



## ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DO CONTEÚDO DE MÍDIAS SOCIAIS DE ESPORTES E FITNESS SOBRE A AUTOPERCEPÇÃO DE JOVENS E ADOLESCENTES.

**Clara L. S. OLIVEIRA<sup>1</sup>; Ygor S. OLIVEIRA<sup>2</sup>; Miguel H. A. PINTO<sup>3</sup>; Gusthavo A. A. Rodrigues<sup>4</sup>**

### RESUMO

Este estudo apresenta resultados preliminares de um relato de pesquisa que realizou uma análise de conteúdo de perfis de influenciadores digitais focados em esportes, visando compreender como suas postagens nas redes sociais impactam a construção de hábitos e estilos de vida entre jovens. Foram identificados temas predominantes ligados ao corpo ideal, disciplina, alimentação saudável e motivação. Os resultados indicam que tais conteúdos atuam como poderosos mediadores culturais, influenciando tanto a prática de atividades físicas quanto os padrões de consumo dos adolescentes. A pesquisa contribui para a reflexão crítica sobre o papel das mídias sociais na formação identitária juvenil e aponta para a necessidade de estratégias educativas que promovam o uso consciente dessas plataformas.

#### Palavras-chave:

Instagram, TikTok, Influencers, Saúde Digital.

### 1. INTRODUÇÃO

A adolescência é uma fase marcada por transformações físicas, sociais e comportamentais, durante a qual os indivíduos formam grande parte de seus hábitos futuros. Nesse contexto, dois elementos têm ocupado papel central na vida dos jovens: o uso das mídias sociais e a prática esportiva. As redes sociais, como Instagram, TikTok e YouTube, tornaram-se espaços de construção de identidade, socialização e consumo, enquanto a atividade física continua sendo essencial para o desenvolvimento saudável e o bem-estar.

O esporte, para além do desempenho físico, é um fenômeno sociocultural que influencia valores, estilos de vida e consumo. Em paralelo, Schmidt et al. (2022) mostram que o uso excessivo de mídias digitais pode intensificar comportamentos sedentários, afetar o sono e interferir na alimentação de adolescentes. No entanto, a relação entre mídias sociais e atividade física não é apenas negativa; ela pode ser também um canal de promoção de estilos de vida saudáveis.

A presença de influenciadores esportivos nas redes sociais tem estimulado o envolvimento de adolescentes com práticas corporais. De acordo com Aschwanden e Messner (2024), influenciadores digitais são capazes de motivar adolescentes fisicamente inativos a adotar comportamentos mais saudáveis, principalmente quando apresentam estilos de vida acessíveis e

<sup>1</sup>Bolsista, IFSULDEMINAS – *Campus* Carmo de Minas. E-mail: clara.lira@alunos.ifsuldeminas.edu.br

<sup>2</sup>Bolsista, IFSULDEMINAS – *Campus* Carmo de Minas. E-mail: ygor.oliveira@alunos.ifsuldeminas.edu.br

<sup>3</sup>Discente, IFSULDEMINAS – *Campus* Carmo de Minas. E-mail: miguel.henrique@alunos.ifsuldeminas.edu.br

<sup>4</sup>Docente, IFSULDEMINAS – *Campus* Carmo de Minas. E-mail: gusthavo.rodrigues@ifsuldeminas.edu.br

cotidianos. Além disso, Yang et al. (2024) destacam que a forma como jovens atletas se apresentam nas redes sociais, aliada à resposta positiva dos seguidores, está diretamente associada à autoestima e à persistência em práticas esportivas.

Essa influência também se estende ao campo do consumo. Wawryniuk (2018) identificou que adolescentes tendem a consumir produtos associados a marcas e pessoas influentes no meio digital esportivo, mostrando como a identidade e o pertencimento são construídos por meio do consumo. Costa (2023) reforça esse dado ao apontar que uma parcela significativa de jovens altera seus hábitos alimentares com base em conteúdos promovidos por influenciadores, o que sugere um impacto ainda mais abrangente da presença digital desses agentes.

## **2. MATERIAL E MÉTODOS**

Este estudo adotou uma abordagem qualitativa, baseada na análise de conteúdo temática, segundo Bardin (2011), para investigar os discursos veiculados por influenciadores digitais no contexto esportivo. O corpus foi composto por cerca de 100 postagens públicas selecionadas em perfis de Instagram e TikTok, com mais de 100 mil seguidores e focados no público jovem entre 14 e 18 anos. A escolha dos perfis considerou a relevância dos conteúdos relacionados a esportes, hábitos alimentares, estilo de vida e produtos vinculados ao universo esportivo.

A análise foi conduzida em três etapas. Inicialmente, realizou-se a pré-análise, com leitura flutuante e organização do material para identificação das unidades de registro. Em seguida, procedeu-se à codificação temática das postagens, categorizando conteúdos referentes a corpo ideal, disciplina e motivação, alimentação, consumo e saúde mental. Essa etapa contou com o auxílio de softwares especializados para sistematizar as informações. Por fim, os dados foram interpretados à luz dos referenciais teóricos das áreas de comunicação, psicologia do desenvolvimento e educação física, visando compreender os significados e possíveis impactos dos discursos analisados sobre os jovens.

Em termos éticos, a pesquisa utilizou apenas conteúdos públicos, respeitando a privacidade dos influenciadores e seguindo as diretrizes da Resolução nº 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde, sem necessidade de consentimento formal.

## **4. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Os conteúdos analisados revelaram que os influenciadores constroem narrativas que reforçam padrões estéticos e valores ligados à disciplina, superação e saúde. A utilização frequente de imagens motivacionais, relatos pessoais e dicas práticas contribuem para a criação de um ideal de vida ativo e saudável, mas também podem gerar pressão por um padrão de corpo específico. Além disso, o discurso publicitário presente nas postagens influencia escolhas de consumo, especialmente em produtos ligados à nutrição e vestuário esportivo.

Os resultados parciais deste estudo confirmam que as redes sociais funcionam como espaços de mediação cultural poderosos, onde a juventude negocia identidade e pertencimento. Embora os conteúdos possam incentivar práticas saudáveis, também reproduzem estereótipos e padrões que nem sempre consideram a diversidade corporal e as realidades socioeconômicas dos jovens. Assim, é essencial fomentar a alfabetização midiática para que os adolescentes desenvolvam uma leitura crítica dessas mensagens. As próximas etapas desta pesquisa deverá apontar para dados mais conclusivos que devem apontar para a análise de questionário de autopercepção e discurso de participantes da pesquisa.

## **5. CONCLUSÃO**

A análise evidenciou que os influenciadores digitais do esporte são agentes importantes na formação dos hábitos e estilos de vida dos jovens. Contudo, sua influência é ambígua, combinando promoção de saúde com reforço de ideais estéticos muitas vezes inalcançáveis. A pesquisa destaca a necessidade de políticas e programas educativos que incentivem o uso crítico das redes sociais, promovendo a valorização da diversidade e a adoção de práticas esportivas inclusivas.

## **REFERÊNCIAS**

BARDIN, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.

ASCHWANDEN, L.; MESSNER, M. (2024). How influencers motivate inactive adolescents to be more physically active: a mixed methods study. *Frontiers in Public Health*.

YANG, Y. et al. (2024). Adolescent Athletes' Self-Presentations on Social Media and Their Self-Esteem. *Psychological Reports*.

BOURDIEU, P. (1983). *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp.