**O INSTAGRAM DO COMITÊ PARALÍMPICO BRASILEIRO ANTES, DURANTE E APÓS OS JOGOS PARALÍMPICOS DE TÓQUIO - 2021**

OLIVEIRA, Ricardo Roberto de[[1]](#footnote-1); VIEIRA, Graziella Cristina[[2]](#footnote-2); SCHMITT; Beatriz Dittrich[[3]](#footnote-3)

Eixo Temático: Esporte adaptado: participação, recreação e rendimento.

**RESUMO**

A rede social tem sido uma potente ferramenta para visibilização e divulgação de informações de diversas temáticas. Esse trabalho objetiva analisar as publicações do “*Instagram*” do Comitê Paralímpico Brasileiro (CPB) antes, durante e após os Jogos Paralímpicos (JP) de verão, sediados em Tóquio no ano de 2021. Trata-se de uma pesquisa descritiva e longitudinal de caráter documental, que teve como fonte de consulta a página do *Instagram* do CPB. Para a coleta das informações, a página foi acompanhada durante o período de 24 de julho a 05 de outubro de 2021. Esse período destaca 30 dias anteriores aos JP, os 13 dias durantes os JP e os 30 dias posteriores aos JP. As publicações foram lidas na íntegra e inseridas as informações em uma planilha eletrônica (data; tipo da publicação - “*feed* de notícias” ou “*stories”*; número de curtidas e comentários dos “*feed* de notícias”). Para análise dos dados, utilizou-se estatística descritiva (frequência absoluta e relativa). Anteriormente a coleta de dados, durante 16 dias, foi realizado um estudo piloto para familiarização com o *Instagram* e treinamento prévio. Três avaliadores independentes fizeram a coleta das informações. Os resultados encontrados revelaram 527 publicações entre “*feed* de notícias” e “*stories*”, sendo: 94 publicações (18%) no período de 30 dias anterior aos JP; 254 publicações durante os 13 dias de JP (48%); e, 179 publicações nos 30 dias posteriores aos JP. No que tange ao número de interações realizadas por curtidas, visualizações e comentários foram registrados 161.219 interações antes dos JP (10%); 1.278.658 interações durante os JP (83%); e, 108.838 interações após os JP (7%). Com os dados obtidos é possível perceber que durante os JP há uma interação maior do público, demonstrando a importância da rede social quanto a divulgação das modalidades paralímpicas e de seus atletas.

**Palavras-chaves:** Jogos Paralímpicos. Mídia esportiva. Instagram. Esporte paralímpico.

1. Mestrando em Educação Física, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis – Santa Catarina, [edf.ricardo@gmail.com](mailto:edf.ricardo@gmail.com). [↑](#footnote-ref-1)
2. Graduanda em Educação Física, Centro Universitário Estácio de Santa Catarina, São José – Santa Catarina, [graziellacvieira@gmail.com](mailto:graziellacvieira@gmail.com). [↑](#footnote-ref-2)
3. Doutora em Ciências do Movimento Humano. Universidade do Estado de Santa Catarina e Centro Universitário Estácio de Santa Catarina, Florianópolis – Santa Catarina, [beatriz\_bds@hotmail.com](mailto:beatriz_bds@hotmail.com).

   Agências Financiadoras: Programa PIBIC/Estácio Santa Catarina. Programa Pesquisa Produtividade/Estácio Santa Catarina. Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC). [↑](#footnote-ref-3)