



BRAZILIAN JOURNAL
of SPORT PSYCHOLOGY
& HUMAN DEVELOPMENT
BJSPHD

O FUTEBOL E AS REDES SOCIAIS DIGITAIS: o impacto do ciberespaço na categoria de base

SOCCER AND DIGITAL SOCIAL NETWORKS:
the impact of cyberspace on the youth category

Fernando de Lima Fabris¹
Adriane Beatriz de Souza Serapião²

RESUMO

Este estudo investiga a complexa relação entre atletas das categorias de base do futebol e as redes sociais digitais, analisando padrões de uso, motivações e os impactos percebidos em suas carreiras. Utilizando uma metodologia de métodos mistos, a pesquisa combinou um grupo focal qualitativo com atletas sub-15 e um questionário quantitativo com 40 atletas sub-17. Os resultados revelam uma imersão digital total, com 100% dos participantes utilizando o Instagram. O uso é estratégico: além da socialização, as plataformas servem como ferramenta para a construção de uma marca pessoal precoce, onde os jovens atletas selecionam cuidadosamente o conteúdo a ser postado, priorizando "os melhores lances" e omitindo erros. Notavelmente, os atletas demonstram grande resiliência psicológica. A maioria encara as críticas como um incentivo para melhorar (75%) e não se abala com a falta de engajamento (60%), mantendo uma hierarquia clara onde o "futebol é vida" e as "redes sociais são um passatempo". O achado mais crítico do estudo é o hiato institucional existente. Enquanto 73% dos atletas do questionário afirmaram receber orientação do clube sobre o uso das redes, o grupo focal negou unanimemente, revelando que as políticas atuais são baseadas em proibições, como restringir o acesso à internet, as quais os jovens admitem contornar. A pesquisa conclui que o atleta de base moderno é um ator digital sofisticado, que gerencia sua imagem e utiliza as redes para aprender. No entanto, essa autonomia se desenvolve à margem de um suporte institucional eficaz. O estudo recomenda que os clubes substituam a proibição pelo diálogo, implementando programas de letramento midiático que preparem os jovens para os desafios do ambiente digital, reconhecendo que a formação do atleta no século XXI é inseparável de sua formação como cidadão conectado.

Palavras-chave: Redes Sociais Digitais; Futebol; Ciberespaço; Desafios Futuros; Desenvolvimento Humano; Tecnologia.

¹ Doutor em Desenvolvimento Humano e Tecnologias. Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP), Rio Claro – SP, Brasil. E-mail: fabrislf@hotmail.com
<http://lattes.cnpq.br/2555850023197800>.

² Doutora em Ciências Biológicas. Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP), Rio Claro – SP, Brasil. E-mail: adriane.serapiao@unesp.br <http://lattes.cnpq.br/6997814343189860>.

ABSTRACT

This study investigates the complex relationship between youth academy soccer players and digital social media, analyzing their usage patterns, motivations, and perceived career impacts. Employing a mixed-methods approach, the research combined a qualitative focus group with U-15 athletes and a quantitative questionnaire administered to 40 U-17 athletes. The results reveal complete digital immersion, with 100% of participants using Instagram. Usage is strategic: beyond socialization, these platforms serve as a tool for early personal brand building, where young athletes carefully curate their posted content, prioritizing "the best highlights" while omitting mistakes. Notably, the athletes demonstrate significant psychological resilience. The majority (75%) perceive criticism as an incentive for improvement and are not discouraged by a lack of engagement (60%), maintaining a clear hierarchy where "soccer is life" and "social media is a hobby". The study's most critical finding is the existing institutional gap. While 73% of the questionnaire respondents stated they receive guidance from their club on social media use, the focus group unanimously denied this, revealing that current policies are prohibition-based—such as restricting internet access—which the young athletes admit to circumventing. The research concludes that the modern youth athlete is a sophisticated digital actor who manages their own image and uses social media for learning. However, this autonomy develops in the absence of effective institutional support. The study recommends that clubs replace prohibition with dialogue by implementing media literacy programs to prepare young athletes for the challenges of the digital environment, recognizing that the development of an athlete in the 21st century is inseparable from their development as a connected citizen.

Keywords: Social Media; Soccer; Cyberspace; Future Challenges; Human Development; Technology.

1 INTRODUÇÃO

O futebol transcende a definição de esporte no Brasil, consolidando-se como um fenômeno sociocultural que permeia diversas esferas da vida nacional. Praticado nos mais variados contextos, ele funciona como um elemento de forte identidade cultural e coesão social (Gastaldo, 2021). Por sua natureza democrática e acessível, a iniciação na modalidade ocorre frequentemente na primeira infância, incentivada pelo círculo familiar e social. Progressivamente, a atividade lúdica pode evoluir para o jogo, a competição e, finalmente, para o sonho de profissionalização. Essa aspiração é intensamente alimentada pela visibilidade e pelo prestígio social que a figura do jogador de futebol profissional alcança no país, representando um ideal de ascensão e sucesso para muitos jovens.

Nessa jornada formativa, que se estende da infância à vida adulta, o jovem atleta é exposto a uma complexa diversidade de experiências socioemocionais. Sentimentos como a euforia da vitória, a frustração da derrota, o medo da falha e a gestão da exposição pública tornam-se parte integrante do seu desenvolvimento (Fiap, 2022).

Tais vivências são cruciais, pois não apenas moldam o futuro do atleta, seja ele profissional, amador ou um mero espectador, mas também contribuem fundamentalmente para a sua formação como cidadão, ensinando valores como resiliência, disciplina e trabalho em equipe.

A trajetória de formação de um atleta, embora clássica em sua essência, enfrenta hoje uma variável inovadora que a diferencia de todas as gerações anteriores, a das redes sociais digitais. Vivemos em uma sociedade em rede, caracterizada pela centralidade da internet e das tecnologias de comunicação na organização de todas as práticas sociais (Morão et al., 2020). As plataformas digitais reconfiguraram as interações humanas, extrapolando a comunicação e impactando diretamente os comportamentos sociais, culturais e, conseqüentemente, os esportivos. Para o jovem atleta, isso significa que o seu processo de desenvolvimento ocorre, simultaneamente, nos campos físico e digital.

Diante dessa nova realidade, o presente estudo tem por objetivo central analisar como as redes sociais digitais se relacionam com o ambiente do futebol de base. Especificamente, busca-se compreender de que forma atletas da categoria Sub-17 e Sub-15 utilizam e se apropriam do ciberespaço, identificando as motivações, os padrões de interação e as percepções sobre o impacto dessas plataformas em suas rotinas e aspirações. A proposta não é avaliar a qualidade de uso, mas sim mapear as dinâmicas dessa relação e os principais fatores que a influenciam.

A justificativa para esta investigação reside na crescente necessidade de inserção dos jovens no ambiente digital, que hoje se configura menos como uma opção e mais como uma condição para a socialização e o pertencimento. A busca por validação e integração em grupos, um processo natural do desenvolvimento humano, transcendeu as barreiras físicas. Nas redes sociais, esse ambiente opera sem fronteiras geográficas e com mecanismos de controle distintos dos tradicionais, permitindo conexões globais instantâneas e uma gestão de identidade que se torna pública por padrão (Recuero, 2021).

Compreender essas dinâmicas no contexto do futebol, um campo de grande relevância cultural e imensa repercussão digital, é fundamental. Torna-se categórico investigar como a interação constante com o ciberespaço pode influenciar a performance e a saúde mental dos jovens atletas.

Temas como a construção da marca pessoal do atleta, a exposição digital precoce, o impacto das curtidas na autoestima, o controle parental e, de forma mais crítica, os riscos associados ao *ciberbullying* e ao discurso de ódio *online*, são elementos que agora compõem o ecossistema do esporte (Morão et al., 2020; Souza; Vaghetti; Tubagi, 2023). A maneira como o jovem lida com esses fatores pode interferir direta e indiretamente em sua trajetória como atleta e em sua formação como indivíduo.

Portanto, este trabalho se propõe a aprofundar a compreensão sobre a relação entre as redes sociais digitais e o futebol na categoria de base. Ao investigar o uso, as motivações e os efeitos percebidos por jovens atletas, busca-se oferecer um panorama sobre como essa nova geração se apropria do espaço digital, discorrendo sobre os potenciais impactos, positivos e negativos, que essa imersão constante acarreta para o futuro do esporte e de seus protagonistas.

2 METODOLOGIA

Este estudo, de abordagem com métodos mistos de desenho sequencial exploratório (Creswell; Clark, 2017), foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto de Biociências da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), sob o parecer nº 5.881.939, seguindo as normas da Resolução nº 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde (CNS).

A pesquisa foi conduzida em duas fases. A primeira, de natureza qualitativa e exploratória, consistiu em um grupo focal com atletas da categoria de base (Sub-15) que disputaram a primeira divisão do Campeonato Paulista. Os dados coletados nesta etapa, analisados por meio da Análise de Conteúdo temática (Bardin, 2018), serviram de base para a elaboração e validação do instrumento da fase seguinte.

A segunda fase, quantitativa, utilizou o "Instrumento de Investigação sobre o Uso das Redes Sociais Digitais no Futebol" – QRSD (Fabris; Serapião, 2025), um questionário *online* aplicado a uma amostra de 40 atletas da categoria sub-17 de uma equipe distinta da primeira fase, mas que também disputa a primeira divisão do Campeonato Paulista. A análise dos dados quantitativos ocorreu em duas etapas, primeiramente, uma análise estatística descritiva (frequência, média) para caracterizar a amostra e, em seguida, uma análise de *cluster* com o algoritmo SimpleKMeans (via software Weka) foi empregada para identificar perfis de uso (Frank; Hall; Witten, 2016).

Por fim, os resultados de ambas as fases foram integrados na etapa de discussão, utilizando os dados qualitativos do grupo focal para aprofundar e contextualizar os perfis quantitativos encontrados, fortalecendo a validade dos achados por meio da triangulação dos dados. A escolha por realizar o grupo focal com atletas da categoria Sub-15 e o questionário com atletas da categoria Sub-17 foi intencional.

Ambas representam estágios cruciais e complementares da categoria de base, permitindo uma visão mais ampla sobre o fenômeno. O grupo focal com os mais jovens (Sub-15) buscou capturar percepções em um estágio inicial de exposição à alta performance, enquanto o questionário com os mais velhos (Sub-17) visou quantificar padrões de comportamento já mais consolidados e próximos da transição para o profissionalismo.

3 RESULTADOS

Nesta seção, são apresentados os resultados da pesquisa, obtidos por meio do questionário QRSD (Fabris; Serapião, 2025) e da realização de um grupo focal. A exposição dos dados é feita de forma descritiva, com o objetivo de fornecer um panorama claro dos achados antes de sua análise aprofundada no capítulo subsequente.

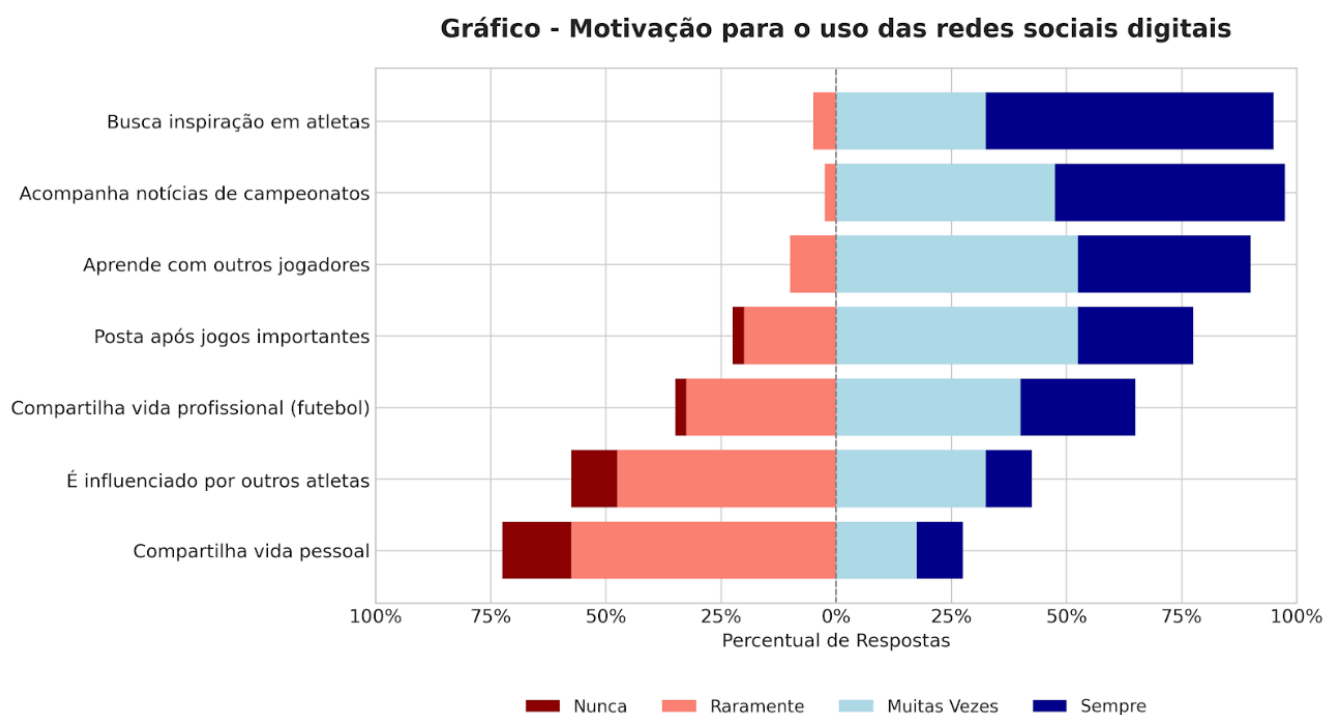
3.1 Resultados quantitativos (Questionário)

A primeira parte dos resultados refere-se aos dados coletados com o questionário ($N=40$), envolvendo questões de múltipla escolha e itens em escala Likert de quatro pontos (1 a 4).

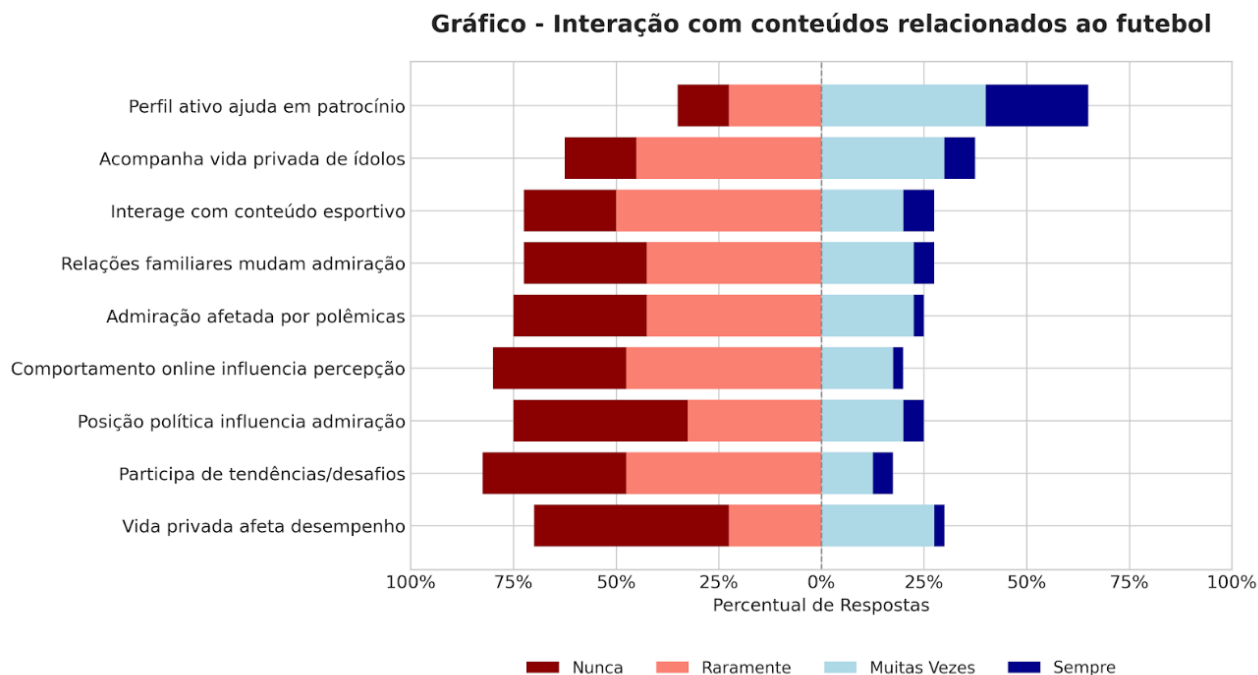
A apresentação dos resultados está centrada na análise visual das respostas às escalas Likert, por meio de gráficos de barras empilhadas. Este método foi escolhido por permitir uma visualização clara da distribuição e da polaridade das respostas. Essa leitura visual será complementada na seção seguinte, no qual será realizada uma análise estatística descritiva (média e moda) e uma discussão aprofundada das relações e interpretações dos dados, buscando uma melhor compreensão dos achados.

As Figuras 1 e 2, a seguir, resumizam os dados das duas categorias temáticas do questionário: "Motivação para o uso das redes sociais digitais" e "Interação com conteúdos relacionados ao futebol". É importante ressaltar a legenda da escala utilizada: para as questões de 6 a 12 e de 31 a 34, os pontos variam de 1 (Nunca) a 4 (Sempre); para as questões de 35 a 39, a variação é de 1 (Nada) a 4 (Muito). Nos gráficos, as cores representam a polaridade das respostas, com tons de vermelho para as negativas (1 e 2) e tons de azul para as positivas (3 e 4).

Figura 1 - Motivação para o uso das redes sociais digitais



Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

Figura 2 - Interação com conteúdos relacionados ao futebol

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

A Tabela 1 expõe a frequência de uso dos aplicativos, destacando o Instagram como a plataforma utilizada por 100% dos participantes. WhatsApp e TikTok seguem com alta penetração, ambos com 95% de uso. A Tabela 2 detalha as motivações para o acesso, apontando a "comunicação com amigos e familiares" (95%) e a "busca de conteúdo sobre futebol" (85%) como as principais razões.

Tabela 1 – Frequência de uso de aplicativos de rede social

Respostas	Frequência (n)	Percentual (%)
Instagram	40	100,0
TikTok	38	95,0
WhatsApp	38	95,0
YouTube	22	55,0
Snapchat	5	12,5
X (Twitter)	5	12,5
Telegram	2	5,0

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

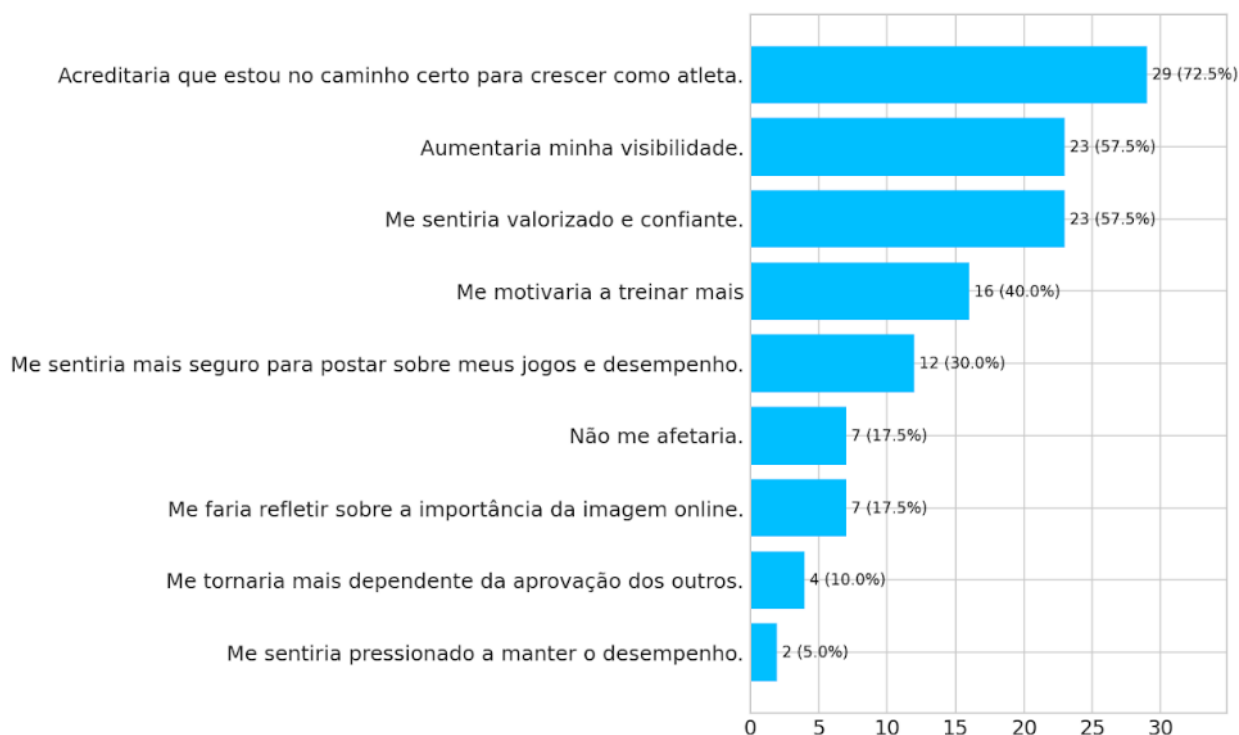
Tabela 2 – Motivações para acessar as redes sociais digitais

Respostas	Frequência (n)	Percentual (%)
Comunicar-se com amigos e familiares	38	95,0
Buscar conteúdos e notícias sobre o futebol	34	85,0
Buscar conteúdos específicos sobre futebol (jogos, campeonatos, curiosidades)	31	77,5
Seguir perfis de jogadores, clubes e comentaristas esportivos	28	70,0
Buscar conteúdos de “zueira” sobre o futebol	26	65,0
Utilizar como passatempo	21	52,5
Compartilhar opiniões e experiências sobre o futebol	18	45,0
Acompanhar notícias e conteúdos gerais	17	42,5
Entrar em jogos online	15	37,5
Às vezes como passatempo	1	2,5

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

As Figuras 3 a 6 apresentam as reações dos atletas a diferentes estímulos no ambiente digital. A maioria (72,5%) interpreta os elogios como um sinal de que "está no caminho certo", enquanto 57,5% afirmam se sentir "mais valorizados e confiantes" (Figura 3). Diante de críticas, 75% dos respondentes afirmam que elas os "incentivam a melhorar o desempenho".

No entanto, uma parcela de 45% declara não ser afetada por elas (Figura 4). A ausência de interações nas publicações não afetaria 60% dos atletas. Para 17,5%, a reação seria um estímulo para melhorar o conteúdo (Figura 5). Caso um erro se tornasse viral, a reação predominante seria "ignorar os comentários e manter a rotina" (62,5%), seguida por usar o evento como "motivação para melhorar" (57,5%) (Figura 6).

Figura 3 - Efeitos do recebimento de elogios nas redes sociais

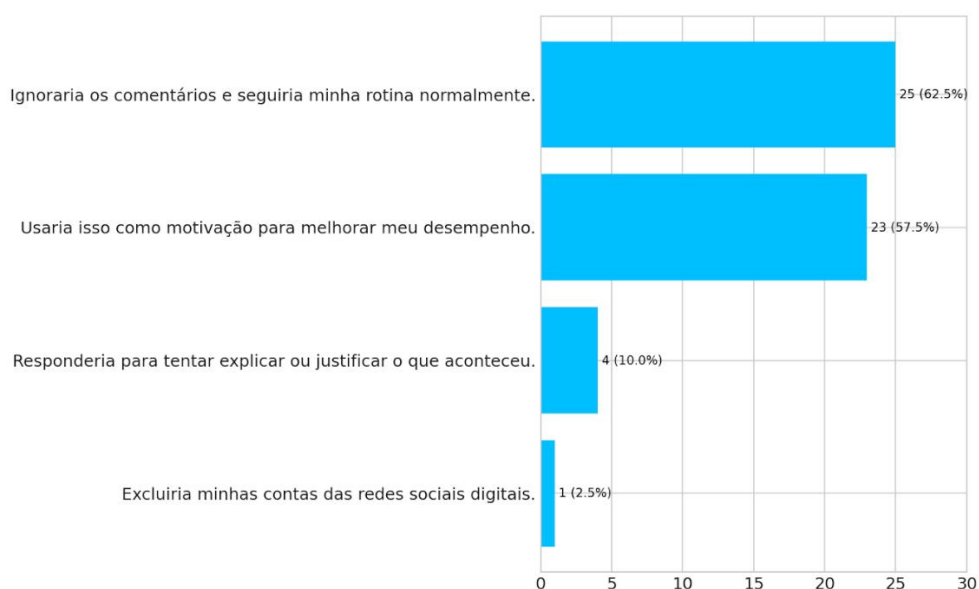
Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

Figura 4 - Efeitos do recebimento de críticas nas redes sociais

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

Figura 5 - Efeitos da falta de interação em publicações

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

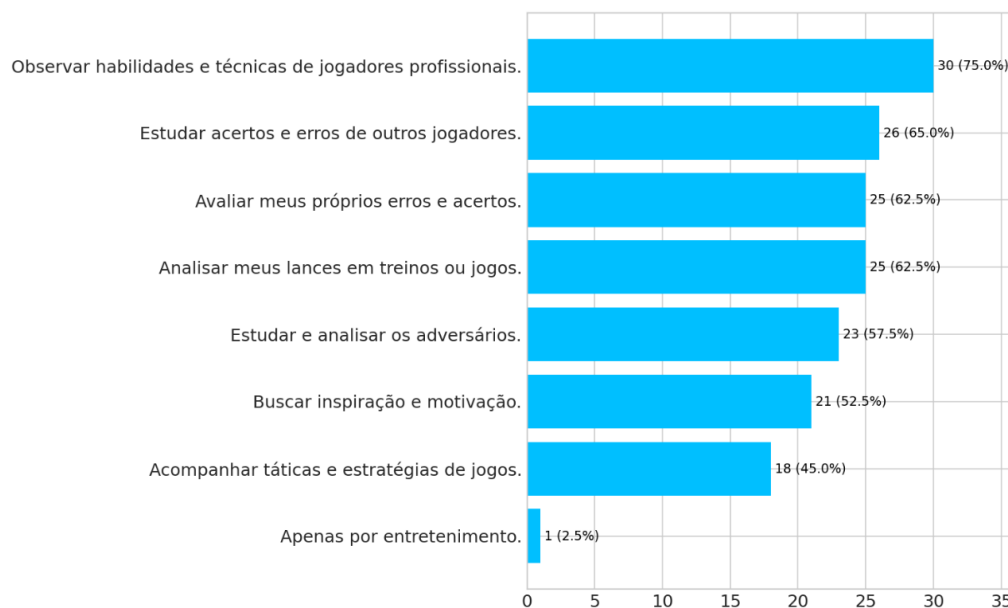
Figura 6 - Reação a um erro viralizado nas redes sociais

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

As Figuras 7 a 9 detalham como os atletas consomem conteúdo de futebol. As principais finalidades são "observar habilidades e técnicas" (75%), "estudar acertos e erros de outros jogadores" (65%) e "realizar autoavaliação" (62,5%) (Figura 7).

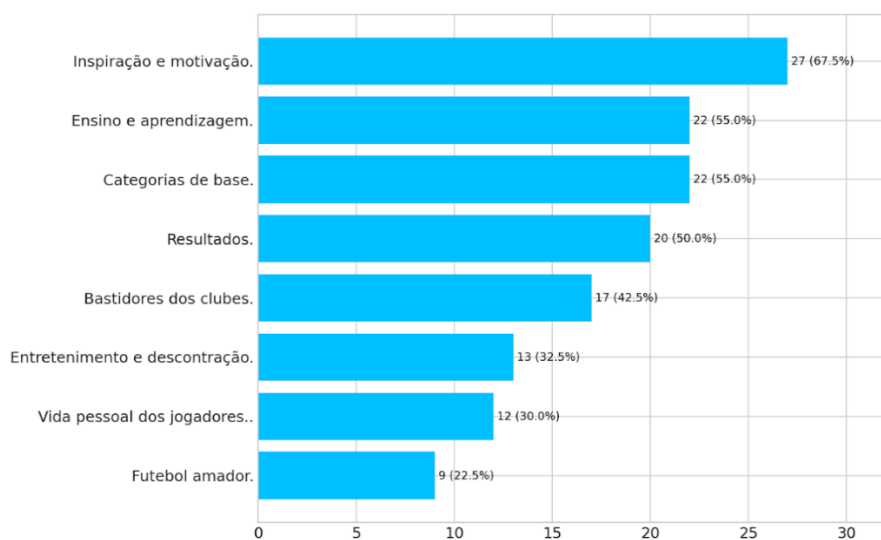
A busca por "inspiração e motivação" (67,5%) é o foco principal, seguida por "categorias de base" e "ensino e aprendizagem" (ambos com 55%) (Figura 8). Os aspectos que mais despertam interesse são o "desempenho tático" (87,5%) e o "desempenho técnico" (85,0%), seguidos pela "rotina de treinos" (65,0%) (Figura 9).

Figura 7 - Finalidades ao assistir vídeos de futebol

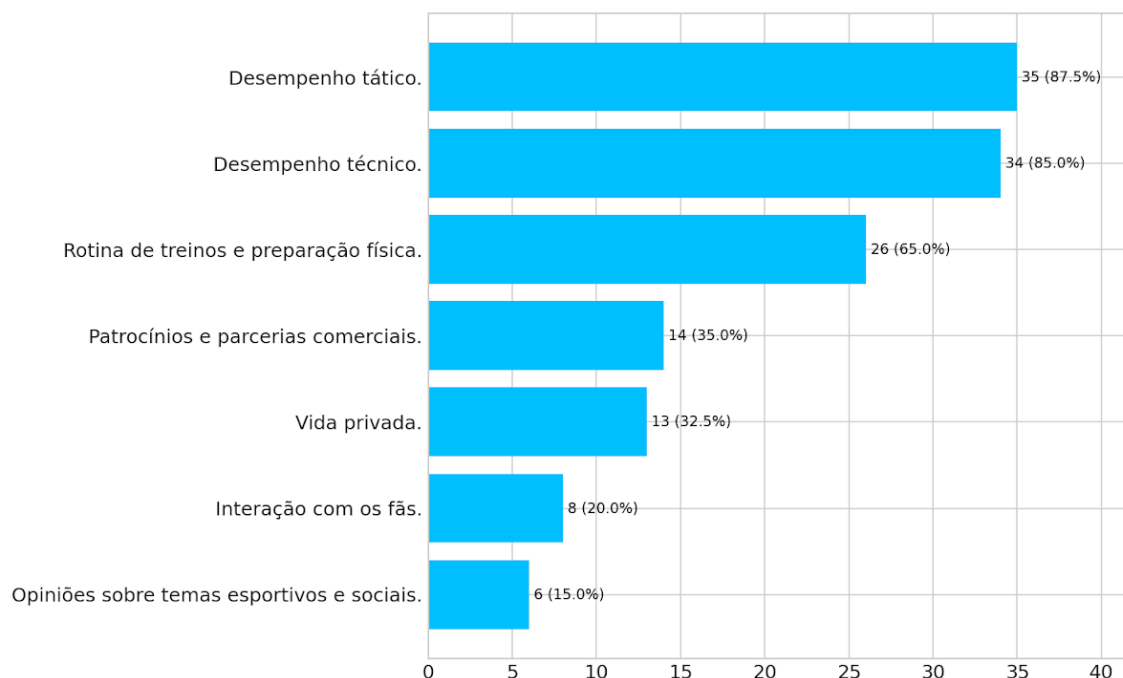


Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

Figura 8 - Foco do conteúdo de futebol consumido nas redes sociais



Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

Figura 9 - Aspectos de maior atenção em conteúdos de jogadores famosos

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

Sobre o tema de orientação e regras, 73% dos participantes do questionário apontaram que já receberam orientação específica sobre como utilizar ou se comportar nas redes sociais. Adicionalmente, 60% afirmaram concordar com a retirada ou proibição do uso das plataformas antes de jogos ou competições importantes.

3.2 Resultados qualitativos (Grupo Focal)

A análise dos dados do grupo focal foi organizada em cinco categorias temáticas que emergiram das falas dos atletas. Cada categoria apresenta os pontos principais da discussão, seguidos de trechos que ilustram as percepções do grupo.

Os atletas destacaram o uso diário das redes sociais, com o Instagram sendo a plataforma mais mencionada. O propósito de uso revelou-se duplo, englobando tanto a comunicação quanto uma curadoria de conteúdo para construção de imagem.

Trecho: *"Usamos para os dois: ver e postar os melhores lances dos jogos. Os piores momentos a gente não coloca".*

Essa fala evidencia uma seleção cuidadosa do que é publicado para projetar uma imagem positiva, refletindo a construção de uma identidade digital estratégica. A comunicação também foi citada como um motivo central:

Trecho: *"A gente usa para se comunicar".*

Apesar da intensidade de uso, o grupo minimiza a essencialidade das plataformas, colocando-as em uma perspectiva secundária em relação a outras prioridades.

Trecho: *"Para se comunicar é necessário, mas não é algo essencial".*

Essa percepção contrasta com a frequência de uso relatada, sugerindo que, para muitos, o acesso às redes já se tornou uma prática naturalizada e integrada ao cotidiano.

Os jovens demonstram um forte engajamento com o conteúdo esportivo, especialmente ao acompanhar atletas famosos, o que reforça o papel inspirador e aspiracional das redes.

Trecho: *"A gente segue jogadores famosos, como Cristiano Ronaldo, Messi, e o pessoal da Europa".*

O espelhamento em profissionais de elite é evidente, abrangendo não apenas o desempenho em campo, mas também a gestão de imagem e a vida pessoal.

Trecho: *"Ele [Neymar] posta sobre o dia a dia, fotos com a filha, e agora também sobre a recuperação dele".*

Esse comportamento valida a hipótese da pesquisa de que os jogadores de base utilizam as redes não apenas para autopromoção, mas também como um espaço de aprendizado e inspiração. No entanto, a escolha de quem seguir é seletiva e reflete um posicionamento crítico.

Trecho: *"Não seguimos todos, tipo o Neymar, alguns acham que ele não é o melhor".*

Os atletas demonstraram uma postura ambivalente sobre o impacto emocional das redes. Embora minimizem o desconforto com comentários negativos, a seleção de conteúdos positivos para postagem evidencia uma preocupação com a imagem.

Trecho: *"Às vezes, algum lance dos nossos jogos, mas só os bons".*

A indiferença expressa em relação ao feedback negativo pode ser entendida como uma estratégia de autopreservação emocional, essencial em um ambiente de alta exposição.

Trecho: *"Não", (em resposta à pergunta sobre incômodo com comentários negativos).*

A interação entre futebol e redes sociais é percebida de forma hierárquica. O futebol ocupa uma posição de centralidade na vida dos atletas, enquanto as redes assumem um papel secundário, mas relevante.

Trecho: *"O futebol é vida, quase como uma terapia. Já as redes sociais são um passatempo".*

Essa hierarquia reflete a importância da prática esportiva como elemento estruturante do cotidiano, enquanto as redes funcionam como suporte para socialização e entretenimento. A visão dos atletas sobre a relação é resumida no valor emocional associado ao esporte.

Trecho: *"Futebol é paixão. É essencial na vida".*

Apesar do papel crescente das redes, os participantes confirmaram a ausência de uma orientação formal por parte do clube sobre seu uso consciente.

Trecho: *"Não, ninguém orienta".*

A única forma de controle mencionada é a restrição de acesso à internet em horários específicos, revelando uma preocupação indireta da comissão técnica com o uso excessivo.

Trecho: *"No alojamento, quando chega 10 horas, cortamos a internet".*

Contudo, os jovens revelaram adotar estratégias para contornar essas restrições, o que demonstra tanto a importância das redes em seu cotidiano quanto uma resistência às regras impostas.

Trecho: *"Mas a gente leva mais de um [celular] [risos]"*.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este capítulo dedica-se à triangulação e discussão dos achados da pesquisa, sintetizando os dados quantitativos e qualitativos para construir uma compreensão aprofundada da relação entre atletas da categoria de base e as redes sociais digitais. O objetivo é ir além da descrição, contextualizando os resultados em um cenário esportivo e midiático mais amplo, com foco na realidade pesquisada.

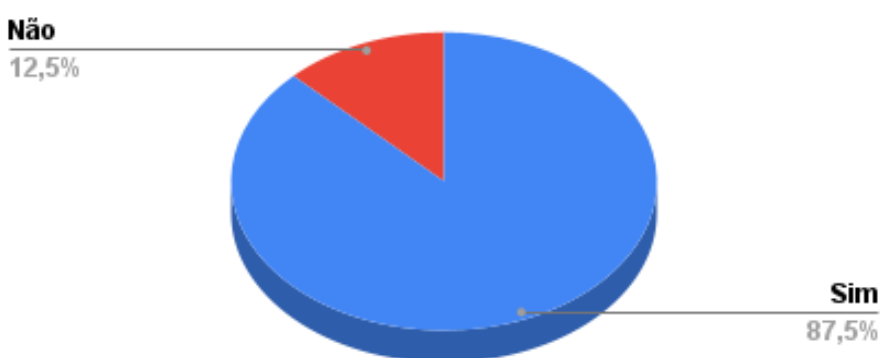
A pesquisa revela um ponto de partida, a imersão digital é total. A hegemonia do Instagram, utilizada por 100% dos respondentes, é o pano de fundo para um comportamento duplo e estratégico. Se por um lado as redes são usadas para comunicação e socialização, por outro, elas funcionam como uma ferramenta de gestão de carreira.

A análise qualitativa enriqueceu este dado ao revelar um cuidado com certos conteúdos, resumida na fala "postar apenas os "melhores lances" e omitir os "piores momentos".

Essa prática evidencia que, para além do uso social, as plataformas digitais são palcos para a construção de uma imagem profissional positiva (Figura 10). Trata-se da emergência de uma marca pessoal e profissional em um estágio precoce, um fenômeno alinhado à crescente espetacularização do futebol, onde a performance midiática se torna quase tão importante quanto a performance em campo (Prieb, 2018). O que se observa é um reflexo, na base, do que já é consolidado no profissionalismo, a necessidade de gerir a própria imagem como um ativo, como visto em casos de jovens atletas como Endrick, cuja gestão de marca e presença digital foram estrategicamente construídas antes mesmo de sua estreia profissional (Ge.globo, 2024).

Figura 10 - Uso das redes para promover a carreira

20. Você acredita que as redes sociais digitais podem promover a sua carreira?



Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

Paralelamente à construção dessa identidade digital, emerge um perfil de atleta notavelmente resiliente. A maioria afirma não se abalar com críticas (75% as usam para melhorar) ou com a falta de engajamento (60% não seriam afetados). A análise qualitativa aprofunda essa estatística, revelando a mentalidade por trás dela, a hierarquia clara expressa na frase "O futebol é vida [...] as redes sociais são um passatempo" demonstra um mecanismo de defesa de certa forma maduro, que blinda o foco principal.

Essa blindagem psicológica se torna uma ferramenta de sobrevivência fundamento, pois em um ambiente onde atletas são frequentemente alvo de ataques e discursos de ódio, como documentado pela SaferNet Brasil, desenvolver essa dissociação entre a validação *online* e a motivação intrínseca é fundamental. O achado deste estudo contrasta com a crescente preocupação com a saúde mental no esporte, tema que levou a própria CBF a criar diretorias e protocolos específicos para o “bem-estar” de atletas (CBF, 2023). Esse aspecto encontrado nos resultados da pesquisa pode indicar não uma ausência de problemas, mas o desenvolvimento de estratégias de enfrentamento individuais na ausência de um suporte institucional mais estruturado, o que não se apresenta como algo positivo.

É justamente neste ponto que a análise encontra sua maior tensão. A divergência entre os dados quantitativos e qualitativos sobre a orientação do clube revela um dos achados significativos deste estudo: enquanto 73% dos respondentes do questionário afirmaram já ter recebido orientação específica, a resposta no grupo focal foi unânime e oposta “Não, ninguém orienta”. A contradição se aprofunda quando 60% afirmam concordar com a restrição de celulares antes dos jogos, mas o grupo focal admite abertamente a prática de burlar a regra. Essa discrepância indica que a eficácia da orientação está diretamente ligada à sua capacidade de gerar adesão e comportamento consciente, algo que não ocorre com o grupo focal.

Essa falta de adesão é um ponto importante, visto que cada vez mais ocorrem discussões sobre os riscos do uso excessivo das redes sociais digitais e contato com as “telas” para o rendimento esportivo. Essa exposição prolongada, especialmente noturna, está associada à fadiga mental e à diminuição da qualidade do sono, fatores que impactam diretamente o tempo de reação e a tomada de decisão (Mello et al., 2017). Essa tensão entre autonomia e risco não é vivida da mesma forma por todos. A análise de *cluster* aprofunda essa heterogeneidade, revelando duas filosofias contrastantes sobre como gerenciar a carreira na era digital (Tabela 3).

Grupo 1, Socialmente Conectado (52,5%), caracteriza-se pela profunda imersão no ecossistema digital. Com maior propensão a compartilhar conteúdo pessoal e de futebol, este grupo é mais suscetível à dimensão social do esporte, sendo o único a afirmar que deixaria de seguir um atleta por seu comportamento. A ausência de um guia institucional, confirmada no grupo focal, parece intensificar sua busca por referências e modelos de comportamento *online*, aumentando sua conexão e sensibilidade ao ambiente digital.

Grupo 2, Focado no Campo (47,5%), mantém uma distância crítica do ambiente digital. Sua filosofia, encapsulada na frase "futebol é vida, redes sociais são passatempo", explica por que conseguem manter uma separação mais rígida entre o campo e a esfera pública digital. Para eles, as redes são uma extensão do treinamento: 75% as utilizam para "observar habilidades e técnicas" e 85% focam no "desempenho técnico" de seus ídolos. O consumo de mídia não é passivo, mas um processo ativo de aprendizagem, no qual as plataformas digitais servem como um vasto arquivo de material de estudo.

Tabela 3 – Composição dos Clusters

Característica/Variável Analisada	Cluster 1: Socialmente Conectado (n=21, 52,5%)	Cluster 2: Focado no Campo (n=19, 47,5%)
Engajamento e Exposição Pessoal		
Compartilhamento de conteúdo pessoal (Média 1-4)	2,52	1,89
Compartilhamento de conteúdo de futebol (Média 1-4)	3,1	2,63
Influência das Redes Sociais		
Treino é influenciado por redes sociais (Resposta Padrão)	"Sim, algumas vezes adotei hábitos..."	"Não, meu treino nunca é influenciado..."
Percepção de que a vida privada afeta o desempenho (Média 1-4)	2,1	1,58
Deixou de seguir atleta por comportamento (Resposta Padrão)	Sim	Não
Reação a um vídeo técnico (Resposta Padrão)	"Tento reproduzir o movimento..."	"Compartilho com colegas..."
Orientação Institucional		
Clube orienta sobre o uso das redes (Resposta Padrão)	Orientam	Não orientam
Opinião sobre proibição do celular pré-jogo (Resposta Padrão)	Discordo	Concordo

Fonte: Elaborado pelo autor (2025), com base nos resultados do algoritmo SimpleKMeans no software Weka

Em síntese, a análise revela um perfil de atleta de base que é um indivíduo digital híbrido e sofisticado. Ele é, ao mesmo tempo, produtor de conteúdo, gestor de sua própria marca, estudante do jogo e um jovem imerso nas complexidades da socialização *online*. Em vez de serem apenas espectadores, eles agem de forma ativa, usando o conteúdo para aprender e aproveitando os comentários para evoluir. Contudo, essa autonomia e resistência se desenvolvem em uma lacuna institucional, onde a orientação formal dos clubes se apresenta ineficaz ou inexistente. O atleta da base moderna está, portanto, aprendendo a jogar dois jogos simultaneamente, um dentro de campo e outro, igualmente ou mais complexo, na tela do celular.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo se propôs a analisar como atletas da categoria de base se relacionam com o universo das redes sociais digitais, buscando compreender seus padrões de uso, motivações e a percepção dos impactos em suas trajetórias. A pesquisa revelou um perfil de atleta muito mais complexo e sofisticado do que o senso comum poderia supor. Um jovem que, ao mesmo tempo em que desenvolve suas habilidades em campo, aprende a navegar e a se posicionar estrategicamente em um ecossistema digital midiaticado e intenso.

Os resultados apontam para três conclusões centrais. Primeiro, constatou-se a consolidação precoce do "atleta-marca", um agente que utiliza as plataformas não apenas para socialização, mas como uma ferramenta de gestão de imagem e construção de marca pessoal, em linha com as dinâmicas da sociedade do espetáculo (Debord, 1997) e adaptadas à era digital. Segundo, revelou-se um atleta com notável resistência psicológica, capaz de desenvolver mecanismos de blindagem contra as pressões do ambiente *online*, dissociando o feedback extrínseco de sua motivação intrínseca.

A terceira e mais crítica conclusão, no entanto, é a existência de um profundo hiato institucional. A discrepância entre a orientação que os atletas afirmam receber e a realidade de uma supervisão ineficaz e de regras que são contornadas expõe uma falha pontual nos clubes. Este achado sugere que as instituições esportivas ainda operam sob uma lógica de controle e proibição, voltadas ao resultado e rendimento, em vez de uma de formação integral do atleta.

As implicações práticas deste estudo são diretas. A abordagem atual dos clubes é centrada em regras e informações simplesmente impostas aos atletas, sem promover uma reflexão crítica (Freire, 2019). O resultado, como visto, é uma adesão superficial e uma resistência velada. A alternativa, portanto, reside em um modelo de preparação midiático baseado no diálogo, na conscientização e na construção de ferramentas práticas sobre como lidar com essas questões. Em vez de adotar uma abordagem puramente restritiva, como a proibição de celulares, os clubes podem desenvolver programas de preparação psicológica. Em colaboração com os atletas, tais programas deveriam focar no desenvolvimento de habilidades de enfrentamento (*coping*) para lidar com as pressões e distrações provenientes das redes sociais digitais, que, conforme apontam Weinberg e Gould (2017), podem impactar diretamente a concentração, a confiança e o controle da ansiedade no ambiente competitivo.

É preciso reconhecer as limitações deste trabalho. A amostra, embora reveladora, representa um recorte específico e não permite generalizações para todo o futebol de base brasileiro. Além disso, a pesquisa captura um momento no tempo, sendo incapaz de analisar as evoluções dessa relação ao longo da transição para a carreira profissional.

Diante do exposto, este estudo abre caminhos para futuras desafios. Seriam valiosos estudos longitudinais que acompanhem uma mesma geração de atletas desde a base até o profissionalismo, a fim de mapear as mudanças em seu comportamento digital. Pesquisas comparativas entre diferentes modalidades esportivas, e que incluam o esporte feminino, também são essenciais para uma compreensão mais ampla do fenômeno. Por fim, sugere-se o desenvolvimento e a avaliação de programas de intervenção focados no desenvolvimento midiático crítico, medindo seu impacto real no bem-estar e no comportamento dos jovens atletas.

Conclui-se, portanto, que formar um atleta de alto rendimento no século XXI é uma tarefa inseparável da formação de um cidadão inserido no ambiente digital. Ignorar o ciberespaço não é mais uma opção. O desafio para os clubes formadores é atualizar suas propostas de intervenção, trocando a proibição pela preparação e o silêncio pelo diálogo, entendendo que a próxima geração de atletas do futebol será forjada tanto nos gramados quanto nas redes.

REFERÊNCIAS

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL. **CBF anuncia novas medidas para a saúde mental de atletas**. Rio de Janeiro: CBF, 15 mar. 2023. Seção de Notícias. Disponível em: <https://www.cbf.com.br/noticias/cbf-social/cbf-anuncia-medidas-saude-mental>. Acesso em: 7 set. 2025.

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FIAP, J. P. R. **A Psicologia do Esporte como ferramenta na formação de atletas de futebol de categoria de base**. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, v. 8, n. 10, p. 2099-2114, 2022.

FRANK, E.; HALL, M. A.; WITTEN, I. H. **The WEKA Workbench**. In: _____. Data Mining: Practical Machine Learning Tools and Techniques. 4. ed. [S. l.]: Morgan Kaufmann, 2016. Apêndice online. Disponível em: https://ml.cms.waikato.ac.nz/weka/Witten_et_al_2016_appendix.pdf. Acesso em: 23 set. 2025.

FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido**. 71. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2019.

GASTALDO, É. **Futebol, cultura e sociedade**. In: GASTALDO, É. (org.). Futebol e Ciências Sociais: aproximações. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2021. p. 11-28.

GE.GLOBO. **Os bastidores da construção da marca Endrick**. Globo Esporte, São Paulo, 10 fev. 2024. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/palmeiras/noticia/2024/02/10/os-bastidores-da-construcao-da-marca-endrick.ghtml>. Acesso em: 7 set. 2025.

MELLO, M. T. de; ANTUNES, H. K. M.; TUFIK, S. **A relação entre os distúrbios do sono e a performance de atletas: uma revisão**. Revista Brasileira de Medicina do Esporte, São Paulo, v. 23, n. 1, p. 73-79, jan./fev. 2017.

MORÃO, K. G.; BAGNI, G.; VERZANI, R. H.; MACHADO, A. A. **O lado obscuro do mundo virtual e seus desdobramentos em atletas de esportes de raquete**. Caderno de Educação Física e Esporte, v. 18, n. 2, p. 1-7, 2020.

PRIEB, R. S. **O espetáculo do "eu": um estudo sobre a autoprodução de jogadores de futebol no Instagram**. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2018.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2021.

SAFERNET BRASIL. **Panorama de violações de direitos humanos na internet em 2023**. Salvador: SaferNet Brasil, 2024. Disponível em: <https://new.safernet.org.br/content/indicadores>. Acesso em: 7 set. 2025.

SOUZA, L. C. de; VAGHETTI, C. A. O.; TUBAGI, R. M. **Saúde mental no esporte: o impacto das redes sociais na vida de atletas.** Podium Sport, Leisure and Tourism Review, v. 12, n. 1, p. 119-135, 2023.

WEINBERG, R. S.; GOULD, D. **Fundamentos da Psicologia do Esporte e do Exercício.** 6. ed. Porto Alegre: Artmed, 2018.