Física

Dentre as figuras participantes do fenômeno desportivo, uma em especial deve ser destacada, o treinador. O treinador, responsável pelos métodos de ensino propostos nos treinamentos, pela gestão de pessoas e por outras responsabilidades, deve utilizar de seus conhecimentos profissionais, interprofissionais e intrapessoais para encarar os desafios que o cotidiano da profissão lhe-traz. Apesar de ser uma figura já conhecida no ambiente desportivo, a profissão de treinador só foi institucionalizada no Brasil em 1998, através da lei 9696/1998 que definiu diretrizes nacionais para a formação profissional no ensino superior, onde ficou estabelecido que para atuar como treinador esportivo no Brasil é necessário ter um diploma de bacharel em Educação Física, exceto para treinadores de futebol, uma vez que a modalidade segue regras específicas. A partir da regulamentação profissional e da formação dos treinadores, das diversas variáveis no que se refere aos tipos de conhecimentos que constituem o treinador, se formam as mais variadas identidades profissionais. A identidade profissional é transitória e flexível tendo em vista que está é constituída a partir das concepções que o mesmo possui a respeito da profissão no momento e das suas vivências. Nos tempos atuais passamos por um crescimento da produção científica sobre treinadores, porém quando falamos especificamente da identidade profissional de treinadores não é possível encontrar uma quantidade significativa de trabalhos que discorram sobre o tema. Em meio a essa escassez de produção científica, nos deparamos com o crescimento das redes sociais na contemporaneidade, transformando-as em um importante meio de comunicação entre pessoas ou grupos que possuem algum interesse em comum, seja ele relacionado a valores e opiniões. Assim cada usuário constrói a sua identidade dentro do mundo virtual, expressando também a sua identidade profissional. Neste contexto, o trabalho foi norteado pelo seguinte problema de pesquisa: “QUAIS OS USOS, DISCURSOS E IMAGENS VEICULADAS DE TREINADORES ESPORTIVOS POR MEIO DE UMA REDE SOCIAL?” Para isso foi realizada uma revisão da literatura que buscou artigos científicos sobre identidade profissional ou redes sociais. Em seguida elegeu-se 13 treinadoras (es) de relevância no desporto brasileiro, que tivessem seu perfil no Instagram público e que publicassem regularmente. Outro critério estabelecido para a definição do escopo da pesquisa foram as datas de postagem das publicações, sendo incluídas aquelas que fossem do primeiro semestre de 2023 (01/01/2023 até 30/06/2023). Por fim as publicações que se enquadraram nestes critérios foram classificadas em uma planilha de Excel com os seguintes dados: treinador responsável pela publicação, descrição da publicação, legenda, quantidade de comentários, modalidade do treinador e categoria de análise conforme a temática da publicação. Como Resultados foram analisadas 331 publicações de 13 perfis, sendo 3 de treinadoras e 10 de treinadores. Pertencentes a 7 modalidades sendo 4 coletivas



(basquetebol, futebol, futsal e voleibol) e 3 individuais (judô, ginásticas e atletismo). As publicações foram distribuídas em 9 categorias de análise e apresentaram a seguinte distribuição: Conteúdo pessoal (15 publicações); Treinador e família (31 publicações); Motivação (17 publicações); Identidade Comercial (16 publicações); Treinador e Torcida, (36 publicações); Trabalho e Sucesso, (23 publicações); Treinador Atleta, (11 publicações); Treinador Referência, (33 publicações); Treinador Vencedor, (30 publicações); Outras (119 publicações). Destaca-se a heterogeneidade das identidades profissionais analisados, devido a variedade de modalidades analisadas, já que cada uma delas segue as lógicas estipuladas em seus próprios campos. É possível notar publicações com maior grau de produção principalmente em treinadores de modalidades mais presentes na mídia, como é o caso do futebol. O uso de equipes especializadas em acessória também está ligada a ideia de uma construção da imagem profissional, formando uma identidade profissional mercadológica, que estabelece vínculo com o clube e com os torcedores.

Palavras-chave: Esportes; Treinadores; Imagem Profissional

Apoio: Programa de Bolsas de Pesquisa do UNIEDU/Governo de Santa Catarina e UNIVALI