



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA – UFSC
CENTRO DE DESPORTOS - CDS
DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO FÍSICA – DEF
EDUCAÇÃO FÍSICA

ALDAIR FRAGA

**O SONHO DE SER JOGADOR DE FUTEBOL PROFISSIONAL: AS
FERRAMENTAS DIGITAIS, A CONSTRUÇÃO DE IMAGEM E A SELEÇÃO DE
ESTUDANTES-ATLETAS**

Florianópolis
2024

ALDAIR FRAGA

**O SONHO DE SER JOGADOR DE FUTEBOL PROFISSIONAL: AS FERRAMENTAS
DIGITAIS, A CONSTRUÇÃO DE IMAGEM E A SELEÇÃO DE ESTUDANTES-
ATLETAS**

Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em
Educação Física do Centro de Desportos da
Universidade Federal de Santa Catarina como
requisito para a obtenção do título de Licenciado
em Educação Física.

Orientador: Prof. Rogério Santos Pereira, Dr.

Florianópolis
2024

Ficha catalográfica gerada por meio de sistema automatizado gerenciado pela BU/UFSC.
Dados inseridos pelo próprio autor.

Fraga, Aldair

O SONHO DE SER JOGADOR DE FUTEBOL PROFISSIONAL: AS FERRAMENTAS DIGITAIS, A CONSTRUÇÃO DE IMAGEM E A SELEÇÃO DE ESTUDANTES-ATLETAS / Aldair Fraga ; orientador, Rogério Santos Pereira, 2024.

61 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de
Desportos, Graduação em Educação Física, Florianópolis,
2024.

Inclui referências.

1. Educação Física. 2. futebol. 3. DSFootball. 4.
etnografia-digital. 5. seleção de atletas. I. Pereira,
Rogério Santos. II. Universidade Federal de Santa
Catarina. Graduação em Educação Física. III. Título.

ALDAIR FRAGA

O SONHO DE SER JOGADOR DE FUTEBOL PROFISSIONAL: AS FERRAMENTAS
DIGITAIS, A CONSTRUÇÃO DE IMAGEM E A SELEÇÃO DE ESTUDANTES-
ATLETAS

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de Licenciado em Educação Física e aprovado em sua forma final pelo Curso de Educação Física.

Florianópolis, 31 de julho de 2024.

Coordenação do Curso

Banca Examinadora:

Prof. Rogério Santos Pereira, Dr.
Orientador

Prof. Jaisson Bassani, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Adilson André Martins Monte, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Florianópolis, 2024.

AGRADECIMENTOS

Em um momento de grande significado para mim e para a minha história, gostaria de agradecer à minha esposa Dandara Silveira Monteiro por ser minha maior fonte de inspiração, todo meu sucesso é o nosso sucesso.

Gostaria de agradecer meu amigo, orientador e professor Dr. Rogério Santos Pereira, que me inspirou e me auxiliou nesta trajetória de formação acadêmica, acreditou no meu potencial e me ajudou a construir este projeto.

Também sou grato a minha família, meus irmãos Arthur e Alexandre, meus tios Junior e Fabiana e meus pais Alexandre e Priscila.

Agradeço por fazer parte do Labo-Mídia e poder contribuir com minhas experiências e agregar ao acervo, conhecendo, também, colegas que fazem parte desse grupo incrível. Estar presente neste lugar é muito importante para a minha formação.

Agradeço de coração aberto ao meu primo Luís Francisco Fraga por me ouvir e me aconselhar nos momentos de dificuldade e me apresentar a maravilhosa terapeuta Edilza, que me mostrou o quão forte eu sou e me ajuda em cada sessão a superar os meus medos e inseguranças.

Sou grato ao meu amigo professor Dr. Jaison José Bassani por assumir a minha orientação no momento de afastamento do meu amigo Rogério. Jaison assumiu com toda sutileza e me mostrou como com diferentes professores e diferentes abordagens é possível chegar a um projeto bem produzido e estruturado.

Ao Adilson, cujo apelido é Mestre, com todo bom humor me acolheu durante minha jornada acadêmica como um amigo/professor e espelho de que, com leveza, podemos levar conhecimento ao mundo.

Sou um aluno que participei de um lugar com qualidade de ensino e de transformação, por isso sou grato à UFSC, assim como aos meus amigos Eduardo e Juliana que me ajudaram a encontrar o caminho acadêmico, sou um cara de sorte em ter vocês!

Seja você quem for, seja qual for a posição social que você tenha na vida, a mais alta ou a mais baixa, tenha sempre como meta muita força, muita determinação e sempre faça tudo com muito amor e com muita fé em Deus, que um dia você chega lá. De alguma maneira você chega lá.

(Ayrton Senna)

RESUMO

Este trabalho tem o objetivo de investigar como as mídias funcionam na construção da imagem e na divulgação de jovens atletas, jogadores desconhecidos que procuram ingressar no futebol profissional, alcançando visibilidade no cenário nacional e internacional. Tais mídias auxiliam no processo de seleção para integrar categorias de base de clubes profissionais de futebol. Uma das ferramentas utilizadas por clubes e por jovens é o DSFootball, aplicativo que ajuda na divulgação de atletas e na aproximação deles com os clubes, por meio da seleção de jogadores sem fama, sem clube ou sem contratos de trabalho. Então, essa ferramenta permite que os atletas participem de mais de uma peneira ao mesmo tempo, criem perfis, além de publicar textos, fotos e vídeos demonstrando suas habilidades futebolísticas, bem como suas características físicas: idade, peso, altura, além de posição que jogam e clubes que atuam ou já atuaram. Assim, analisou-se como o atleta constrói sua imagem nas mídias sociais utilizando o DS Football e o seu perfil pessoal no *Instagram*, durante o processo de seleção realizado por clubes profissionais a partir de peneiras online. Para isso, realizou-se uma pesquisa qualitativa, na qual os dados foram construídos a partir da interação com o DS Football e descritos em um diário de campo a partir da etnografia de tela (Rial, 2022), considerando as redes de relações que podem compor os ambientes, sejam físicos e/ou digitais. Como resultados, mesmo que muitos tenham acesso às peneiras online e às tecnologias, existe uma lacuna que perpassa a falta de conhecimentos de recursos digitais, o que compromete a construção da imagem dos atletas e, conseqüentemente, a seleção e detecção para a profissionalização no futebol.

Palavras-chave: futebol; seleção de atletas; etnografia-digital; DSFootball.

ABSTRACT

The aim of this work is to investigate how the media works to build the image and publicize young, unknown players who are trying to break into professional soccer and achieve visibility on the national and international stage. These media help in the selection process to join the youth ranks of professional soccer clubs. One of the tools used by clubs and young people is DSFootball, an app that helps publicize players and bring them closer to clubs, by selecting players who are not famous, without a club or without work contracts. This tool allows players to take part in more than one screening at the same time, create profiles and publish texts, photos and videos demonstrating their soccer skills, as well as their physical characteristics: age, weight, height, the position they play and the clubs they play for or have played for. This will analyze how athletes construct their image on social media using DS Football and their personal Instagram profile, during the selection process carried out by professional clubs through online sieves. To do this, a qualitative study was carried out, in which the data was constructed from the interaction with DS Football and described in a field diary based on screen ethnography (Rial, 2022), considering the networks of relationships that can make up environments, whether physical and/or digital. As a result, even though many have access to online screenings and technologies, there is a gap that goes beyond the lack of knowledge of digital resources, which compromises the construction of the athletes' image and, consequently, the selection and detection for professionalization in soccer.

Keywords: football; athlete selection; digital ethnography; DSFootball.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Peneira para a posição de lateral.....	40
Figura 2 – Peneira para a posição de zagueiro.....	41
Figura 3 – Peneira para a posição de goleiro.....	42
Figura 4 – Peneira para a posição de atacante.....	43
Figura 5 – Peneira para a posição de volante.....	44
Figura 6 – Peneira para a posição de meio-campo ofensivo.....	45
Figura 7 – Publicação de jogador mostrando o número da sua camisa.....	47
Figura 8 – Foto tirada na academia por jovem atleta.....	47
Figura 9 – Postagem de atleta sobre peneira presencial.....	48
Figura 10 – Publicação em agradecimento ao Dom de jogar.....	48
Figura 11 – Mensagem motivacional com conteúdo religioso.....	49
Figura 12 – Postagem sobre o sonho de ser atleta profissional.....	49
Figura 13 – Percepção de si do estudante-atleta.....	50
Figura 14 – Perfil com ótimo currículo digital.....	51

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Informações coletadas nos três eixos de análise	46
--	----

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
1.1. OBJETIVOS.....	18
1.1.1. Objetivo geral	18
1.1.2. Objetivos específicos	18
1.2. JUSTIFICATIVA.....	19
2. REVISÃO DE LITERATURA.....	23
2.1. O ESTUDANTE-ATLETA E A DUPLA CARREIRA.....	23
2.2. O SONHO DE SE TORNAR ATLETA NO BRASIL.....	26
2.3. SELEÇÃO E DETECÇÃO DE ATLETAS	28
2.4. COMO O USO DAS MÍDIAS IMPACTA NA CONSTRUÇÃO DE IMAGEM DOS ATLETAS	29
3. METODOLOGIA	35
4. AS MÍDIAS DIGITAIS E A APRECIÇÃO DE DADOS.....	37
4.1. DSFOOTBALL: IMPRESSÕES DO APLICATIVO E COMO FUNCIONA	37
4.2. Coleta de dados e diário de campo	38
4.3. Peneira para a posição de lateral	40
4.4. Peneira para a posição de zagueiro	41
4.5. Peneira para a posição de goleiro	42
4.6. Peneira para a posição de atacante	42
4.7. Peneira para a posição de volante.....	43
4.8. Peneira para a posição de meio-campo ofensivo	44
4.9. A apreciação dos dados encontrados.....	45
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	53
REFERÊNCIAS.....	57

1. INTRODUÇÃO

No Brasil, existe uma compreensão de que os jogadores de futebol profissionais levam vida fácil, que são privilegiados nesse meio de trabalho e idolatrados pelos seus títulos e conquistas futebolísticas (Neto, 2020), mas na realidade não é isso que acontece. Para a vida profissional, é preciso lembrar da jornada, de que não é tão simples se tornar jogador de um clube profissional: primeiro porque cedo essa pessoa é desvinculada da sua família, para morar em centros de treinamento; segundo, pelo fato de ser exigido performance, como, por exemplo, rendimento dentro do campo, restrição alimentar, além de acompanhamento durante o treinamento físico; terceiro, por conta do afastamento do ambiente escolar (Neto, 2020).

Há, também, o prazo para a profissionalização: para aquele atleta que participa da base de um clube, por exemplo, se ele começar no Sub-8, no ano seguinte ir para o Sub-9 e sucessivamente seguir até o Sub-20, se nessa idade ou quando estiver nessa categoria ele não conseguir subir para o profissional, dificilmente esse jogador terá chances nesse clube. Nesse caso, acontece um certo processo de exclusão, já que são poucos aqueles que conseguem ser aprovados em uma peneira e se tornarem profissionais, com prestígio e oportunidades no cenário nacional e internacional (Jahnecka, 2020). Na realidade, os jogadores sem destaques geralmente são desligados ou emprestados a outros clubes em busca de oportunidades que os possibilitem jogar e se desenvolverem como atletas (Jahnecka, 2020).

Nesse processo de construção de visibilidade e de oportunidades, as tecnologias exercem um papel importante na conexão entre clubes e atletas, pois, de um modo geral, elas nos trazem soluções e novas possibilidades, como poder estar em diferentes espaços simultaneamente (Teixeira, 2021). Assim, meu propósito com este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é investigar como as mídias digitais ajudam a divulgar jovens atletas, ou seja, jogadores desconhecidos que procuram ingressar no futebol profissional (o qual poderá proporcionar visibilidade no cenário nacional e internacional), e auxiliam no processo de seleção para integrar categorias de base de clubes profissionais de futebol. Por meio de uma visão etnográfica, meu principal

interesse é compreender o processo de seleção e de detecção de atletas mediado por um aplicativo utilizado especificamente para essa finalidade, o DSFootball.

A ferramenta DSFootball conecta atletas e clubes através de peneiras digitais. Alguns times nacionais e internacionais possuem parceria com o aplicativo e solicitam a abertura dessas peneiras. Com isso, os jogadores – que antes devem se inscrever no APP e construir perfis com informações na bio inicial, fotos e vídeos – se inscrevem nas peneiras e, durante uma semana, compartilham publicações que atendam aos requisitos da peneira escolhida, como posição que jogam, etc. Durante esse período, a equipe de analistas do DS verifica os perfis dos atletas inscritos, fazendo a mediação para os clubes que buscam novos profissionais (Ferreira et al., 2022).

Então, considerando as possibilidades que o ambiente digital oferece para a divulgação de conteúdos diversos, a prática do futebol pode ser realizada em parques, escolas, campos de futebol do bairro e escolinhas de futebol. A partir disso, esses jogadores infames, através das mídias, publicam e mostram o seu talento. Por isso, qualquer vídeo não basta, o atleta tem que se esforçar, demonstrando em vídeo seus melhores lances em uma partida de futebol, inclusive, os campeonatos disputados com torcida ajudam a aumentar a credibilidade do atleta (Teixeira, 2021). Nesse sentido, a ferramenta DSFootball proporciona, aos seus usuários, facilidade na divulgação do desempenho futebolístico dos jovens jogadores (Ferreira et al., 2022).

Antes de prosseguir, é importante esclarecer o uso de jogadores infames neste trabalho. Michel Foucault (1992), em sua obra *A vida dos Homens Infames*, se refere aos sujeitos sem fama como aqueles que foram silenciados, marginalizados e oprimidos. Ou seja, ao abordar as vidas infames, Foucault discute o poder sobre os corpos e as vidas. A partir desses sujeitos de Foucault, a comparação que me refiro neste trabalho diz respeito àqueles não inseridos no futebol profissional, considerados sem fama ou amadores. Nesse sentido, essa perspectiva foucaultiana pode se relacionar com a temática proposta neste estudo pelo fato de que se pretende fazer uma análise (mesmo que breve) do processo de transição dos jovens jogadores que estão no anonimato e tentam ser selecionados por clubes profissionais.

Em décadas passadas, antes da popularização da internet e das mídias sociais digitais, a divulgação dos atletas era feita primeiramente boca a boca e depois com recurso de câmeras de vídeos e DVDs, conforme relata Rial (2022) ao falar sobre os

vídeos online ou *on demand*. De acordo com a autora, no Canadá (assim como em outros países) existia um editor de vídeos que ajudava na seleção dos jogadores por clubes, enviando DVDs gravados para agentes de futebol, treinadores e times. Para que os vídeos se destacassem, era importante incluir informações como dribles, corridas com bola e gols.

Dessa forma, o conteúdo deveria ter uma excelente qualidade, por isso, havia um cineasta que gravava os vídeos, contratado pelos atletas. As tecnologias mudaram, as câmeras ficaram com melhores qualidades de imagem e, atualmente, quem tem acesso a uma câmera pode gravar e se apresentar como jogador. Porém, clubes e olheiros podem preferir não usar essas ferramentas, ficando cada avaliação particular para cada clube (inclusive, normalmente os times não fornecem informações de como gravar um vídeo ou referências), pois, de acordo com Paoli *et al.* (2008, p. 44), “A busca de jogadores de futebol talentosos e o seu posterior desenvolvimento se encontram ainda em significativa dependência da avaliação subjetiva e do bom senso dos técnicos e/ou observadores”, fato que será discutido mais adiante.

No primeiro ano de pandemia da Covid-19 em 2020, o Sport Club Internacional, de Porto Alegre, anunciou um comunicado que suspendia a seleção de atletas de forma presencial, passando a fazê-la de forma online, por meio da postagem de um link no qual os jogadores poderiam se inscrever para o processo de seleção do clube (Rial, 2022). Assim como no caso do Internacional, os vídeos servem como forma de currículo e ajudam o atleta a se divulgar. Por isso, o conteúdo deve ser bem apresentado, a fim de potencializar os pontos fortes, já que um bom currículo ajuda com maiores chances de contratação. Dessa forma, há algumas vantagens em participar de uma peneira digital, como a possibilidade de participação em mais de uma peneira ao mesmo tempo, além de não ser necessário ter gastos com viagens e hotel, já que peneiras de atletas presenciais podem acontecer em mais de um dia e não existem garantias de aprovação.

Então, se considerarmos as questões acima, as quais evidenciam mudanças em nossas formas de comunicação e de relacionamento a partir do uso das redes sociais e da internet, além da presença cada vez maior do uso de tecnologias de comunicação e de informação nos processos de seleção e detecção de talentos esportivos no futebol, incluindo ferramentas como o DS Football, percebe-se a importância da

presente pesquisa, que busca justamente compreender como mídias sociais e ferramentas digitais estão sendo utilizadas por jovens atletas em processos de seleção e detecção no futebol. Mesmo com a popularização das mídias e das peneiras digitais, é importante enfatizar que são poucas as pesquisas, como a de Ferreira et al. (2022), que analisaram especificamente como as mídias sociais e as ferramentas digitais, incluindo o DS Football, são utilizadas por jovens atletas na busca por inserção profissional em clubes de futebol tanto brasileiros quanto internacionais.

A fim de realizar um mapeamento dos estudos envolvendo a temática da construção da imagem dos estudantes-atletas como recurso para a seleção no futebol profissional, foi feita uma pesquisa bibliográfica a respeito da temática, inicialmente no repositório da CAPES. No entanto, foram encontrados somente estudos distintos a respeito das temáticas do esporte, dos jovens atletas e do uso das mídias. Assim, na sequência, serão apresentados os filtros utilizados e os resultados encontrados no portal de periódicos mencionado.

A partir da busca “atletas e mídias”, foram encontrados 209 resultados, sendo que a maior parte deles trata de outros esportes ou de atletas profissionais – pelo viés da mídia como produtora de imagem desses jogadores. Inclusive, o primeiro e único artigo que trata dos jovens atletas aparece na maioria das outras buscas feitas no portal de periódicos: *Jovens atletas e as mídias sociais: percepções e alterações no contexto esportivo*, de Bagni, Morão, Verzani e Machado (2018).

Semelhante à procura anterior, na segunda busca usou-se “atleta e imagem” e foram encontrados 290 resultados, mas a maior parte deles eram trabalhos mais antigos (entre 2006 e 2013) e tratavam sobre construção de imagem e saúde, sem envolver mídia, por exemplo. Também foi feita uma pesquisa a partir das palavras “construção da imagem de atleta”, que gerou 14 resultados. No entanto, novamente eram estudos sobre a imagem de atletas profissionais, como o Neymar, ou de outros esportes. Ainda, a busca “atletas e Instagram” apresentou 14 resultados, os quais – com exceção do artigo de Bagni, Morão, Verzani e Machado (2018), já mencionado – tratavam de atletas de outros esportes, como é o caso do artigo de Hilgemberg (2021), que será mencionado mais adiante, no referencial teórico.

Também foi feita a busca “seleção de atletas”, a qual teve-se 473 resultados de estudos voltados para esportes diversos e também para perspectivas de saúde e

corporais, não sendo encontradas pesquisas voltadas à temática da seleção de estudantes-atletas de futebol. A filtragem “jovem atleta de futebol”, nos seus 208 resultados, também apresentou estudos voltados à saúde desses jogadores e seus desempenhos, aparecendo, apenas e novamente, o artigo de Bagni, Morão, Verzani e Machado (2018). Por fim, também fez-se a busca “DS Football”, que gerou 89 resultados, porém notou-se que os resultados envolviam apenas a expressão “football”, não tendo relação com o aplicativo objeto deste estudo. Da mesma forma, a última busca “estudante-atleta e mídia” não apresentou nenhum resultado.

Antes de prosseguir, é importante explicar, brevemente, o texto de Bagni, Morão, Verzani e Machado (2018), pelo fato desse aparecer na maior parte das buscas feitas. Nesse artigo, os autores abordam a influência da mídia e do uso das redes sociais no rendimento dos jovens-atletas, por exemplo, mas não tem o objetivo de analisar a construção da imagem desses no processo de seleção para clubes profissionais.

Assim, fica evidente que diversos estudos foram feitos em relação a jovens atletas, futebol e mídia. No entanto, a temática que aqui se propõe de correlação entre os temas não foi observada nas pesquisas feitas no portal de Periódicos da CAPES, o que enfatiza a importância deste estudo, considerando a popularização das redes sociais nos últimos anos e da atualização das peneiras, agora também feitas de forma online, que ampliam as possibilidades de seleção de atletas pelos clubes, assim como favorece que jovens de diversos lugares, até mesmo distantes, possam ter mais oportunidades de serem selecionados para clubes profissionais.

A respeito da trajetória de pesquisa, para o desenvolvimento deste trabalho, foram feitas, inicialmente, as leituras fundamentais para a construção do referencial teórico, a partir das temáticas: estudantes-atletas, construção de imagem nas redes sociais e processo de seleção de jogadores por clubes profissionais. Na pesquisa documental, foram analisadas publicações feitas pelos próprios jogadores no aplicativo DS Football, assim como na rede social *Instagram* que tinham como objetivo divulgar as habilidades futebolísticas desses estudantes-atletas. Dessa forma, pretendeu-se observar o modo como essas habilidades apareceram ou foram apresentadas nessas publicações. A partir da pesquisa bibliográfica e da documental, foi possível analisar como o estudante-atleta constrói sua imagem tanto no aplicativo

DSFootball quanto no *Instagram* para que ela o auxilie no processo de seleção e captação de clubes profissionais.

Assim sendo, apresentarei a seguir os objetivos da pesquisa, seguido da justificativa para este estudo. Na sequência, trato das dificuldades dos atletas profissionais e da realidade dos jogadores brasileiros, pensando nos jovens infames. Depois, abordarei o processo de formação e seleção desses atletas, apresentando, também, estudos teóricos que tratam das perspectivas de dom e *entourage*, seguindo com as discussões sobre as mídias digitais e a apresentação mais detalhada da ferramenta DS Football. No capítulo seguinte, será descrita a metodologia desta pesquisa, seguida da etapa de análise dos dados selecionados. Encerro com as considerações finais a respeito deste estudo e os possíveis desdobramentos a partir dele.

1.1. OBJETIVOS

1.1.1. Objetivo geral

Descrever e analisar os processos de seleção de jovens jogadores de futebol em uma plataforma digital online - Dream Stock (DS) Football.

1.1.2. Objetivos específicos

- Descrever as funcionalidades do DSFootball, examinando suas informações, publicidade e características principais.
- Identificar como são realizadas as peneiras digitais por meio do DSFootball e como elas contribuem para a seleção de jogadores de futebol em idade escolar.
- Avaliar como estudantes-atletas constroem suas imagens nas mídias digitais, como o DS Football e o *Instagram*, para divulgação de suas habilidades futebolísticas.

1.2. JUSTIFICATIVA

Meu interesse neste tema vem, como quase sempre ocorre em pesquisa, de uma questão pessoal: primeiro pelo fato do meu nome ter sido escolhido por conta de um jogador de futebol, Aldair; segundo por nascer em uma final de copa do mundo; terceiro por amar o futebol brasileiro e ter questionamentos sobre o processo de profissionalização. Então, sempre tive interesse em trabalhar com futebol, mas não em ser jogador. Sendo estudante do curso de Educação Física da UFSC, percebo que posso indiretamente tornar esse desejo possível, estudando futebol e ensinando nos espaços da Educação Física.

Abro um parêntese para esclarecer a relação do jogador Aldair, da Copa de 1994 e da escolha do meu nome. Aldair Santos do Nascimento foi um dos zagueiros responsáveis pelo tetra da Seleção Brasileira de Futebol, em 1994. Nessa Copa, ele entrou na seleção para substituir outro jogador que se lesionou, assumindo a titularidade. Por isso, considero o jogador um exemplo para mim como atleta, pois como um acaso, alguém fora dos principais foi titular absoluto e referência para aqueles que competiram na copa.

Sobre a escolha do meu nome, meu pai, na emoção do dia, achou que o jogador Aldair tinha feito um gol na final da Copa do Mundo (o que não aconteceu) e, por isso, decidiu fazer a homenagem, sem saber que estava enganado. Mas, para mim, Aldair Fraga, este nome e a data de 17/07/1994 – que se refere ao meu nascimento e a uma final da Copa do Mundo com vitória da seleção brasileira – representam o meu gostar de esportes, de futebol e buscar a minha graduação em Educação Física.

Assim, meu ingresso no grupo do Laboratório e Observatório de Mídia Esportiva (LaboMídia/UFSC), no qual debatemos e questionamos sobre mídia esportiva, a partir da temática de formação de atletas por meio de mídias digitais, se deu justamente por conta desse interesse inicial. Em razão disso, me foquei em tratar do aplicativo DS Football, que é pouco conhecido por mim e meus colegas, considerando que – por fazer parte desse grupo, enquanto pesquisador – posso analisá-lo e questionar seu funcionamento: qualidade de mídias e funções do aplicativo; investigando o perfil de atletas e explorando as postagens dos clubes que objetivam avaliar jogadores para a profissionalização.

Como investigador em formação, percebo lacunas na seleção de atletas, como, por exemplo, avaliações em um único dia (como normalmente acontece nas peneiras presenciais), jogadores que viajam e não se alimentam direito, que ficam ansiosos e perdem chances de aprovação, falta de metodologia científica, em que a seleção torna-se subjetiva, ficando a critério dos olheiros (Paoli; Silva; Soares, 2008). Desse modo, ferramentas como o DSFootball parecem democratizar as chances de oportunidades para os atletas, algo que, ao longo do meu estudo, tento responder se de fato acontece ou não.

Ao longo desta pesquisa e especialmente durante o capítulo de análise, procuro apresentar ao leitor como as tecnologias aproximam ou distanciam os atletas infames de clubes profissionais: de que forma esse jogador deve se apresentar e quais requisitos o ajudam a ingressar na carreira futebolística. Neste sentido, o processo de construção da imagem de atleta, via redes sociais e aplicativos específicos como o DSFootball, é parte, hoje, das estratégias que crianças e jovens que almejam tornar-se jogadores profissionais de futebol precisam adotar para aumentar a sua “visibilidade” no mercado esportivo. De modo semelhante, também clubes de futebol utilizam as redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e *X* com perfis oficiais para divulgação de seus processos de seleção e direcionamento dos perfis de atletas desejados para as diferentes categorias de base, incluindo o futebol feminino.

Dessa forma, faço uma análise das publicações do aplicativo DSFootball e do *Instagram* dos atletas (que possuem essa rede social) durante o período de duração de uma peneira: uma semana. Ao longo desse tempo, foi selecionado o máximo de informações que possibilitasse analisar como o atleta constrói a sua imagem para ser selecionado para o mercado profissional. Com esse intuito, o processo de coleta dos dados foi dividido a partir das posições dos jogadores em campo: atacante, meio-campo, volante, zagueiro, lateral e goleiro.

A respeito do esporte e da importância do digital no processo de captação de atleta, Ferreira, Zandoná, Magnago e Leão (2022, p. 2) afirmam que:

O futebol é o esporte mais famoso do mundo e seu número de torcedores continua crescendo em todo o mundo (Nielsen Company, 2018). É um esporte que envolve milhões de pessoas apaixonadas por seus clubes e histórias e alguns de seus jogadores são tratados como entidades sagradas por suas conquistas. Seu mercado movimenta 53 bilhões na economia brasileira, o que representa 0,72% do Produto

Interno Bruto (PIB) do país (Ernst & Young, 2019). O futebol brasileiro conta com 360.291 atletas, entre amadores, profissionais e inscritos. Desse total, 88 mil são profissionais, ou seja, 24,4%. Dentro desse valor, apenas 11.600 atletas tiveram contratos ativos durante toda a temporada para seus clubes, representando 3,2% do total (Ernst & Young, 2019). As chamadas escolinhas de futebol associadas a grandes clubes realizam o que chamamos de “peneiras” para captação de jovens atletas, e são a principal porta de acesso a esses clubes (Lopes, 2018). A ideia de criar um aplicativo de captações de jovens jogadores para abastecer pequenos, médios e grandes clubes surgiu pela identificação de uma falha neste nicho de mercado.

Com isso, procuro entender, através da literatura, como as mídias participam do processo de profissionalização de atletas para, a partir daí, apresentar e analisar o aplicativo DSFootball e suas funcionalidades. Assim, há alguns estudos - apresentados ao longo deste trabalho - que tratam do uso das mídias na seleção de atletas. No entanto, não foram encontradas pesquisas que proponham a análise do aplicativo DSFootball ou de aplicativos semelhantes como ferramentas que auxiliam na seleção e na construção da imagem de estudantes-atletas. Por esse motivo, as discussões que aqui proponho tornam-se relevantes, já que há um aumento do interesse dos clubes brasileiros em utilizar esse aplicativo para a captação de novos jogadores profissionais, como é o caso do Vasco, que, recentemente, anunciou parceria com a plataforma, “[...] visando democratizar as oportunidades dos jovens de fazerem parte das categorias de base” (Isidro, 2023).

2. REVISÃO DE LITERATURA

Neste capítulo, tratarei da seleção de estudantes-atletas brasileiros para refletir sobre o modo como acontece esse processo para, adiante, analisar de que forma as ferramentas digitais auxiliam nisso, atuando como possibilidade de conexão entre clubes e jogadores. A partir da perspectiva do estudante-atleta proposta por Conceição (2022), que recebe este nome por estar matriculado na rede de ensino e, também, estar em formação esportiva, pretendo aqui descrever o processo de seleção desses jogadores, considerando as dificuldades nas etapas, os desafios enfrentados para a conciliação do futebol com os estudos, a relação da profissionalização com as famílias e o sonho de ser tornar jogador de grandes clubes, obtendo retornos financeiros e valorização.

Assim, na seção seguinte serão apresentados estudos e reflexões a respeito do que se entende por estudante-atleta, pensando nas relações entre esporte e escola vivenciadas por esses jovens que desejam se tornar jogadores profissionais. Na sequência, serão exibidas informações sobre o futebol amador e a realidade dos sujeitos anônimos que ali jogam. Em seguida, vou descrever como funciona o processo de seleção de atletas por clubes profissionais, a partir das peneiras.

2.1. O ESTUDANTE-ATLETA E A DUPLA CARREIRA

Não é novidade que o Brasil é um país com grande visibilidade futebolística e que tem, como meio de ascensão financeira, a formação de jogadores de futebol. Por isso, muitos jovens buscam, através desse esporte, seu crescimento financeiro e de sua família. Neto (2022), tematizando sobre jogadores em idade escolar, apresentou um estudo no qual entrevistou jovens estudantes-atletas com faixa etária entre 13 e 17 anos, da cidade de Florianópolis, que participavam dos clubes da capital: Avaí e Figueirense.

Em seu estudo, o autor problematiza a respeito das obrigações enfrentadas pelos jovens durante as suas profissionalizações, como, por exemplo: jovens na primeira infância podem ter entre 5000 mil e 6000 mil horas de trabalho voltado ao

desempenho físico (NETO, 2022). Por conta dessa dedicação aos treinos, ele afirma que esses têm dificuldades em se manter na escola, já que devem garantir alto nível de rendimento ao mesmo tempo em que concentram-se em sua escolaridade.

Por esse motivo, a relação entre a escola e o futebol pode ter alguns tensionamentos, já que aqueles que desejam ser jogadores profissionais precisam lidar tanto com as demandas do contexto escolar quanto da sua melhora de desempenho no esporte. Essa vivência é definida como dupla carreira por alguns autores, tal como Miranda, Santos e Costa (2020). Assim, ao apresentarem um estudo a respeito das produções nacionais já feitas sobre a temática, os autores tratam das exigências que surgem no contexto educacional e, ao mesmo tempo, no futebolístico.

Dessa forma, com tanta dedicação aos treinos, é possível perceber as dificuldades desses jovens em se manter na escola e em treinamento nos respectivos clubes, na tentativa de garantir alto nível ao mesmo tempo em que se concentram em sua escolaridade. Então, ainda de acordo com Miranda, Santos e Costa (2020), essas demandas acabam se tornando um grande obstáculo, mais ainda, quando o jovem muda de cidade e fica sozinho, longe da família. Nesse caso, fica sobre sua responsabilidade a intenção de se dedicar aos estudos, inclusive, indagando-se a respeito da sua participação na escola ser efetiva ou apenas obrigatória, já que é possível perceber o interesse dos clubes, em geral, mais voltado ao destaque esportivo.

Além disso, outro ponto debatido pelos autores mencionados diz respeito ao aumento das exigências e da competitividade no mercado de trabalho em geral, em que é necessário mais formação e mais diplomas escolares para melhores vagas, sendo exigido de todos um grande investimento de tempo de estudo que desconsidera as diferentes realidades das pessoas. Assim, de acordo com Neto (2022), com o mercado de trabalho mais competitivo, solicitando currículos mais qualificados e, por consequência, mais tempo de estudos, classes baixas acabam recorrendo a outras formas de renda fora da escolarização e o esporte é considerado um cenário bem avaliado, principalmente o futebol.

Por meio do futebol, crianças e jovens podem receber salários enquanto frequentam bases de clubes, enquanto que na escola tal remuneração dificilmente acontecerá. Por isso, a família coloca esperanças de retornos financeiros nos jovens

atletas, que podem ficar responsáveis pelo sustento de seus familiares. Nesse sentido, o autor também argumenta que jovens jogadores, ao serem revelados por grandes clubes, podem receber salários maiores ou equivalentes ao de uma pessoa com nível superior de ensino, sem sequer ter completado os seus estudos.

Nesse ponto, de acordo com Miranda, Santos e Costa (2020), com base em Soares *et al.* (2011), as mídias influenciam na construção desse imaginário do futebol como possibilidade de ascensão econômica. Porém, é também importante enfatizar que essa não é uma realidade comum aos muitos jogadores, especialmente em idade escolar, já que muitos deles fazem parte de clubes não profissionais, não recebem grandes salários e estão em busca de serem selecionados para pertencer a um time profissional, conforme apresenta Neto (2022), a partir de Rocha (2017).

Ainda pensando nessa dupla carreira vivenciada pelos estudantes-atletas, Neto (2022) menciona as legislações que tratam da obrigatoriedade do ensino desses jovens e da responsabilidade dos clubes em garantir que esses jogadores consigam fazer essa conciliação entre o futebol e a escola:

O Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei 8069/1990 - ECA), a Lei Pelé (Lei 9,615/1998) e a Nova lei Pelé (Lei 12.345/2011) regulamentam e orientam o que os chamados clubes formadores devem dispor aos atletas suporte para sua efetiva formação profissional, sem prejuízo para sua condição e fase de vida. De acordo com as leis citadas acima, o clube é obrigado a fornecer e dar suporte na escolarização até a conclusão do Ensino Médio (Neto, 2022, p. 19).

No entanto, o autor também menciona, a partir de Melo (2014), que a maioria dos jovens atletas acaba não conseguindo se dedicar aos estudos e, ainda, precisam faltar às provas e tarefas escolares por conta de jogos ou viagens, apresentando apenas declarações dos clubes ou atestados médicos, o que se distancia do que é previsto nessas normativas.

2.2. O SONHO DE SE TORNAR ATLETA NO BRASIL

Para tratar do sonho de ser atleta profissional no Brasil, inicio esta seção apresentando o filme *Gol! O sonho impossível* (2005), que procura retratar essa trajetória tão desejada por muitos: o jogador infame que sai do anonimato e alcança a fama. Na história, é narrada a vida de Santiago Munez, um jovem talentoso que busca se tornar jogador de futebol. Garoto refugiado, ele mora em Los Angeles e é percebido por um ex-olheiro e ex-jogador de futebol do time de New Castle, da Premier League da Inglaterra.

Nesse processo, o jovem enfrenta diversas adversidades, deixando, inclusive, para trás seu pai, avó e irmão em busca do sonho de ser jogador profissional. Lá na Inglaterra, Santiago consegue espaço no time e, após um jogo na equipe profissional, finalmente realiza o seu desejo de se tornar atleta do time principal, obtendo um grande contrato e retorno financeiro, superando todas as barreiras econômicas que sua família estava passando.

Embora esse filme seja uma ficção, em que a história tem um fim feliz com o tão almejado sonho conquistado: fama, prestígio, reconhecimento e dinheiro, ela tem semelhança com sonhos de jovens e jogadores de clubes amadores, escolinhas e categorias de base do Brasil. No entanto, fora da ficção, nem sempre acontece o fim almejado. Aqui no País, no qual o futebol é historicamente bem visto como prática esportiva para as pessoas, há também uma grande desigualdade social. Dessa forma, o esporte se torna uma das formas de proporcionar melhores qualidades de vida para aquelas pessoas que vivem em situações de vulnerabilidade, visto que, ao se tornar jogador profissional, um jovem pode ter acesso à ascensão socioeconômica.

Assim, de acordo com Costa, Santos e Miranda (2020), um dos motivos dos jovens procurarem ser jogadores de futebol no Brasil é a forma como as mídias apresentam grandes espetáculos que fazem com que atletas de futebol sejam prestigiados, ostentando fama e valorização financeira. Em razão disso, culturalmente, entende-se que os jogadores de futebol têm uma vida “fácil” em relação aos demais empregos, pois acredita-se que eles jogam, viajam no conforto de aviões, ganham mimos de patrocinadores, roupas de melhor qualidade, grandes salários e carros de luxo. Mas, de acordo com Neto (2022), a realidade daqueles que estão

imersos no mundo do futebol é bem diferente, inclusive, o autor apresenta os dados divulgados pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF), em 2020, a respeito da média salarial dos atletas brasileiros: 82% deles ganham salários de até 1.000,00 reais (Neto, 2022), enquanto outros 13% recebem entre 1.000,00 e 5.000,00 reais mensais, sendo apenas 0,68% o total de jogadores que ganham um valor alto, em torno de 50.000 a 500.000,00 reais (Placar, 2021).

Em relação ao futebol amador, praticado por todas as idades e que é considerado não profissional (por não ter filiação), ele também oferece oportunidades aos jogadores que não conseguiram se tornar profissionais ou que saíram do profissional, pois há rádios, jornais e televisões locais que ajudam na divulgação dos jogos e resultados, discutindo, opinando e apresentando os destaques, as contratações, o bom de bola e o ruim das partidas, bem como aquele que chega ou sai dos times.

Segundo Invernizzi, Vaz e Bassani (2017), a partir de Damo (2007), o futebol amador tem todos os componentes do profissional, porém em menor escala. Desse modo, as despesas de um clube amador se resumem à filiação e ao pagamento de taxas, além de oferecerem normalmente uniformes com patrocínio e divulgação de comércios locais. Assim, o futebol amador é um grande espetáculo e requer muita organização, pois ele também segue a mesma legislação do profissional, contando com as regras oficiais, delegados de partida, árbitros, bandeiras e policiamento (Invernizzi; Vaz; Bassani, 2017). Porém, conforme expõem os autores, também é importante mencionar que há aqueles sem espelhamento no profissional, que são feitos de qualquer jeito, sem o empenho de uma liga ou caracterização profissional, sem remuneração, desempenho e disciplina.

Pensando, então, na vivência dos atletas, trago o conceito de biopolítica proposto por Foucault (2005), dessa enquanto tecnologia de poder ou potência de vida que controla os sujeitos ao mesmo tempo em que oferece melhores qualidades de vida. Nesse sentido, penso naqueles ex-jogadores e treinadores aposentados que comentam nas mídias digitais que os jogadores profissionais atuais têm mais condições, como, por exemplo, controle da alimentação, chips de GPS que mapeiam a trajetória do atleta em campo e nos treinamentos, braceletes conectados à academia que controlam a quantidade de exercícios feitos, toda uma nova tecnologia que, como

consequência, proporciona rendimento e performance, mas também exerce controle, nos moldes da biopolítica foucaultiana.

Assim, o DSFootball também pode ser lido como uma estratégia de controle da vida, nesse caso, por ser um aplicativo online, que atua enquanto tecnologia (no sentido de ser uma técnica) digital que influencia na vida dos atletas, se considerarmos tanto as possibilidades de divulgação que a plataforma oferece quanto a efetiva seleção para se tornar atleta profissional em algum clube. Por isso, o DS poderia ser considerado uma tecnobiopolítica, por envolver o tecnológico, o biológico e o político (Lazzarato, 2006).

2.3. SELEÇÃO E DETECÇÃO DE ATLETAS

De início, é preciso explicar que a detecção, no contexto esportivo, está ligada à identificação de habilidades motoras, técnicas e táticas para ingresso esportivo por meio da observação, segundo Paoli, Silva e Soares (2008). Já a seleção pode ser definida como os meios utilizados para excluir ou selecionar indivíduos para o meio esportivo, tendo como objetivo escolher atletas que possam alcançar o alto nível de desempenho (Paoli, Silva, Soares, 2008).

Nesse sentido, para o surgimento de novos talentos no futebol é preciso que aconteça a detecção, a seleção e a formação de jovens atletas. No entanto, para a detecção, é comum técnicos e olheiros observarem os jogadores e, por meio de algum critério individual, escolherem os atletas para os times sem estratégia científica definida. Ainda que os clubes criem o seu próprio modelo de filosofia, muitos ainda carecem de metodologia para a detecção e a seleção de jogadores, já que esses fatores são de grande importância para os times, pois ajudam na manutenção de venda, nas chegadas de atletas e a adesão de jogadores mais novos permite que exista um trabalho a longo prazo no atleta, de “lapidar a joia” precocemente para os parâmetros do clube (Paoli; Silva; Soares, 2008).

Segundo Tonelo (2018), apenas 1% dos jovens são escolhidos nesse tipo de seleção feito através de peneiras, o que evidencia falhas e erros nesses processos, além da importância de refletir a respeito deles, visto que a aprovação significa para

um atleta o primeiro passo para a formação profissional, pois ele deixa de jogar em praças e campos no futebol amador e passa a ter uma significação profissional. Assim, nesse meio profissional, há muitos cuidados que se diferem da realidade dos infames, como já dito: alimentação, exercícios físicos, regramento no campo e com demais atletas, disciplina com o corpo e tempo de treino.

O autor também menciona que a subjetividade é o principal elemento que o atleta deve demonstrar durante essa etapa, a partir das suas capacidades e habilidades. Ainda, é importante lembrar que, para o sujeitos, as peneiras podem provocar emoções variadas, como, por exemplo, nervosismo, náuseas, tontura e fadiga, já que jovens jogadores podem ser a solução financeira dos familiares e essa realidade pode causar pressão e tensão nesses atletas, ainda mais considerando o baixo índice de aprovação (de 1%).

Por outro lado, mesmo que exista a urgência de rever o modo de realização das peneiras, Paoli, Silva e Soares (2008) reforçam a indispensabilidade da seleção e da detecção de atletas, pois elas proporcionam a exposição desses jogadores, que têm a chance de revelar suas capacidades e habilidades, mostrando-se competitivos e promissores para os clubes. Por isso, os autores defendem o planejamento de longo prazo para que jovens atletas possam ser lapidados e planejados, cabendo aos clubes proporcionarem condições estruturais, físicas, administrativas para o desenvolvimento do potencial dos atletas. Além disso, em competições, os jogadores demonstram suas qualidades e os clubes brasileiros que os selecionam também visam a venda desses profissionais, já que essas transferências são responsáveis por manter a saúde financeira dos times (Tonelo, 2018).

2.4. COMO O USO DAS MÍDIAS IMPACTA NA CONSTRUÇÃO DE IMAGEM DOS ATLETAS

No Brasil, o futebol tornou-se parte da cultura, sendo popularizado entre variados públicos da sociedade. De acordo com Bruggemann e Bitencourt (2015), o futebol brasileiro realiza 10% de todas as transferências feitas pela Federação Internacional de Futebol (FIFA), sendo 50% delas para o futebol internacional. Com isto, a internet possui grande influência na adaptação dos atletas brasileiros que jogam

fora do país, facilitando o entendimento de novos idiomas, alimentação, além de, com as redes sociais, aproximar dos familiares distantes, barreiras percebidas nas transações internacionais.

Para aqueles que estão longe, o uso de aparelhos eletrônicos pode ajudar a se conectar com a família e os amigos. Uma chamada de vídeo possibilita, por exemplo, que os efeitos da saudade diminuam, também ajudando na ambientação em diferentes cidades, já que os atletas de futebol normalmente percorrem o mundo em busca de bons contratos e boa remuneração (Bruggemann; Bitencourt, 2015).

É possível observar que, atualmente, as mídias sociais mudaram o ambiente esportivo. No caso do futebol profissional, elas fazem parte do cotidiano dos atletas: são mostrados os vestiários antes dos jogos, pós-jogo, bem como o uso da imagem dos jogadores para visibilidade do clube pela torcida (Verzani *et al.*, 2018). Assim, pode-se perceber que a utilização das mídias sociais pelos atletas, nos dias de hoje, também auxilia na construção da carreira, se levarmos em conta o fato de que muitos jogadores ganham destaque nas redes sociais, o que pode proporcionar alguns benefícios (além de alguns incômodos), conforme será exposto a seguir.

No entanto, a imprevisibilidade dos ambientes virtuais também precisa ser considerada pelos atletas, já que uma pequena postagem pode ser usada pelos torcedores, por exemplo, para cobrança dos jogadores. Verzani *et al.* (2018) apontam que a velocidade das trocas de informações síncronas, como mensagens instantâneas, e assíncronas acaba desencadeando uma nova possibilidade de interação, na qual é possível ficar conectado a todo momento, mesmo não estando em casa, como no carro ou no ônibus, por exemplo, em que recebemos mensagens e vídeos instantaneamente, porém, não sendo possível filtrar a qualidade das mensagens que chegam aos dispositivos móveis conectados à internet.

Dessa forma, é preciso pensar como os jogadores profissionais estão utilizando as mídias digitais, refletindo, ainda, sobre como elas afetam suas vidas e as atuações em campo, considerando que tais mídias fazem parte da realidade em que vivemos. Por esse viés, além das interações entre atletas, clubes e torcedores, as redes sociais também permitem as cobranças, que podem vir de qualquer lugar ou de qualquer pessoa.

Assim, Verzani *et al.* (2018), ao realizarem um estudo em que entrevistaram jogadores homens de futebol das séries A e B do campeonato paulista, evidenciaram que uma grande porcentagem dos atletas utiliza diariamente as mídias e, ainda, que eles já vivenciaram alguns incômodos nas redes sociais que envolviam mídias esportivas ou torcedores. Inclusive, a maioria dos entrevistados afirmou ter preocupação com o conteúdo postado.

Dessa forma, para a utilização das ferramentas digitais, seria importante que esses atletas considerassem tanto o tempo de utilização quanto a quantidade de postagens, já que publicações em excesso podem não agradar a todos, provocando até xingamentos e diminuição do número de seguidores (Verzani *et al.*, 2018). Além disso, também se faz necessário que os jogadores tenham em mente que suas postagens podem influenciar muitos torcedores, inclusive, crianças.

Também, de acordo com os autores, o excesso de foco nas redes sociais pode afetar o rendimento esportivo, visto que muitos atletas acabam preocupando-se em excesso com suas aceitações no mundo virtual. Por isso, seria interessante orientações, por parte do clube, a respeito do uso das redes sociais dos atletas, já que a imagem dos jogadores também pode se relacionar com o rendimento. Postagens mal interpretadas ou não aceitas pelo público podem prejudicar a imagem dos atletas, podendo levar à perda de contrato de patrocínios e à diminuição de renda desses (Verzani *et al.*, 2018).

É necessário destacar o fato de que o apoio do clube em relação às mídias digitais é uma realidade mais próxima do futebol profissional, pois clubes com receitas menores, muitas vezes, não têm essa possibilidade de estrutura (algo também que poderia ser problematizado). Então, nos profissionais, esse uso das mídias faz com que o clube venda chuteiras, roupas, acessórios, além das bilheterias, por meio da visibilidade do atleta e do alcance dos seus seguidores (Verzani *et al.*, 2018). Segundo Teixeira (2021, p. 30), a partir de Bradbury & O'Boyle (2017) e de McHugh, Bronson & Watters (2015):

O Marketing Esportivo tem o papel de organizar, junto às demais áreas da gestão esportiva, uma variedade específica de atividades em uma indústria esportiva, tais como: bens para praticar atividades esportivas como roupas, sapatos, acessórios etc.; equipamentos como patins, bicicletas, raquetes de tênis, etc.; jogos eletrônicos, como futebol FIFA, basquete da NBA, etc.; promoção de produtos esportivos em

lojas, eventos esportivos, campeonatos esportivos, etc.; administração de instalações esportivas e/ou patrocínio de estádios (naming rights); serviços, como alimentos, bebidas, emissão de bilhetes, segurança, programas sócios torcedores, etc.; varejo, como lojas do clube; mídia, como revistas esportivas do clube, venda de direitos de transmissão dos jogos; lazer, como apresentações de artistas, músicos e eventos pré-jogos; mídia interna, como a gestão de relacionamento com os torcedores por meio das mídias sociais, aplicativos, websites, etc.

Com isso, os clubes começaram a entender que a imagem do atleta pode se tornar algo rentável e satisfatório, pois um grupo de fãs de determinado jogador pode, em alguns casos, até fazer com que o clube o contrate, o que possibilita retorno financeiro com o público a partir das estratégias de marketing. Nesse caso, alguns jogadores mais conhecidos, como Ronaldinho Gaúcho, podiam fazer com que a sua contratação fosse paga apenas com a venda de camisas. Dessa forma, o clube pode aumentar o seu programa de sócios-torcedores, o número de torcedores nos jogos, além das parcerias com a venda de materiais específicos, como chuteiras e camisas, conforme já mencionado, isso tudo apenas com a imagem do atleta, sem considerar o rendimento futebolístico (Teixeira, 2021).

Para Verzani *et al.* (2018), a partir de Fisher & Wakefield (1998), torcedores gostam de apoiar e ver jogadores subirem das bases para o profissional. Desse modo, quando atletas saem das bases e são lapidados tecnicamente pelos treinadores, o clube pode construir a imagem do jogador com a torcida por ele já ter uma certa identificação com ela (Damo, 2007). Por esse motivo, Teixeira (2021) argumenta que “ídolos do futebol” é uma expressão comum no esporte, por se referir ao atleta que tem grande representatividade com o clube e os torcedores: fãs podem colecionar artefatos usados por esse jogador, sendo que um ídolo, no início, não precisa necessariamente ganhar títulos, a torcida o adota e a partir disso a construção da imagem do atleta é vista com empatia, sendo ele tido como aquele que se dedica ao clube, um torcedor em campo (Damo, 2007).

Assim, a revelação daqueles atletas considerados “fenômenos” no Brasil faz também com que torcedores mirins se identifiquem e passem a acompanhar o clube e o jogador, e as redes sociais são grandes aliadas para isso. Por outro lado, como já dito, o futebol, para aqueles que fazem gestão, especialmente de grandes clubes, acaba saindo do entretenimento para tornar-se uma empresa que precisa lucrar e as mídias são ferramentas que proporcionam renda aos clubes, já que a lealdade do

torcedor faz com que ele acompanhe o clube independente da derrota ou vitória, pois torcer para um clube traz um pertencimento a uma esfera social (Damo, 2007), que faz com que os torcedores acompanhem das categorias de base ao time principal, conforme apresenta Teixeira (2021), com base em Wachelke, Andrade, Tavares & Neves (2008).

Se para os profissionais as mídias aumentam os ganhos, para os infames, ela pode ser vista como possibilidade de ser descoberto por clubes profissionais. Ao postar nas redes sociais sobre suas partidas, melhores jogadas e habilidades, os jovens atletas compartilham com outras pessoas as suas rotinas futebolísticas e isso pode fazer com que times ou olheiros também tenham acesso a esses conteúdos ou, ainda, que esses jogadores possam participar de mais peneiras online, ao ficarem sabendo delas por essas mídias digitais.

Nesse sentido, por exemplo, o *Instagram* é uma ferramenta importante de conexão entre pessoas, por meio de publicações, que podem ser em formato de texto, fotos ou vídeos. De acordo com Hilgemberg (2021), essa rede social possui mais de 150 milhões de usuários ativos e são postadas mais de 55 milhões de fotos todos os dias, visto que tal ferramenta permite que os usuários compartilhem seus modos de vida com pessoas que podem ser ou não seus seguidores (dependendo da escolha do dono do perfil). Desse modo, os seguidores podem interagir através de comentários e curtidas e, para o usuário que posta conteúdo, quanto mais curtidas e comentários maior o alcance e o sucesso da postagem (Hilgemberg, 2021).

Já o DSFootball tem perfis públicos que permitem que outros atletas possam conhecer quem são seus concorrentes. Assim como no *Instagram*, a postagem de fotos e vídeos também podem ser curtidas e comentadas. Na Bio do DS, é possível marcar suas contas de outras redes sociais, assim aumentando o alcance de quem queira acompanhar o atleta, sendo possível ter seguidores em ambas as plataformas e, para este estudo, identificar como esses jogadores constroem suas imagens.

Assim, pensando na construção da imagem nas mídias sociais, Hilgemberg (2021) menciona que as pessoas podem ter múltiplas identidades na rede, por isso, para o ambiente digital, os usuários constroem uma imagem do EU que desejam expor para seus seguidores. Mais especificamente em relação à construção de imagem dos atletas, Hilgemberg, Araújo e Dama (2019) realizaram uma análise da rede social de

Daniel Dias, atleta paralímpico, durante o período em que ele participava de uma olimpíada e quando ele não estava na competição, a fim de observar a construção de sua imagem na rede, considerando para isso: fotos tiradas pelo próprio atleta, fotos publicitárias, republicação da mídia, interações dos seguidores por meio de reações, comentários, compartilhamentos, além do uso de *hashtags* que envolvam a temática do esporte ou o nome do atleta.

Dessa forma, de acordo com os autores, com o intuito de construir a autoimagem, o atleta faz publicações para atrair a atenção do público e construir algo que chame a atenção dos usuários, possibilitando a aprovação do conteúdo. Nesse sentido, as fotografias ajudam na construção de histórias e sentimentos. Inclusive, fotos e publicações podem tornar-se uma marca pessoal que, no caso dos atletas, acabam sendo atribuídas ao esporte e aos produtos relacionados a ele (Hilgemberg, Araújo e Dama, 2019). Como resultado, os autores observaram um maior engajamento dos seguidores de Daniel Dias em publicações feitas durante o período de participação na competição, o que evidencia a relação do esporte com a construção da imagem e de um discurso de si do atleta no *Instagram*.

3. METODOLOGIA

De acordo com os objetivos já apresentados, a presente pesquisa foi desenvolvida em um ambiente digital em rede, o aplicativo DSFootball, bem como em outro espaço digital – a rede social *Instagram* – a ele vinculado e que tem relação com o processo de seleção de atletas para ingressar em categorias de base de clubes profissionais de futebol. A respeito desse processo de seleção, um adendo à pesquisa foi uma conversa realizada com profissionais dos times de futebol Avaí e Figueirense que contribuíram para a credibilidade do trabalho, já que ambos salientaram as realidades dos clubes na escolha de jogadores para a profissionalização – o Avaí, inclusive, também utiliza ferramentas como o DSFootball para a seleção e a detecção de atletas.

Assim, a pesquisa será desenvolvida por meio de uma etnografia de tela, na qual os conteúdos não são comparados em quantidades ou em frequência, visto que uma publicação ou postagem pode ter um significado profundo ou oferecer diferentes significações. Por isso, a etnografia de tela usa a atenção flutuante, na qual o pesquisador faz uso do que é apresentado, sem distinção do virtual com o real (Rocha, Almeida, Demarchi, 2023). Nessa perspectiva, que compreende procedimentos da pesquisa antropológica, inclui-se a imersão do pesquisador no campo, observando ações e vínculos, assim como registrando em diários de campo. Com isso, a etnografia de tela alcança uma prática do campo que permite ao pesquisador compreensão do objeto (Rocha; Almeida; Demarchi, 2023).

No que diz respeito aos participantes da pesquisa, foram observados jovens atletas com idade escolar, selecionados de modo intencional pelo pesquisador, a partir dos seguintes critérios de inclusão: 1) possuir conta no DSFootball e estar participando de alguma peneira virtual do aplicativo; 2) possuir contas públicas de *Instagram*, de modo que seja possível acompanhar as publicações e perceber as expectativas e os desejos em se tornar jogador profissional.

Para o procedimento de coleta de dados, seguiu-se as seguintes etapas: 1) criar um perfil público no *Instagram* e no DS como estudante de Educação Física para acompanhar o perfil dos atletas que estão construindo sua imagem; 2) acompanhar peneiras para cada uma das seis posições no futebol: goleiro, zagueiro, lateral,

volante, meia e atacante; 3) analisar as informações solicitadas durante as peneiras: características físicas, como altura, peso, pé dominante; ou descrição do vídeo de como o atleta se apresenta; 4) observar os perfis de usuários no app DS e no *Instagram*; 5) analisar postagens dos jogadores sobre o tema futebol e sobre como constroem sua imagem como jogador de futebol, em campeonatos, academias, usando cortes de cabelo copiado de jogadores profissionais, após partida de futebol, conteúdos que fazem parte do mundo futebolístico, sendo que as postagens relevantes foram salvas e as informações decorrentes das observações foram registradas em um diário de campo.

Em um primeiro momento, realizei incursões pelo aplicativo para compreender e descrever suas funcionalidades, mas ainda sem nenhum tipo de interação com os usuários, sejam clubes e/ou atletas. Os registros das observações foram feitos por meio de diário de campo especificamente desenvolvido para esta finalidade e aconteceram durante dois meses ao longo do primeiro semestre de 2024. Nesse diário, foram anotadas as informações percebidas pelo pesquisador durante os momentos de navegação e interação nas diversas funcionalidades do aplicativo DSFootball, bem como nos perfis no *Instagram* dos usuários, especialmente de clubes e jogadores aspirantes a ingressarem nas categorias de base do futebol, incluindo também informações como fotos, vídeos e textos que envolvam a construção da imagem desses jogadores.

4. AS MÍDIAS DIGITAIS E A APRECIÇÃO DE DADOS

Neste capítulo, serão apresentadas as mídias digitais escolhidas para a realização deste estudo: DSFootball e *Instagram*, descrevendo as etapas de coleta e apreciação dos dados; construção do diário de campo e a análise das informações identificadas durante a pesquisa (como características das peneiras e dos atletas inscritos).

4.1. DSFOOTBALL: IMPRESSÕES DO APLICATIVO E COMO FUNCIONA

O Dream Stock (DS) Football é uma *startup* japonesa, com sede no Brasil, que foi fundada em 2017 com o objetivo de apresentar uma "proposta inovadora de usar a tecnologia para mudar a forma de selecionar jogadores". Sob a forma de plataforma digital, o DS promete ser uma "tecnologia eficiente para conectar jogadores e clubes". Assim, ele foi lançado como plataforma para os atletas participarem de seleção online de clubes de futebol, abrangendo todos os níveis de jogadores. Além disso, atualmente, no aplicativo é observada a presença de peneiras internacionais, em que os atletas brasileiros podem participar de seletivas de clubes de países como Japão, Espanha, Inglaterra e Argentina.

Para iniciar sua conta, é preciso realizar o cadastro no aplicativo, informando apenas o telefone celular e criando uma senha. Após isso, cria-se um perfil, adicionando informações como nome, altura, idade¹. A partir daí, cada atleta pode criar e publicar vídeos para se inscrever nas seletivas online. Se o clube selecionar o jogador, o DS Football entrará em contato com ele, quanto mais postagens, maior chances de visibilidade para os clubes.

¹ A fim de realizar as observações para este estudo, criei um perfil na plataforma para participar das seletivas e, ainda, uma conta no *Instagram* para acompanhar os perfis dos jogadores.

As seletivas têm duração de uma semana e se encerram no domingo à noite, toda semana elas são abertas com várias posições e novas categorias de idade. O DS Football informa que é crucial para o clube conhecer os atletas e isso ocorre por meio da postagem dos vídeos. Por isso, a plataforma oferece algumas recomendações aos jogadores para essas postagens: oferecer informações como qualidade técnica com a bola, demonstrar que sabe fundamentos básicos, tentar exaltar fundamentos como passes, lançamentos e chutes, saber se posicionar no campo, ter visão de jogo, saber lidar com situações de pressão de jogo e achar espaços, assim como demonstrar que está competindo em ligas oficiais, em que o nível de competitividade é maior.

Quando os atletas são aprovados, o DS Football entra em contato informando sobre suas aprovações e também sobre o dia e o horário do segundo passo, que consiste em um teste presencial. Este teste, que ocorre junto com outros atletas, pode demorar de uma a duas semanas. No capítulo de análise, serão apresentadas as seletivas observadas e como acontece a construção de imagem dos atletas acompanhados.

4.2. Coleta de dados e diário de campo

A apreciação dos dados se inicia com duas conversas, realizadas com responsáveis pelas bases dos times Figueirense e Avaí, equipes tradicionais em Santa Catarina. Em janeiro de 2024, foi realizada a primeira conversa, com o coordenador da base de futebol do Figueirense Futebol Clube, em que o entrevistado destaca a importância do *Instagram* e das redes sociais para os atletas, salientando que recebe indicações diárias de muitos jogadores e que a primeira análise interna do clube é a de visitar o *Instagram* do jogador e ver como ele constrói sua imagem nas mídias digitais. Dessa forma, informações como foto em família, treinando, fora da balada ou da noite foram exemplos citados pelo coordenador.

Na sequência, tive a oportunidade de conversar com uma pessoa responsável pelo Avaí Futebol Clube, em abril de 2024. Na ocasião, o profissional também enfatizou a importância das mídias sociais: o Avaí passou a usar ferramentas digitais para contratar jogadores não profissionais. Inclusive, o clube passou a aderir a uma ferramenta no qual faz *scouts* (ou observações) dos atletas e também, recentemente,

voltou a utilizar a plataforma DS Football. No caso do Figueirense, o entrevistado afirma também conhecer a plataforma.

A respeito das observações nas mídias digitais, em 09 de janeiro de 2024, criei meu *Instagram* para iniciar a coleta de dados com as informações de um perfil universitário, público, com a finalidade de acompanhar atletas do DSFootball que também tenham perfil público no *Instagram*. Ao longo das minhas visitas a campo, no DSFootball, consegui perceber as diferentes atualizações do APP, incluindo as chegadas de novos clubes e peneiras, inclusive femininas. Além disso, as seletivas abriam semanalmente para a disputa dos atletas, porém, durante uma das atualizações diárias, foi notada a inclusão de peneiras mensais, sendo, então, também incluída essa mudança no estudo.

No início do período de coleta dos dados, houve um grande aumento no número de usuários presentes nas peneiras, situação que atribuo à Copa São Paulo de Futebol Júnior, organizada pela Federação Paulista de Futebol, em que disputam todas as categorias de base de clubes do Brasil. Este ano, tal copa teve início em 02 de janeiro de 2024 e finalizou em 25 de janeiro do mesmo ano, período em que ocorreu este estudo de campo.

Como já dito, também foram identificadas novas parcerias com clubes, a exemplo do Atlético Mineiro. Por conta do grande número de peneiras disponíveis, escolhi acompanhá-las considerando que esse é um clube de elite no futebol nacional e de expressão para o cenário nacional e internacional. Assim, a minha primeira semana de coleta foi acompanhando a peneira do time para a posição de lateral. Visitei a peneira no DS e pesquisei, de nome em nome, o perfil no *Instagram* desses atletas. Após alguns nomes, entrei no perfil oficial do DS na rede social e percebi que era mais fácil encontrar os atletas que também seguiam o perfil do DS. Para o estudo, identifiquei que, se o atleta não seguir o *Instagram* do DS Football, fica cada mais difícil encontrar sua conta na rede social – devido às poucas informações que os jogadores disponibilizam, como nomes incompletos, apelidos, foto de costas ou sem mostrar os rostos e perfil com poucas informações para os critérios da peneira.

4.3. Peneira para a posição de lateral

A primeira peneira, para a posição de lateral, iniciou-se no dia 15 de janeiro de 2024 e encerrou-se em 21 de janeiro de 2024. Um dos critérios de participação era ter ano de nascimento após o ano de 2009. Tendo 127 atletas inscritos, foram analisadas 109 contas de *Instagram*. Para este estudo, não foi possível selecionar os demais atletas por conta de suas inscrições terem sido feitas no sétimo e último dia, assim, não havia conteúdos do *reels* para acompanhar nesse curto período de tempo. Foram incluídos no estudo 23 atletas que atenderam aos critérios estabelecidos para a realização desta pesquisa – possuir conta no DSFootball, participar da peneira virtual do aplicativo e ter conta pública de *Instagram*². Durante essa semana, foram salvos, no diário de campo, 57 *prints* para a posição de lateral, em que seus conteúdos tinham o objetivo de “vender” a imagem do atleta de futebol.

Figura 1 – Peneira para a posição de lateral



Fonte: captura de tela do DSFootball e do *Instagram* (2024)

² Foram desconsiderados, para a análise desta pesquisa, aqueles atletas que possuíam contas privadas ou que suas contas não foram encontradas no *Instagram*, assim como todos que se inscreveram no último dia de peneira.

4.4. Peneira para a posição de zagueiro

Entre 22 de janeiro de 2024 e 28 de janeiro de 2024, fiz as coletas para a posição de zagueiro, novamente para o clube Atlético Mineiro, que buscava atletas com data de nascimento após o ano de 2009. Nessa semana, foi possível encontrar 11 contas que atingiram o critério para o estudo. Ao todo, foram inscritas 56 contas e avaliadas 54, visto que as duas últimas inscrições foram feitas no último dia da peneira. Para o diário de campo, foram selecionadas 12 mídias, compostas por *prints* que exibem o cenário de atleta, a partir da apresentação de clubes, do treinamento em academias ou em campo, dos atletas que admiram, assim como vídeos de motivação.

Nesse ponto, começo a perceber distinções entre os atletas que postam seus conteúdos, como fatos que prejudicam a demonstração do atleta e de suas capacidades. Por exemplo, encontrei perfis sem fotos, sem informações como nome completo, perfis no qual não seria possível perceber quem era o atleta analisado devido às gravações de vídeo e às fotos distantes ou dos jogadores de costas, além de vídeos de lances confusos, em que não era possível analisar quais habilidades o atleta queria demonstrar. Também foram encontrados perfis com apenas os dois nomes, por exemplo, João Paulo, sem identificar o sobrenome, ou então nome de apelido, João Gato, e perfis cuja inscrição em peneiras estão inseridos para divulgação de frases e vídeos religiosos. Salienta-se que essa percepção descrita ocorreu tanto no DS quanto no *Instagram*.

Figura 2 – Peneira para a posição de zagueiro

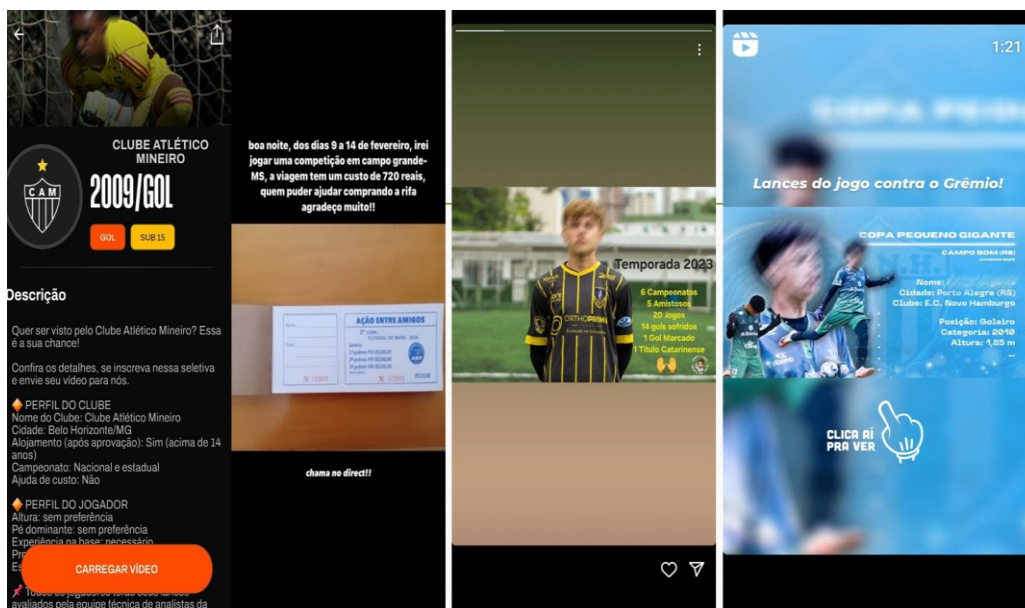


Fonte: captura de tela do DSFootball e do *Instagram* (2024)

4.5. Peneira para a posição de goleiro

Entre 29 de janeiro de 2024 e 04 de fevereiro de 2024, esteve aberta a seleção para a posição de goleiro, igualmente para o clube Atlético Mineiro. Nela, foram inscritos 31 atletas, também com data de nascimento após o ano de 2009. Desses, 09 contas atingiram o critério para o estudo e foram capturadas 25 imagens para o diário de campo. Nessa peneira, o primeiro diferencial foi o fato de dois atletas disponibilizarem as suas contas do *Instagram* através da *bio* do DSFootball. Porém, também foram identificadas contas que não tinham nome completo, com erros de português, com foto de perfil muito distante e vídeos nos quais as capacidades dos atletas não eram perceptíveis. Nesse caso, a finalidade dos vídeos é possibilitar que os atletas se apresentem, como um currículo virtual. Contudo, percebeu-se que alguns dos jovens disputando para essa posição não criaram bons currículos.

Figura 3 – Peneira para a posição de goleiro



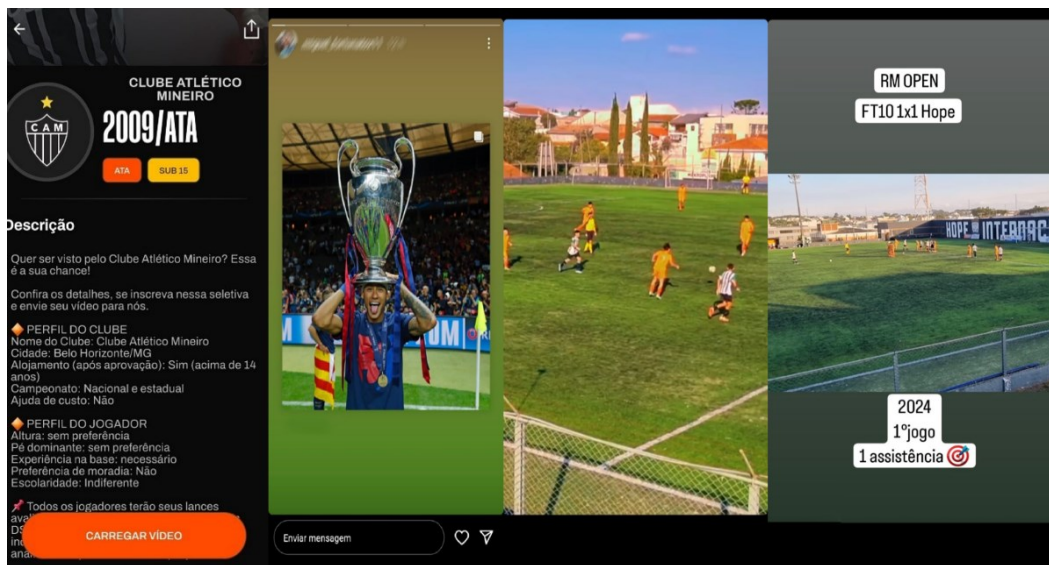
Fonte: captura de tela do DSFootball e do *Instagram* (2024)

4.6. Peneira para a posição de atacante

Para a posição de atacante, foi aberta uma peneira na data de 05 de fevereiro de 2024, que se encerrou em 11 de fevereiro de 2024. Tal peneira novamente era voltada para os nascidos após 2009 e direcionada ao time do Atlético Mineiro. Nela, dos 59 inscritos, foram incluídos 09 atletas ao diário de campo e 23 publicações. A

percepção desta peneira é de que alguns jogadores observados em outras peneiras mudaram a descrição para participar de outra seleção. No entanto, o ponto negativo foi encontrar muitos atletas com foto de costas (para mostrar numeração de camisa, sendo normalmente a 10 ou a 9), dificultando o processo de localização de conta, pela impossibilidade de identificar rostos e de ter certeza sobre quem era o atleta a buscar. Por isso, acabei não encontrando muitas contas e incluindo apenas 09 no estudo.

Figura 4 – Peneira para a posição de atacante



Fonte: captura de tela do DSFootball e do *Instagram* (2024)

4.7. Peneira para a posição de volante

A peneira seguinte abriu no dia 26 de fevereiro de 2024, também para o Atlético Mineiro e para jogadores que nasceram após o ano de 2009, posição de volante, sendo finalizada em 03 de março de 2024, com 65 inscrições. Nela, foram analisadas 62 contas do *Instagram* e 09 fizeram parte do estudo, sendo salvas também 09 publicações no diário de campo. É importante ressaltar que cada peneira tem sua particularidade, ao mesmo tempo que semelhanças são percebidas. Porém, nessa peneira, 10 atletas se chamavam João, sendo 04 com nome de João Pedro e outros 04 eram Pedro Henrique. Esse fato dificultou, para o pesquisador, encontrar contas através das poucas informações disponibilizadas pelos atletas. Novamente, foram identificados perfis sem fotos, nomes incompletos, fotos que não mostram o rosto, além de vídeos de difícil visualização do atleta e de suas habilidades, o que compromete o entendimento de seu currículo.

Figura 5 – Peneira para a posição de volante



Fonte: captura de tela do DSFootball e do *Instagram* (2024)

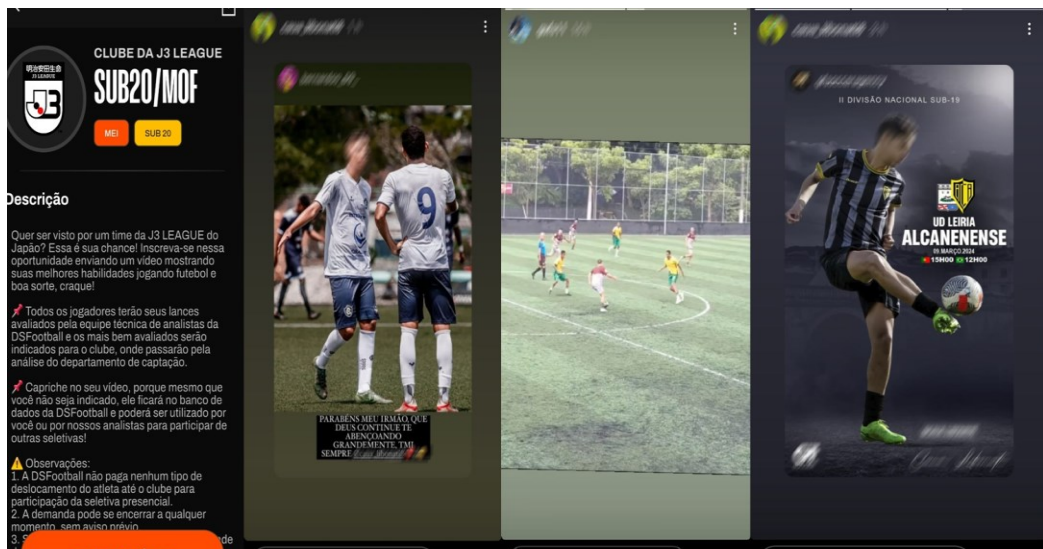
4.8. Peneira para a posição de meio-campo ofensivo

A última posição observada foi de meio-campo ofensivo para um clube da J3 League do Japão que iniciou sua peneira no dia 12 de fevereiro de 2024 e permaneceu aberta por mais de um mês. Pelo fato desta ter sido iniciada após o carnaval, percebi poucas publicações nos primeiros dias. Assim, essa peneira teve 13 contas analisadas e 93 publicações selecionadas para o diário de campo. É válido enfatizar que ela teve um número alto de contas do *Instagram* com perfis privados, além de ser a única peneira que pôde ser observada por um mês. Para este estudo, a escolha de acompanhá-la foi para perceber se haveria alguma diferença entre a peneira que dura uma semana e uma mensal. No entanto, não foi identificada nenhuma diferença da peneira semanal, inclusive, poucos atletas continuaram a atualizar suas contas com postagens. Em uma peneira com maior período de tempo aberta, esperava-se que houvessem mais postagens, algo que foi refutado ao perceber que uma peneira semanal tem tantas inscrições quanto a mensal.

A respeito dos dados encontrados, foi identificada, novamente, uma conta com a divulgação de vídeos religiosos. Também foi encontrado um perfil no qual o atleta demonstra a precária vida que leva, mostrando sua mãe comendo bolacha seca e tomando água, para apontar que, através do futebol, mudaria essa realidade.

Porém, o jovem não apresentou os critérios para participar de uma peneira de futebol, como demonstrar em vídeos suas habilidades e capacidades com a bola, em uma partida coletiva ou em momento individual. Ainda, poucos atletas disponibilizaram as suas contas de *Instagram* e, novamente, notou-se uma grande quantidade de fotos de costas (exibindo a numeração de camisa), fotos sem rosto, nomes incompletos e vídeos confusos em que não era possível identificar quem era o atleta divulgado. Ressalta-se que, no dia 05 de março de 2024, o *Instagram* apresentou instabilidade e não foi possível abrir publicações de atletas. O acompanhamento dessa peneira encerrou-se no dia 12 de março de 2024. Ainda que ela tenha permanecido aberta, o objetivo era observar uma peneira mensal.

Figura 6 – Peneira para a posição de meio-campo ofensivo



Fonte: captura de tela do DSFootball e do *Instagram* (2024)

4.9. A apreciação dos dados encontrados

Após o encerramento das observações, a etapa seguinte foi a de separação dos dados. Assim, as publicações foram divididas em três eixos, sendo o primeiro fotos pessoais, que continham publicações como: prática de outros esportes e/ou treino na academia, postagem exaltando algum atleta que admira e tem como ídolo, postagem do time que atua ou torce, resultado de partidas e competições, vendas de rifas para obtenção de recursos que envolvam a participação em campeonatos. No segundo eixo, foram alocados os vídeos motivacionais, a exemplo de publicações

religiosas (como salmos e versículos), além de vídeos de lances de atletas prestigiados, como Neymar, Cristiano Ronaldo, Vinicius Junior e Luiz Hamilton. Já o terceiro eixo diz respeito às fotos ou vídeos do atleta jogando ou pós-partida.

Na tabela a seguir, apresento as informações coletadas e distribuídas nos três eixos. Nela, é destacada, para cada posição, a quantidade de publicações para correspondentes a cada eixo. Em seguida, serão exibidas algumas imagens que ilustram as publicações realizadas pelos estudantes-atletas.

Tabela 1 – Informações coletadas nos três eixos de análise

Posição	Eixo 1	Eixo 2	Eixo 3
Goleiro	8	4	13
Zagueiro	4	1	7
Lateral	34	5	17
Volante	2	2	5
Meia	29	16	48
Atacante	10	5	8

Fonte: elaborado pelo autor (2024)

Figura 7 – Publicação de jogador mostrando o número da sua camisa



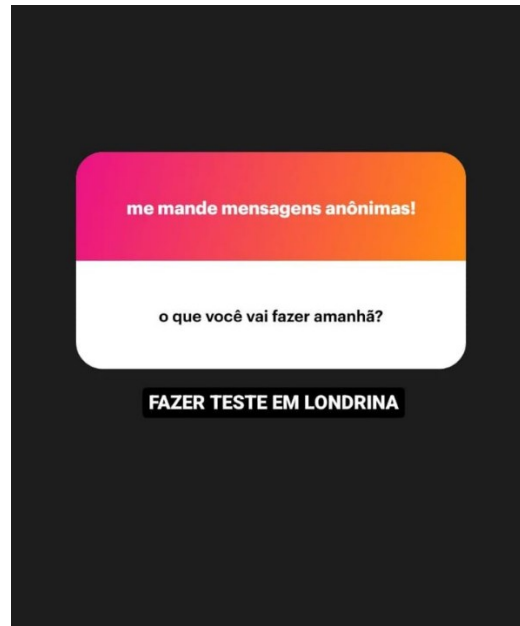
Fonte: captura de tela do *Instagram* (2024)

Figura 8 – Foto tirada na academia por jovem atleta



Fonte: captura de tela do *Instagram* (2024)

Figura 9 – Postagem de atleta sobre peneira presencial



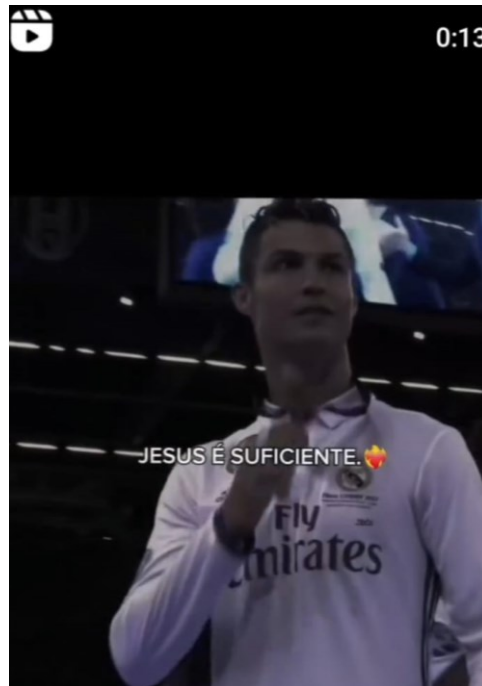
Fonte: captura de tela do *Instagram* (2024)

Figura 10 – Publicação em agradecimento ao Dom de jogar



Fonte: captura de tela do *Instagram* (2024)

Figura 11 – Mensagem motivacional com conteúdo religioso



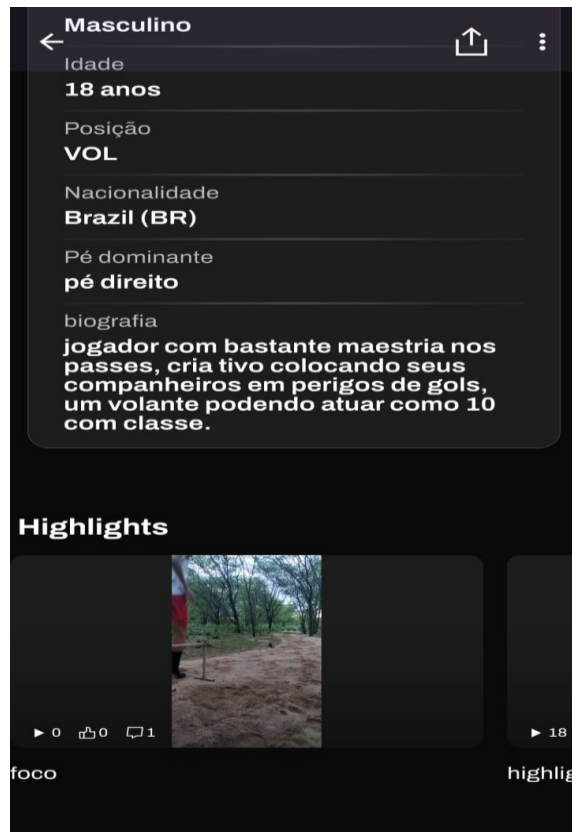
Fonte: captura de tela do *Instagram* (2024)

Figura 12 – Postagem sobre o sonho de ser atleta profissional



Fonte: captura de tela do *Instagram* (2024)

Figura 13 – Percepção de si do estudante-atleta



Fonte: captura de tela do DSFootball (2024)

Após detalhar a quantidade de informações, foi preciso refletir sobre como os atletas publicam e constroem sua imagem. Conforme já foi exposto, antigamente, os atletas dependiam de DVDs para se apresentarem e, por isso, contratavam um cineasta para embelezar as jogadas e as habilidades do jogador (Rial, 2022). Para o DS Football, qualquer jogador, com o uso de uma câmera fotográfica ou celular, pode filmar-se e apresentar-se para uma peneira. Porém, percebo que, mesmo com ferramentas gratuitas de edição de vídeo, os atletas que participaram das peneiras online não tiveram cuidado com as filmagens. Foram identificados muitos vídeos com imagens dos atletas distantes, bem como aqueles em que não era possível identificar o atleta a ser avaliado. Assim, quando a apresentação do atleta é percebida de forma negativa ou incompleta, as chances de aprovação diminuem, pois, para um currículo digital, informações insuficientes acabam construindo uma imagem negativa ou insatisfatória do atleta.

Outros pontos de destaque são os vídeos com músicas religiosas que foram captados, o que parece ser a forma pela qual os atletas têm demonstrado seu Dom,

conforme discutido em Damo (2007). Além disso, quando a peneira é aberta, os atletas podem acompanhar os perfis dos demais que estão competindo, o que pode ser associado à competitividade das peneiras presenciais – poder olhar o adversário, se comparar e se sobressair sobre ele.

Também é importante destacar que encontrei, ao longo do estudo, perfis com ótimos currículos digitais, com ótimas imagens, bons vídeos em que, com clareza, eram demonstradas as habilidades e as capacidades do atleta. Normalmente, o DS Football solicita que sejam gravados vídeos de um minuto de duração³. Em vista disso, foram identificadas boas construções de vídeo e edição, nas quais, em apenas um minuto, bons currículos eram percebidos nesse curto período de tempo.

Figura 14 – Perfil com ótimo currículo digital



Fonte: captura de tela do *Instagram* (2024)

³ A ferramenta DS Football permite que sejam adicionados mais de um vídeo, mas solicita aos jogadores filmagens de até um minuto.

Assim como anteriormente eram contratados cineastas para editar vídeos de jogadores, também foram percebidos perfis que podem ter sido agenciados por empresas de marketing, jogadores com muitos seguidores, fotos editadas, clareza na imagem e uso de boas cores, apresentação das informações solicitadas – como posição, altura, peso ou campeonato que irá participar –, ou seja, uma edição de vídeo que muitos demonstraram dificuldades ou não conseguiram realizar.

Um bom vídeo deve evidenciar as qualidades dos atletas e esconder as dificuldades. As chances devem ser iguais para todos, porém notou-se a dificuldade de atletas representarem seu EU profissional em sua apresentação para um clube. Mesmo com peneiras online e abertas para todos os atletas, foi verificada uma maior quantidade de perfis amadores, visto que estes perfis não atendem aos critérios desejados para a seleção online. Nesse caso, entende-se que não basta ter o espaço aberto para todos os públicos, pois nem todos os públicos conseguem construir uma boa imagem do Eu desejado, a exemplo dos atletas amadores, os quais não atingiram critérios para construir suas boas imagens para a seleção e detecção, já que não atendem às solicitações da peneira.

Com isto, conclui-se que é preciso um conhecimento prévio das ferramentas digitais, uma vez que um vídeo bem apresentado e organizado deve fazer com que o avaliador perceba e selecione o jogador de futebol. A oportunidade é para todos, porém, as ferramentas de edição, mesmo sendo gratuitas, não são muito consideradas ou, ainda, dominadas pelos jovens jogadores. Parece existir um “achismo” entre os atletas que apenas lances de jogos e músicas religiosas ou Funk de fundo constroem um bom vídeo, mas a mensagem principal deve ser uma boa descrição do que o atleta quer demonstrar e que atenda aos critérios da peneira. Assim, há uma lacuna que perpassa a falta de conhecimentos de recursos digitais, o que compromete a construção da imagem dos atletas e, conseqüentemente, a seleção e a detecção para a profissionalização nos clubes.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, pude trazer aos leitores a possibilidade de desconstruir “achismos” do futebol em relação à jornada para a profissionalização e sua associação com os estudos dos jovens atletas, considerando o fato de que o esporte é e tem sido visto através dos olhares da mídia como uma opção de ascensão socioeconômica e também evidenciando que o processo de seleção de estudantes-atletas apresenta lacunas, por exemplo, a falta de metodologia científica, o fato dos clubes não divulgarem sua metodologia para contratação e as seleções ficarem sujeitas à intuição de olheiros de futebol.

Dessa forma, as tecnologias digitais surgem como fatores facilitadores dessa etapa de seleção para a profissionalização de estudantes-atletas em clubes de futebol. É o caso do Dream Stock Football, uma tecnologia que realiza peneiras digitais possibilitando que jovens jogadores amadores possam alcançar a profissionalização e escolhida como objeto desta pesquisa. Com isso, analisei as funcionalidades do APP, como são realizadas as peneiras e como estudantes-atletas criam sua imagem de atleta de futebol a partir de ferramentas como o DSFootball e a rede social *Instagram*.

A metodologia utilizada foi a etnografia de tela, proposta por Rial (2022), que me permite como pesquisador buscar significados em publicações de atletas em mídias digitais, considerando que a etnografia não distingue o real do virtual. Assim, através dessa metodologia, foi criado um diário de campo em que foram registradas as postagens dos estudantes-atletas no DSFootball e no *Instagram*. Para a inclusão no estudo de campo, os jovens atletas precisavam atender aos critérios estabelecidos para este estudo: ter idade escolar, perfil público no *Instagram* e participar de uma peneira do DSFootball.

Para a minha imersão a campo, inicialmente criei um perfil no *Instagram* e no DSFootball para analisar como os estudantes-atletas constroem sua imagem de atleta do futebol, considerando as posições de futebol de campo, goleiro, zagueiro, lateral, volante, meia e atacante. Assim, a primeira peneira analisada no DSFootball foi a de lateral para o clube Atlético Mineiro, que se iniciou no dia 15 de janeiro de 2024 e durou uma semana. Nela, foram selecionados alguns perfis e identificadas algumas

lacunas na forma de apresentação dos jovens atletas, como já dito. Na sequência, a próxima peneira foi para a posição de zagueiro, também com duração de uma semana, seguida de goleiro, atacante, volante (todas durando uma e sendo aberta para o time do Atlético Mineiro) e por último foi analisada, durante 30 dias, a peneira de meio-campo ofensivo, da J3 League do Japão.

Ao longo do período de coleta dos dados, foram observadas diversas semelhanças entre as postagens dos jovens atletas: muitos jogadores participaram de mais de uma peneira, porém não mudaram as informações da Bio do DSFootball como, por exemplo, foi percebido jogadores que se inscreveram para a posição de goleiro e apresentaram vídeos fora da posição solicitada pelo DS, além de terem sido encontrados muitos atletas que postaram foto de costas, com gravação de vídeo distante, além do uso de músicas e atribuição ao ato de jogar a Deus, como um dom (Damo, 2007).

Um bom currículo digital aumenta a chance de aprovação nas peneiras. Antigamente, conforme apresenta Rial (2002), os jovens contratavam cineastas e profissionais para uma boa apresentação de vídeo. Atualmente, percebeu-se nas peneiras observadas no DS que, mesmo com aplicativos de edição gratuitos, os jovens jogadores não dominavam essas ferramentas e apresentavam vídeos com baixa qualidade de imagem ou sem edição, dificultando a demonstração do que a peneira solicitava e evidenciando a importância de pensar nas questões sociais que podem influenciar nesse desconhecimento ou nessa dificuldade de utilização das ferramentas digitais.

Nesse sentido, encontrei, também, bons perfis de atletas que almejam alcançar a profissionalização e que utilizam empresas de marketing digital para fazer o seu agenciamento, inclusive, editando e postando vídeos para esses jogadores. Essa realidade também favorece a seleção desses atletas e dificulta para aqueles que não têm condições de arcar com os custos desse agenciamento, já que muitos, como já dito, vivem em situação de vulnerabilidade e o esporte é justamente uma possibilidade para a melhoria de vida.

Através da pesquisa, é possível concluir que, mesmo com a democratização de acesso às peneiras por meio de ferramentas digitais, existe uma dificuldade dos jovens jogadores infames de construírem a sua imagem de jogadores de futebol, já

que essa construção esbarra em “achismos” do futebol e também nas diferentes realidades sociais, que influenciam e alteram o modo como as oportunidades e as seleções são oferecidas aos estudantes-atletas. Por isso, seria interessante, em pesquisas futuras, repensar a perspectiva de que o uso das mídias possibilita que todos tenham acesso às peneiras, permitindo refletir sobre a importância das mídias e da educação para qualificar os usos das tecnologias e, ainda, o que se espera desses jovens jogadores que disputam vagas em clubes para a efetiva seleção para a profissionalização.

REFERÊNCIAS

- BRUGGEMANN, Ângelo Luiz; BITENCOURT, Fernando Gonçalves. Cultura e tecnologias: netnografia com jovens futebolistas brasileiros na Europa. In: Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, 19. 2015, Vitória, ES. *Anais [...]*. Disponível em:
<http://congressos.cbce.org.br/index.php/conbrace2015/6conice/paper/viewFile/7812/3816>. Acesso em: 18 jun. 2024.
- DAMO, Arlei Sander. Dom, amor e dinheiro no futebol de espetáculo. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 23, n. 66, p. 139-150, fev. 2008. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/P7GvDKjFfLCdjgqW9KSp8C/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 15 set. 2023.
- FERREIRA, Paulo Francisco Gomes; ZANDONÁ, Lucas Slongo; MAGNAGO, Patricia Flores; LEÃO, Álvaro Gehlen de. Design Thinking application for a digital product prototype for soccer branch. *Product, Management & Development*. [S.l.], p. 1-27, mar. 2022. Disponível em:
<https://www.pmd.igdp.org.br/article/10.4322/pmd.2022.015/pdf/pmd-20-1-e20210017.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2023.
- FOUCAULT, Michel. A vida dos homens infames. In: *O que é um autor?*. Lisboa: Passagens, 1992.
- FOUCAULT, Michel. *Em defesa da sociedade*: curso no Collège de France, 1975-1976. Tradução: Maria Ermantina Galvão. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em:
https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf. Acesso em: 11 jun. 2023.
- GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, mar./abr. 1995. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/rae/a/wf9CgwXVjpLFVgpwNkCgnnC/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 11 jun. 2023.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Tradução: Maria Célia Santos Raposo. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

GOL! O sonho impossível. Direção de Danny Cannon. Reino Unido, Estados Unidos: Touchstone Pictures, 2005. (118 min.), color. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_Kh3lZ5a-IM. Acesso em: 03 nov. 2023.

HILGEMBERG, Tatiane. O corpo da atleta com deficiência no Instagram: uma análise do perfil de Camille Rodrigues. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 44. 2021, Recife, PE. *Anais [...]*. Recife, PE: INTERCOM, 2021. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt6-ce/tatiane-hilgemberg.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2023.

HILGEMBERG, Tatiane; ARAÚJO, Bryan; DAMA, Juliana. O controle do discurso sobre si? A autorrepresentação do atleta paralímpico Daniel Dias nas redes sociais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 42, 2019, Belém, PA. *Anais [...]*. Belém, PA: INTERCOM, 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1065-1.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2023.

INVERNIZZI, Lisandra; VAZ, Alexandre Fernandez; BASSANI, Jaison José. Futebol não profissional em Florianópolis: notas de trabalho. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, São Paulo, v. 31, n. 1, p. 271-280, jan./mar. 2017. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rbefe/article/view/141777/136807>. Acesso em: 12 nov. 2023.

ISIDRO, João Pedro. *Vasco anuncia parceria com DSFootball para a captação na base*. Vasco, Rio de Janeiro, 21 jul. 2023. Disponível em: <https://vasco.com.br/vasco-anuncia-parceria-com-dsfootball-para-a-captacao-na-base/>. Acesso em: 02 nov. 2023.

JAHNECKA, Luciano. Sobre as trajetórias de futebolistas infames: poder sobre a vida e poder da vida. CSOnline: *Revista Eletrônica de Ciências Sociais*, Juiz de

Fora, n. 31, p. 37-50. set. 2020. Disponível em:

<https://periodicos.uff.br/index.php/csonline/article/view/30473>. Acesso em: 28 abr. 2023.

LAZZARATO, Maurizio. *As revoluções do capitalismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

LEITÃO, Débora Krischke; GOMES, Laura Graziela. Etnografia em ambientes digitais: perambulações, acompanhamentos e imersões. *Revista Antropolítica*, Niterói, n. 42, p. 41-65, 1. sem. 2017. Disponível em:

<https://periodicos.uff.br/antropolitica/article/view/41884/pdf>. Acesso em: 11 jun. 2023.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). *Pesquisa Social: teoria, método e criatividade*. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

MIRANDA, Iuri Scremin de; SANTOS, Wagner dos; COSTA, Felipe Rodrigues da. Dupla carreira de estudantes atletas: uma revisão sistemática nacional.

Motrivivência: Revista de Educação Física, Esporte e Lazer, Florianópolis, v. 32, n. 61, p. 1-21, jan./mar. 2020. Disponível em:

<https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/view/2175-8042.2020e61788/42994>. Acesso em: 13 nov. 2023.

NETO, Luiz Manoel Machado. *Processo de profissionalização e escolarização de estudantes-atletas de futebol: conciliação entre rotina esportiva e escolar*. 2022, 54 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciado em Educação Física) – Centro de Desportos, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/232982>. Acesso em: 14 nov. 2023.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. O trabalho do antropólogo: olhar, ouvir, escrever. *Revista de Antropologia*, São Paulo, USP, v. 39, n. 1, p. 13-37, 1996. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ra/article/view/111579/109656>. Acesso em: 11 jun. 2023.

PAOLI, Próspero Brum; SILVA, Cristiano Diniz da; SOARES, Antônio Jorge.

Tendência atual na detecção, seleção e formação de talentos no futebol brasileiro.

Revista Brasileira de Futebol, v. 1, n. 2, p. 38-52, jul./dez. 2008. Disponível em:

<https://rbf.ufv.br/index.php/RBFutebol/article/view/33>. Acesso em: 21 abr. 2024.

RELATÓRIO da CBF mostra que 96% dos jogadores ganham até R\$ 5 mil por mês. *Placar*, 29 set. 2021. Disponível em: <https://placar.com.br/esporte/relatorio-da-cbf-mostra-que-96-dos-jogadores-ganham-ate-r-5-mil-por-mes/>. Acesso em: 04 nov. 2023.

RIAL, Carmem. A circulação de vídeos de baixo orçamento no sistema futebolístico. In: VAILATI, Alex; VILLAREAL, Gabriela Zamorano (ed.). *Etnografias de 'On Demand' Films*. Cham (Suíça): Springer Nature, 2022.

RIGO, Luiz Carlos. Amizade, pertencimento e relações de poder no futebol de bairro. *Revista Pensar a Prática*, v. 10, n. 1, p. 83-98, 2007. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/fef/article/view/194/1229>. Acesso em: 29 abr. 2023.

RIGO, Luiz Carlos. Notas sobre o futebol 'infame' do interior do Rio Grande do Sul. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE ESTUDOS SOBRE FUTEBOL, 2., 2014, São Paulo. Tema: Expressões, memórias, resistências e rivalidades. São Paulo: Editora do Museu do Futebol, 2014. p. 1-12.

ROCHA, Carla Pires Vieira da; ALMEIDA, Caroline Soares de; DEMARCHI, Brenno Brandalise; RODRIGUEZ, Cristhian Cajé; ROSABAL, Damaris; TORRES, Natalia Perez; RIAL, Carmem. O presente remoto: etnografia de tela e outras metodologias de pesquisa e ensino do Núcleo de Antropologia Visual (NAVI/UFSC). In: RIAL, Carmem; ECKERT, Cornelia; LANDA, Mariano Báez (org.). *Pesquisa e ensino em antropologia audiovisual na América Latina: experiências nos tempos híbridos do presencial e do remoto*. Aba Publicações [S.l.], p. 20-40, 2023. Disponível em: <https://www.abant.org.br/files/CAP-479027073178.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2024.

SILVA, Hélio Raymundo Santos. A situação etnográfica: andar e ver. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 15, n. 32, p. 171-188, jul./dez. 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ha/a/qg3G8GrBsYz7H56nCzJWymx/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 11 jun. 2023.

TEIXEIRA, Márcia Aparecida. *A importância da internet no esporte: estudo de caso das redes sociais do clube atlético mineiro*. 2021, 75 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação - Marketing e Publicidade) – Universidade Lusófona de Tecnologias e Humanidades, Lisboa, 2021. Disponível em:

https://recil.ensinolusofona.pt/bitstream/10437/12291/1/VF_TEIXEIRA_M%C3%81RCIA_MCCMP_2021_1de1.pdf. Acesso em: 18 out. 2023.

VERZANI, Renato Henrique; MORÃO, Kauan Galvão; BAGNI, Guilherme; MACHADO, Afonso Antonio; SERAPIÃO, Adriane Beatriz de Souza. Interferências da cibercultura em atletas de alto rendimento: olhar sobre futebolistas. *Revista Brasileira de Futsal e Futebol*, v. 10, n. 40, p. 583-588, jan./dez. 2018. Disponível em: <http://www.rbff.com.br/index.php/rbff/article/view/637>. Acesso em: 18 out. 2023.