

idp

idn

# MESTRADO ACADÊMICO EM COMUNICAÇÃO

---

**COMUNICAÇÃO DIGITAL, ESPORTES DE ALTO  
RENDIMENTO E SAÚDE MENTAL:** UMA ANÁLISE SOBRE A  
PRESENÇA DE GINASTAS OLÍMPICAS NO INSTAGRAM

**MARCELO ROSA DA SILVEIRA**

Brasília-DF, 2025

**MARCELO ROSA DA SILVEIRA**

**COMUNICAÇÃO DIGITAL, ESPORTES DE ALTO RENDIMENTO E SAÚDE MENTAL: UMA ANÁLISE SOBRE A PRESENÇA DE GINASTAS OLÍMPICAS NO INSTAGRAM**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Comunicação, do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

**Orientador**

Professor Doutor Alexandre Lenzi

Brasília-DF 2025

**MARCELO ROSA DA SILVEIRA**

**COMUNICAÇÃO DIGITAL, ESPORTES DE ALTO RENDIMENTO E SAÚDE MENTAL: UMA ANÁLISE SOBRE A PRESENÇA DE GINASTAS OLÍMPICAS NO INSTAGRAM**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Comunicação, do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Aprovado em 11 / 12 / 2025

**Banca Examinadora**

---

Prof. Dr. Alexandre Lenzi - Orientador

---

Profa. Dra. Liliane de Lucena Ito

---

Profa. Dra. Telma Matos

Código de catalogação na publicação – CIP

S587c Silveira, Marcelo Rosa da  
Comunicação digital, esportes de alto rendimento e saúde mental: uma análise sobre a presença de ginastas olímpicas no instagram / Marcelo Rosa da Silveira. — Brasília: Instituto Brasileiro Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa, 2026.  
95 f. : il.; color.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Lenzi

Dissertação (Mestrado Profissional em Economia/Administração Pública) — Instituto Brasileiro Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa – IDP, 2025.

1. Comunicação. 2 Desporto de rendimento. 3. Psicologia esportiva 4. Rede social na Internet. I.Título

CDD 302.2

Elaborada pela Biblioteca Ministro Moreira Alves

## AGRADECIMENTOS

Ao Instituto de Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP), pela oportunidade de aprendizagem e desenvolvimento que este mestrado me proporcionou. Aos professores e professoras do programa, cuja dedicação ao ensino e à pesquisa ampliou de maneira significativa minha visão crítica e formação acadêmica.

Não poderia também deixar um agradecimento mais que especial ao Professor Doutor Alexandre Lenzi, orientador desta pesquisa e docente em duas disciplinas cursadas ao longo da formação. Principalmente por “topar” minha loucura de correr atrás de um tema que foge ao nosso domínio. Também por suas provocações intelectuais e seu incentivo constante que contribuiu decisivamente para a consolidação deste trabalho. Estendo meu reconhecimento a todos os professores que, de diferentes formas, colaboraram para meu crescimento intelectual. Sobretudo, agradeço à Professora Vanessa Clarizia Marchesin e ao Professor Edwaldo Costa, membros da Banca de Qualificação, pelas valiosas contribuições que ajudaram a aperfeiçoar o caminho metodológico e teórico dessa dissertação. E por fim, agradeço imensamente às professoras Liliane de Lucena Ito e Telma Matos, integrantes da Banca Final, pela leitura cuidadosa, pelo rigor acadêmico e pela generosidade intelectual demonstrada no processo de avaliação.

Agradeço também aos profissionais da psicologia do esporte que tive a oportunidade de conhecer e entrevistar durante esta pesquisa. Todos foram muito abertos e dispostos a contribuir com esse estudo. Suas reflexões, generosidade e abertura ao diálogo tornaram possível compreender com maior profundidade a complexidade do esporte de alto rendimento e os percalços passados pelos atletas de elite. Sem falar que despertaram em mim o desejo de possivelmente cursar outra graduação.

Um agradecimento muito especial à minha companheira, Gabriela Vieira, pelo apoio incansável ao longo de todo o processo. Principalmente por todo suporte emocional, calma e paciência em momentos difíceis. Agradeço também pela ajuda direta na coleta de

dados, uma vez que seu olhar técnico e analítico foram fundamentais para que este projeto se tornasse viável.

Por fim, agradeço aos meus pais, que mais uma vez apoiaram minha trajetória acadêmica e nunca deixaram de estimular meu crescimento intelectual. A confiança deles em meu potencial foi e continua sendo um dos meus maiores vetores de força.

Este mestrado me transformou. Não apenas pelo conhecimento adquirido, pelas leituras e pelas longas horas de escrita, mas pela consciência que desenvolvi ao longo do caminho: ninguém constrói um percurso acadêmico sozinho. Carrego comigo a certeza de que cada etapa desta jornada foi atravessada com as mãos que me sustentaram, com os conselhos que me orientaram e com o afeto daqueles que acreditaram em mim antes mesmo que este trabalho existisse.

“Lidar com os extremos — os altos e baixos de ser um atleta olímpico —, com os sacrifícios, os desafios e a transição após uma vida de foco absoluto, pode ser extremamente difícil. Mas existe um caminho possível. Há pessoas e instituições que podem ajudar, e os resultados podem ser realmente positivos. Só precisamos mudar a percepção de que problemas de saúde mental são algo a esconder. Em um mundo onde os próprios atletas olímpicos estão liderando essa transformação, o impacto pode ser gigantesco.”

*Michael Phelps - Nadador e maior medalhista olímpico de todos os tempos.*

## RESUMO

A sociedade contemporânea construiu, em torno do atleta de alto rendimento, um estereótipo meritocrático que associa o valor de sua atuação exclusivamente ao êxito esportivo, naturalizando práticas intensas e pressão psicológica. Com o avanço tecnológico e a consolidação das redes sociais como espaços centrais de visibilidade midiática, esse modelo passou a ser tensionado, sobretudo diante do crescimento dos debates públicos sobre saúde mental no esporte. Nesse contexto, este trabalho tem como objetivo analisar, sob a perspectiva da comunicação e da psicologia do esporte, de que modo o imaginário do atleta como herói social influencia a exposição digital e os impactos emocionais vivenciados por atletas de alto rendimento. A pesquisa baseia-se na revisão bibliográfica de trabalhos científicos, reportagens, relatos públicos de atletas e entrevistas com psicólogos do esporte, além da análise das redes sociais de atletas olímpicas de Ginástica Artística em dois períodos distintos, a partir de uma abordagem netnográfica. Os resultados indicam não haver uma relação linear ou homogênea entre o uso das redes sociais e os impactos emocionais, evidenciando experiências singulares que variam conforme trajetória, capital simbólico e estágio de carreira. Observou-se, ainda, que atletas mais jovens tendem a utilizar as plataformas como instrumentos de visibilidade e projeção profissional, enquanto atletas mais consagradas mobilizam esses espaços para tensionar o debate público sobre saúde mental e denunciar pressões estruturais do esporte de alto rendimento. Conclui-se que o ambiente digital atua simultaneamente como espaço de oportunidade e de intensificação da cobrança simbólica, ampliando expectativas associadas ao mito do atleta-herói e reforçando a necessidade de abordagens interdisciplinares entre comunicação e psicologia do esporte para a proteção da saúde mental dos atletas.

**Palavras chave: Comunicação; Psicologia do Esporte; Redes Sociais; Esporte de Alto Rendimento; Ginástica Artística; Olimpíadas.**

## ABSTRACT

Contemporary society has constructed, around the high-performance athlete, a meritocratic stereotype that associates the value of athletic performance exclusively with sporting success, naturalizing intense practices of psychological pressure. With technological advances and the consolidation of social media as central spaces of media visibility, this model has increasingly been challenged, particularly in light of the growing public debate on mental health in sport. In this context, this study aims to analyze, from the perspectives of communication studies and sport psychology, how the imaginary of the athlete as a social hero influences digital exposure and the emotional impacts experienced by high-performance athletes. The research is based on a bibliographic review of scientific studies, journalistic reports, public statements by athletes, and interviews with sport psychologists, as well as an analysis of the social media profiles of Olympic athletes from the Brazilian Women's Artistic Gymnastics Team across two distinct periods, using a netnographic approach. The results indicate that there is no linear or homogeneous relationship between social media use and emotional impacts, revealing singular experiences that vary according to individual trajectories, symbolic capital, and career stage. It was also observed that younger athletes tend to use digital platforms as tools for visibility and professional projection, while more established athletes mobilize these spaces to challenge public discourse on mental health and to denounce structural pressures within high-performance sport. It is concluded that the digital environment simultaneously operates as a space of opportunity and intensified symbolic pressure, amplifying expectations associated with the myth of the athlete-hero and reinforcing the need for interdisciplinary approaches between communication studies and sport psychology to protect athletes' mental health.

**Keywords: Communication; Sport Psychology; Social Media; High Performance; Olympic Games.**

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Figura A.1</b> Método Balanced Scorecard – BSC. (Autores: Robert S. Kaplan e David P. Norton)	<b>52</b>
<b>Figura A.2</b> Matriz do Planejamento Estratégico de Longo Prazo – 2016-2021	<b>52</b>
<b>Figura A.3</b> Missão, visão e objetivo estratégico 2016-2021	<b>53</b>
<b>Figura A.4</b> Imagem 04: Método de Gerenciamento Ciclo PDCA	<b>53</b>
<b>Figura A.5</b> Nível de satisfação dos servidores em relação ao TCE-MT após execução do PELP 2006-2011	<b>54</b>
<b>Figura A.6</b> Missão, visão e objetivo estratégico 2016-2021	<b>56</b>
<b>Figura A.7</b> Imagem 04: Método de Gerenciamento Ciclo PDCA	<b>57</b>
<b>Figura A.8</b> Nível de satisfação dos servidores em relação ao TCE-MT após execução do PELP 2006-2011	<b>57</b>
<b>Figura B.1</b> Método Balanced Scorecard – BSC. (Autores: Robert S. Kaplan e David P. Norton)	<b>58</b>
<b>Figura B.2</b> Matriz do Planejamento Estratégico de Longo Prazo – 2016-2021	<b>58</b>
<b>Figura B.3</b> Missão, visão e objetivo estratégico 2016-2021	<b>59</b>
<b>Figura B.4</b> Imagem 04: Método de Gerenciamento Ciclo PDCA	<b>59</b>
<b>Figura C.5</b> Nível de satisfação dos servidores em relação ao TCE-MT após execução do PELP 2006-2011	<b>60</b>
<b>Figura D.6</b> Missão, visão e objetivo estratégico 2016-2021	



.....	60
<b>Figura E.1</b>	
Imagem 04: Método de Gerenciamento Ciclo PDCA	
.....	61



# SUMÁRIO

**INTRODUÇÃO..... 15**

**1. CAPÍTULO 1 – O HERÓI EM COLAPSO: MÍDIA, IMAGINÁRIO ESPORTIVO E SAÚDE MENTAL NO SÉCULO 21 ..... 19**

1.1 COMUNICAÇÃO DIGITAL ..... **24**

1.2 PSICOLOGIA ESPORTIVA ..... **35**

**2. CAPÍTULO 2 - ARENA DIGITAL: MÉTODO, RECORTE E ANÁLISE DE DADOS SOBRE EXPOSIÇÃO MIDIÁTICA NAS REDES SOCIAIS ..... 44**

2.1 MAPEAMENTO DAS ATLETAS DE GINÁSTICA ARTÍSTICA ANALISADAS NA PESQUISA (JOGOS OLÍMPICOS DE PARIS 2024) ..... **45**

2.1.1 LEVANTAMENTO QUANTITATIVO DA PRESENÇA DIGITAL DAS ATLETAS DE GINÁSTICA DA SELEÇÃO FEMININA. .... **46**

2.1.2 ESTUDO EXPLORATÓRIO DE CASO COM AS ATLETAS OLÍMPICAS DE GINÁSTICA ARTÍSTICA FEMININA NOS JOGOS DE PARIS 2024. .... **46**

2.2 ESTUDO EXPLORATÓRIO DE CASO: A EXPOSIÇÃO DIGITAL DAS GINASTAS OLÍMPICAS NOS JOGOS OLÍMPICOS DE PARIS 2024 ..... **48**

2.2.1 PRIMEIRAMENTE, BUSCANDO ENCONTRAR RESPOSTAS PARA A RELAÇÃO TÊNUE ENTRE EXPOSIÇÃO DIGITAL E A SAÚDE MENTAL DAS ATLETAS OLÍMPICAS, NÚMEROS ESPECÍFICOS SOBRE AS REDES SOCIAIS DE CADA ATLETA FIZERAM PARTE DE UMA PRIMEIRA COLETA, INCLUINDO OS SEGUINTE ATRIBUTOS PRÉ-DEFINIDOS: ..... **48**

2.2.2 EM UM SEGUNDO MOMENTO, FOI DEFINIDO QUE CADA ATRIBUTO CATALOGADO SERIA ANALISADO OBSERVANDO DOIS RECORTES TEMPORAIS DISTINTOS. O PRIMEIRO, COMPREENDENDO 26 DE JULHO A 11 DE AGOSTO DE 2024, PERÍODO OFICIAL DAS OLIMPÍADAS DE PARIS, E O SEGUNDO, COMPREENDENDO O MESMO PERÍODO DE 26 DE JULHO A 11 DE AGOSTO DE 2025. .... **49**

2.2.3 DEPOIS DESSA COLETA, GRÁFICOS FORAM PRODUZIDOS SEGUINDO UMA LÓGICA DE PERGUNTAS PRÉ-DEFINIDAS EM TRÊS CLUSTERS: A) PANORAMA GERAL DA PRESENÇA DIGITAL, B) ANÁLISE TEMÁTICA E DE COMPORTAMENTO, C) MUDANÇAS OBSERVADAS. .... **50**

2.2.4 DISCUSSÃO ..... **51**

**3. CAPÍTULO 3 - INTERFACES ENTRE COMUNICAÇÃO DIGITAL E PSICOLOGIA DO ESPORTE ..... 64**

3.1 ROTEIRO ..... **64**

# SUMÁRIO

3.2 ENTREVISTAS.....	65
3.2.1 PROFISSIONAIS ENTREVISTADOS.....	66
3.3 DISCUSSÃO.....	67
3.3.1 EXPERIÊNCIAS PROFISSIONAIS.....	67
3.3.2 COMUNICAÇÃO, MÍDIA E SAÚDE MENTAL.....	68
3.3.2 COMUNICAÇÃO, MÍDIA E SAÚDE MENTAL (CONTINUAÇÃO).....	72
3.3.3 ESTRATÉGIAS E ORIENTAÇÕES.....	75

**RESULTADOS .....Erro! Indicador não definido.**

**REFERÊNCIAS..... 85**



# INTRODUÇÃO

# **INTRODUÇÃO**

## INTRODUÇÃO

Partindo do entendimento que a comunicação contribuiu para que a espécie humana pudesse evoluir e que esse campo do saber também norteia e pauta as principais discussões do mundo contemporâneo, esta pesquisa em caráter exploratório traz como objeto de estudo o esporte de alto rendimento, a busca pela saúde mental e sua relação com as redes sociais.

Por meio de levantamento teórico de conceitos-chave de campos de estudo da neurociência, da psicologia, além da própria comunicação digital, o intuito do trabalho se divide em três partes: na primeira, traz uma contextualização histórica, abordando a construção simbólica do atleta como herói social e os impactos dessa construção no imaginário popular, além de possíveis desdobramentos em cobranças exacerbadas. Na segunda, após essa discussão, traz uma análise de dados, baseada em evidências do uso das redes sociais por parte de cinco ginastas olímpicas. Finalmente, na última parte, uma discussão com profissionais psicólogos do esporte foi realizada por meio de entrevistas exploratórias, buscando costurar caminhos para o fortalecimento da saúde mental no âmbito esportivo, usando como base de análise os resultados obtidos na coleta de dados, além de refletir sobre as interfaces entre a psicologia esportiva e a comunicação digital.

Dessa forma, o objetivo geral desta pesquisa é mapear e compreender como atletas de alto rendimento da ginástica artística se comunicam nas redes sociais, analisando os sentidos atribuídos à exposição digital e levantando problematizações acerca dos impactos dessa dinâmica sobre a saúde mental dessas atletas. Busca-se, ainda, compreender de que modo o imaginário do atleta como herói social e as lógicas meritocráticas do esporte de alto rendimento atravessam essas práticas comunicacionais, contribuindo para diferentes experiências emocionais ao longo da trajetória esportiva.

O interesse pelo tema surgiu ainda em 2020/21 durante as olimpíadas de Tóquio, quando a ginasta americana Simone Biles abandonou a competição alegando precisar cuidar de sua saúde mental. Além de Simone, as tenistas Naomi Osaka e Serena Williams,

os nadadores Bruno Fratus e Michael Phelps e o surfista Gabriel Medina são outros atletas do grupo chamado “alto rendimento” que trouxeram à agenda esportiva o tema “saúde mental” e as consequências da enorme pressão enfrentada por atletas profissionais.

Diante desse cenário multifacetado, torna-se evidente que a saúde mental de atletas de alto rendimento não pode ser compreendida de maneira isolada, restrita apenas ao indivíduo ou ao desempenho esportivo. Trata-se de um fenômeno interdisciplinar, cuja configuração surge da interação de múltiplos agentes e estruturas, como: os profissionais psicólogos do esporte, as plataformas digitais, os comitês do esporte, as federações, a mídia especializada e o público consumidor do esporte. Assim, ao posicionar o atleta no centro de um ecossistema marcado pela alta visibilidade, vulnerabilidade emocional e intensa pressão por performance, esta pesquisa busca contribuir com o entendimento das dinâmicas contemporâneas que permeiam o atleta de alto rendimento e as possíveis implicações práticas de atuação.

Integrando perspectivas teóricas, análise empírica de dados digitais e entrevistas com especialistas que trabalham diretamente com atletas, o trabalho propõe uma reflexão crítica sobre as interfaces entre a psicologia esportiva e a comunicação digital. Visando instrumentalizar maneiras de atuação na proteção e fortalecimento psicológico, promovendo caminhos efetivos de construção de ambientes esportivos saudáveis e humanizados.

Portanto, percebe-se desde esse primeiro momento, uma grande teia de relações profissionais e interdependentes circundando a órbita do atleta de alto rendimento. E é nesse sentido, que ter a ajuda profissional adequada, se faz interessante para lidar com essa complexa cadeia de expectativas geradas em volta dos profissionais do esporte.

Como princípio norteador deste trabalho, a ajuda profissional especializada do psicólogo esportivo (já consolidada na ciência profissional do esporte), será um dos pilares deste estudo, que além de observar o atleta de alto rendimento e sua relação com as redes sociais, levará em consideração que esse atleta pode ter um direcionamento eficaz do que realmente funciona e do que pode interferir no seu desempenho, considerando possíveis consequências dessas escolhas, como uma saúde mental abalada ou preservada dependendo do caminho escolhido a ser seguido.

A estrutura proposta para esta pesquisa contempla três capítulos distintos. O primeiro capítulo é dedicado à fundamentação teórica, apresentando o contexto que motiva pesquisa, com atenção especial aos conceitos-chave deste estudo e a relação interdisciplinar entre: saúde mental, redes sociais e performance esportiva. O segundo capítulo irá se debruçar na escolha e análise das redes sociais das ginastas brasileiras: Lorrane Oliveira, Júlia Soares, Rebeca Andrade, Flávia Saraiva e da norte-americana Simone Biles, destacando os números atingidos nas redes sociais das atletas olímpicas, buscando uma relação que ajude a compreender a dinâmica da exposição digital e seus possíveis impactos sobre o bem-estar psicológico. Já no terceiro capítulo, entrevistas realizadas com profissionais especializados foram realizadas em caráter exploratório, buscando não só a compreensão de possíveis estratégias efetivas na proteção emocional dos atletas, como também interfaces entre a psicologia esportiva e a comunicação digital.



## 1

## CAPÍTULO 1 – O HERÓI EM COLAPSO: MÍDIA, IMAGINÁRIO ESPORTIVO E SAÚDE MENTAL NO SÉCULO 21

Ser atleta de alto rendimento e ter o próprio corpo como instrumento de trabalho é, no mínimo, um fenômeno exaustivo. Exige uma rotina permanente de treinamento físico, aperfeiçoamento técnico especializado e disciplina emocional. Por esse motivo, contar com acompanhamento profissional adequado torna-se não apenas um reforço ao desempenho esportivo, mas uma forma de sustentar a saúde mental diante do aglomerado de expectativas que atravessa a carreira esportiva contemporânea.

A lógica do esporte no mundo moderno, entretanto, ultrapassa a simples prática esportiva. O atleta de elite tornou-se parte de uma engrenagem de entretenimento global e, ao mesmo tempo, de uma arena simbólica onde diferentes países disputam reconhecimento, prestígio e influência. Grandes competições, como os Jogos Olímpicos, transmitidas para todos os continentes e acompanhadas por um número enorme de pessoas, funcionam como vitrines dessa disputa. Dessa forma, o desempenho esportivo deixa de representar apenas vitória ou derrota e passa a compor também uma dinâmica geopolítica mais complexa. E é nesse ponto que o conceito de *soft power*, desenvolvido por Joseph S. Nye Jr., teórico das Relações Internacionais, ajuda a iluminar esse fenômeno: trata-se da capacidade de um país “obter o que deseja por meio da atração, em vez da coerção ou de pagamentos”, mobilizando a atratividade da cultura, dos valores e dos ideais nacionais como fonte de poder. O atleta, nessa perspectiva, torna-se também um embaixador simbólico, isto é, um corpo que performa não apenas por si, mas pela imagem e pelo projeto de país que representa.

A maneira indireta de obter o que você deseja às vezes tem sido chamada de ‘a segunda face do poder’. Um país pode alcançar os resultados que deseja na política mundial porque outros países — admirando seus valores, imitando seu exemplo, aspirando ao seu nível de prosperidade e abertura — querem segui-lo. Nesse sentido, também é importante definir a agenda e atrair outros na política mundial, e não apenas forçá-los a mudar ameaçando com força militar ou sanções

econômicas. Esse *soft power* — fazer com que outros queiram os resultados que você deseja — coopta as pessoas em vez de coagi-las (NYE. 2004, p.2).

Para o psicólogo, pesquisador e divulgador científico Altay de Souza, isso pode ser extremamente perigoso para o atleta que não necessariamente entende essa lógica. Em um episódio de seu próprio podcast, chamado “Naruhodo”, Altay explica que o atleta, por já ser extremamente competitivo, acaba se prejudicando sem perceber toda essa lógica atuando por trás de sua profissão:

Esse para mim é o lado perverso e cafona da Olimpíada. Essa coisa de defender algo. A gente precisa desenvolver toda uma lógica macroeconômica ligada a Estados brigando um com o outro como uma forma de atenuar ou postergar a necessidade de uma guerra total, para se ter excelência. E você vê que há o interesse geopolítico dos países mesmo. E aí você bota isso na cabeça do coitado do atleta, cheio de competição na cabeça, e aí o cara “se mata” mesmo, né? É complicado. (SOUZA, 2024).

Considerando o cenário social e digital contemporâneo, observa-se uma mudança significativa na forma como os atletas de alto rendimento se comunicam com o público. Atualmente, por meio das redes sociais, essa interação pode ocorrer de maneira direta e sem intermediações, o que difere substancialmente de contextos anteriores, nos quais a relação com a imprensa, patrocinadores e fãs se dava por intermédio de meios tradicionais, como rádio, jornal impresso e televisão. Diante dessa transformação, torna-se urgente compreender os impactos desse novo modelo na experiência e no desempenho dos atletas de elite.

Com o avanço das tecnologias digitais e especialmente a popularização dos smartphones, o surgimento e a consolidação de redes sociais capazes de formar amplas comunidades virtuais aos poucos foi se popularizando. A dinâmica de interação nesses ambientes digitais aos poucos se intensificou, complexificando e segmentando cada vez mais aspectos fundamentais da sociabilidade humana, como observou Martino (2014):

Quem participa das redes online são seres humanos ligados às redes do mundo desconectado, e as interferências entre os dois ambientes, até certo ponto, são inevitáveis. Assim como o mundo real é levado para as redes sociais digitais, as discussões online têm o potencial de gerar atitudes e ações no mundo físico (MARTINO, 2014, p. 64).

Por um lado, essa mudança auxilia alguns aspectos importantes de interação social. A praticidade de acesso e comunicação por um aplicativo no telefone facilitou interações antes complexas e distantes. Por outro, quando essas interações “mais simples” e ágeis podem se confundir e esse espaço digital rapidamente pode se transformar em um local de angústia, dor, sofrimento e ódio. Na internet esse tipo de confusão infelizmente é muito comum e instantânea, como corrobora Martino (2014): “nas redes sociais, os vínculos entre os indivíduos tendem a ser fluidos, rápidos, estabelecidos conforme a necessidade em um momento e desmanchado no instante seguinte”.

No Brasil, um exemplo desse paradoxo comunicacional é a medalhista de ouro e campeã da Olimpíada de Paris (2024), Ana Patrícia, jogadora de vôlei de praia, que após sua conquista, relatou ao portal Terra<sup>1</sup> que, apesar da vitória na França, na edição anterior dos jogos olímpicos, realizada em Tóquio, várias mensagens de ódio chegaram em suas redes sociais quando, naquela competição, a vitória não foi alcançada.

A atleta Ana Patrícia sofreu algo parecido com o que se entende no digital como “cancelamento”. Importante conceituar melhor o termo, amplamente utilizado nas disciplinas que estudam marketing e comportamento do consumidor, antes de prosseguir com a pesquisa. Basicamente, o cancelamento digital é uma espécie de exposição negativa de um produto, serviço ou pessoa, com claro intuito de prejudicar. Para o pesquisador Ferreira Alessandro da Silva (2021), os riscos são expressivos:

A cultura do cancelamento consiste em expor um fato, geralmente por meio de alguma rede social e, em seguida, a depender de uma reação negativa das massas, o indivíduo ser rechaçado por esse público. Tendo em vista o significado de cancelar como tornar sem efeito, anular, eliminar, suspender, suprimir, podemos concluir que os efeitos dessa reação podem ser pesados (DA SILVA, 2021, p.95).

Ou seja, esse padrão de comportamento presente no digital pode ser perigoso para qualquer um e, principalmente no caso do atleta de alto rendimento, pode prejudicar seu trabalho que muitas vezes é veiculado a uma “boa imagem”. Mais para frente nesse estudo,

---

<sup>1</sup> **KÜLLER, Aline.** Ana Patrícia relembra ataques por derrota em Tóquio-2020: "Falaram que eu tinha que me matar". *Terra*, 9 ago. 2024. Disponível em: Terra. Acesso em: 20 maio 2025.

essa imagem idealizada do atleta será mais explorada, mas já pode-se perceber o perigo da existência de um suposto “tribunal da internet”, que por sua vez, pode ser impiedoso com qualquer competidor simplesmente pelo fato de um atleta não corresponder a uma expectativa gerada pelo próprio espectador, que frustrado, vai à rede social e despeja sobre o atleta as mais diversas ofensas por ele não ter ganhado um jogo ou competição, como no caso exemplificado pela atleta Ana Patrícia.

Iremos explorar um pouco mais a fundo dois temas importantíssimos para o prosseguimento dessa pesquisa: a **comunicação digital** e a **psicologia esportiva**. Porém, antes, uma metáfora explicativa para padrões comunicacionais será colocada aqui, para ajudar na compreensão do fenômeno midiático das redes sociais enquanto comportamento em grupo.

A ideia aqui é lançar mão de um recurso interdisciplinar para ilustrar como determinadas dinâmicas coletivas encontradas no **ecossistema digital** se aproximam, em termos estruturais, de mecanismos há muito tempo estudados pela biologia.

Em espécies que vivem em grupo, os comportamentos sociais são regulados por padrões coletivos que garantem proteção, identidade e permanência no grupo. Do ponto de vista da ecologia comportamental, indivíduos organizados coletivamente se beneficiam do chamado “efeito de vigilância”<sup>2</sup>, no qual o monitoramento do ambiente é distribuído entre todos, de modo que cada membro passe a observar não apenas ameaças externas, mas também o comportamento de seus pares. A literatura clássica de Krebs e Davies (1993) demonstra que, em ecossistemas naturais, quanto maior o grupo, maior a capacidade de vigilância compartilhada, resultando em uma atenção constante aos movimentos e sinais emitidos por outros membros.

Outro conceito amplamente discutido pela biologia é o “efeito de diluição”<sup>3</sup>, proposto por Foster e Treherne (1981), segundo o qual,

---

<sup>2</sup> “Efeito de vigilância” — conceito da ecologia comportamental que descreve como, em espécies sociais, a atenção ao ambiente é distribuída entre os membros do grupo, reduzindo o custo individual de monitoramento e aumentando a probabilidade de alerta precoce. Ver ROBERTS, G. Why individual vigilance declines as group size increases. *Animal Behaviour*, v. 51, p. 1077–1086, 1996.

<sup>3</sup> “Efeito de diluição” — conceito da ecologia comportamental que descreve a tendência de que, em espécies sociais, o risco de um indivíduo ser alvo de ataque

quanto maior o grupo, menor se torna o risco individual de ataque. A presença de muitos organismos reunidos tende a reduzir a probabilidade de um único indivíduo se tornar alvo. A lógica estrutural desses mecanismos biológicos pode ser observada, metaforicamente, nas redes sociais digitais: grandes comunidades conectadas distribuem vigilância e, simultaneamente, diluem o senso de responsabilidade individual. Quanto mais robusto é o grupo, por exemplo, uma torcida esportiva, um fandom, uma comunidade política ou uma “bolha digital”, maior tende a ser a vigilância coletiva sobre comportamentos, discursos e alinhamentos. Ao mesmo tempo, os ataques a um único indivíduo ou a um opositor se diluem, pois cada agente percebe-se como apenas uma pequena parte de um ataque amplificado, em que a identidade pessoal se confunde com a do coletivo.

Essa analogia é útil para compreender por que, em ambientes digitais, indivíduos muitas vezes adotam posições extremas, reagem de forma agressiva ou reiteram discursos de ódio não necessariamente por convicção individual, mas em busca de proteção simbólica e pertencimento, conceito amplamente presente em estudos envolvendo redes sociais. Como observado em grupos de animais, a permanência no coletivo depende de sinais de alinhamento, e a discordância pode ser interpretada como ameaça à coesão do grupo. Nas plataformas digitais, onde reputação, adesão simbólica e visibilidade são constantemente monitoradas, o risco social de “não pertencer” é aumentado. Comportamentos de antagonismo, defesa irrestrita de ídolos ou hostilidade contra um alvo comum passam a funcionar como marcadores identitários, ou seja, mecanismos pelos quais o indivíduo demonstra, publicamente, que partilha dos valores do grupo e que, portanto, merece permanecer nele.

A metáfora biológica não sugere, evidentemente, que comportamentos comunicacionais sejam determinados pela genética ou por instintos biológicos, mas permite identificar semelhanças de funcionamento entre as dinâmicas sociais e as dinâmicas ecológicas. Uma vez que, em ambos os casos, os grupos tendem a formar mecanismos coletivos de vigilância e mecanismos de diluição do risco individual.

---

diminui conforme o tamanho do grupo aumenta, uma vez que a probabilidade estatística de predação se distribui entre os membros. Ver FOSTER, W.; TREHERNE, J. The spatial dispersion of a swarm of insects and the dilution effect. *Animal Behaviour*, v. 29, p. 882–887, 1981.

No ambiente do esporte de alto rendimento e sobretudo nas redes sociais, tais mecanismos podem converter atletas em alvos privilegiados de um coletivo frustrado, tema abordado mais adiante pela professora Katia Rubio, uma das referências brasileiras em psicologia esportiva. O indivíduo que falha, decepciona ou simplesmente não entrega o desempenho esperado, torna-se o ponto focal da descarga emocional de um grupo. Assim, o “tribunal da internet” funciona como um mecanismo social de punição simbólica, reforçando coesão interna por meio da eliminação ou humilhação pública daquele que representou, para o coletivo essa ruptura de expectativa.

Essa lógica ajuda a compreender parte do fenômeno vivido pela atleta Ana Patrícia. A frustração coletiva diante de um resultado negativo se converteu em uma ação agressiva e estruturada, não apenas pela decepção esportiva em si, mas pela dinâmica comunicacional das redes, na qual pertencer ao grupo pode exigir posicionamento explícito, mesmo quando esse posicionamento se expressa em forma de ofensa. Em outras palavras, o ódio digital não é apenas expressão individual, mas um produto de dinâmicas grupais amplificadas em plataformas que fornecem visibilidade, métricas e reconhecimento social para quem se engaja na reação coletiva.

Essa compreensão interdisciplinar abre caminho para o aprofundamento dos dois pilares centrais desta pesquisa, **comunicação digital e psicologia esportiva**, permitindo reconhecer que a pressão por desempenho e a cobrança sobre a imagem do atleta não fique somente no ambiente físico de treino e de competição. Elas se estendem para um ecossistema midiático no qual a aprovação e a rejeição são reguladas em escala coletiva, contínua e pública.

Na sequência, a ideia é elucidar como a compreensão da construção da imagem do atleta, sua presença nas redes sociais e a expectativa de perfeição influenciam diretamente na sua saúde mental e experiência no esporte.

## 1.1 COMUNICAÇÃO DIGITAL

Uma área onde o impacto do digital se manifestou com maior intensidade foi a da comunicação. O mundo interconectado por dispositivos digitais, aproxima-se ainda mais do que McLuhan (1964) entendeu como aldeia global: um ambiente em que as tecnologias

eletrônicas comprimem tempo e espaço, conectando as pessoas de maneira simultânea e planetária. A diferença está no fato de que McLuhan tinha como referência a televisão e atualmente a TV está disponível na palma das mãos por telefones inteligentes (*smartphones*), que para além deste formato, oferecem uma gama muito maior de possibilidades de comunicação. Esse “ecossistema midiático” expande exponencialmente a capacidade de produzir, compartilhar e interagir com conteúdos.

Com celulares nas mãos, as pessoas podem ser ao mesmo tempo emissores e receptores, transformando esse modelo clássico (emissor → receptor) em um novo circuito comunicacional dinâmico, mediado por plataformas que articulam múltiplos formatos e linguagens em um mesmo ambiente. Este cenário conversa com a noção de cultura de convergência trazida por Jenkins (2013), “onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”. Essa noção de que a comunicação mudou e se tornou muito mais complexa e multifacetada é primordial para iniciar uma reflexão mais profunda sobre os ganhos e perdas que a completa imersão digital traz consigo.

Essa tensão entre “benefícios e prejuízos” decorrentes da superexposição digital dialoga diretamente com uma das abordagens teóricas mais influentes no campo da Comunicação Social, a perspectiva dos Usos e Gratificações conceituada por Elihu Katz e Jay Blumler.

A teoria sustenta que os receptores selecionariam voluntariamente os meios e conteúdos a que iriam se expor a partir da expectativa de obter algum tipo de gratificação, seja ela informacional, emocional, relacional, identitária ou de entretenimento.

Para a professora doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa, Raquel Marques Carriço Ferreira, o pressuposto básico da abordagem é que, através das experiências e reflexões da audiência sobre os conteúdos das mídias, ela relaciona quais materiais lhes são gratificantes ou úteis.

A abordagem de Usos e Gratificações possui uma tradição influente na pesquisa da audiência tratando dos aspectos que levam o receptor a selecionar e a se expor aos diferentes meios e conteúdos da comunicação. O longo percurso dos estudos sobre a audiência e a recepção dos meios da comunicação social nos mostra um acúmulo de conhecimento estruturado por eixos analíticos dos processos básicos do receptor. Tais processos se referem às respostas que os membros da

audiência dão aos meios, como respostas de exposição, de recepção, respostas atitudinais e comportamentais (FERREIRA, 2016, p.1).

No entanto, quando a gratificação esperada não é alcançada, emergem consequências afetivas e comportamentais. Esse aspecto é essencial para compreensão de como atletas de elite podem experimentar tanto reconhecimento e apoio quanto crítica, vigilância e desgaste psicológico em ambientes digitais.

A pesquisadora Elisabeth Saad (2020) traz outra importante contextualização para agregar nesse sentido:

De um lado está disponível toda sorte de dispositivos e aparatos técnicos provenientes da digitalização que possibilitam uma ação comunicativa veloz, imediata, desintermediada, desterritorializada e equalizadora de vozes e hierarquias; porém, de outro lado, temos essa mesma ação comunicativa atuando como um vetor de mudança global que traz a necessidade de ressignificação do que tradicionalmente era entendido como comunicação e sociedade (SAAD, 2020, p.153).

Como essa lógica comunicacional é a que vigora nos dias atuais, estar presente e fazer parte dessa sociedade midiaticizada não é mais uma questão de escolha. É um padrão a ser seguido para quem lida com diferentes audiências, como é o caso dos atletas de alto desempenho. Segundo Saad (2020), autores do quilate de Arendt, Habermas, Bourdieu, Delleuze, Tarde, Canclini e Barbero, todos bastante anteriores à digitalização generalizada dos processos comunicativos, já anteviam transformações e necessárias adequações. Anteviam que a interconexão de diferentes ordens entre ações de comunicação poderia produzir novos códigos de comportamento social de alcance generalizado.

E o atleta, como um ser humano social comum, que não se difere dos demais, está, portanto, inserido nessa sociedade midiaticizada, participando desse jogo de **ganhos e perdas** tanto quanto qualquer outra pessoa (não atleta).

Nesse contexto, torna-se pertinente incorporar a perspectiva teórica de Richard Grusin<sup>4</sup>, cuja reflexão amplia a compreensão do

---

<sup>4</sup> Richard Arthur Grusin é um estudioso e teórico das novas mídias. É professor de inglês na Universidade de Wisconsin-Milwaukee e ex-diretor do Centro de Estudos do Século XXI.

ambiente comunicacional atual ao problematizar não apenas como as mídias refazem as mídias por meio do conceito de “remediação”<sup>5</sup>, mas também como elas passam a moldar antecipadamente percepções, afetos e comportamentos sociais, configurando o que ele também caracteriza como “premediação”<sup>6</sup>.

Segundo Grusin, a **remediação** surge no final do século XX como uma lógica midiática que atua de duas formas simultâneas e contraditórias: ao mesmo tempo em que busca “apagar todos os sinais de mediação ao oferecer um contato imediato com o real”, também enfatiza a própria mediação por meio de múltiplas camadas, telas e linguagens (*hipermediação*).

É fundamental diferenciar **remediação** de **premediação**. Embora ambas as lógicas de mediação estejam em ação no século XXI, elas operam de forma diferente e com diferentes conceitos. A lógica dupla da remediação surgiu ao final do século XX como resposta à exuberante proliferação das tecnologias de mídias digitais, frequentemente cunhadas como mediatização. Remediar, remodelar ou re-mediar de um meio para outro operava de duas formas contraditórias, buscando de um lado apagar todos os sinais de mediação ao oferecer um contato imediato com o real, e, de outro, multiplicar ou chamar atenção para a remediação ou àquilo que Jay David Bolter e eu nos referimos como hipermediação (GRUSIN, 2013, p. 163–164).

No entanto, no século XXI, essa lógica evolui e se reorganiza em outra formação sociotécnica e afetiva: a **premediação**, responsável por produzir “uma afetividade da antecipação, remediando eventos futuros ou ocorrências que podem ou não acontecer”.

A premediação descreve a temporalidade dominante da sociedade conectada, caracterizada por um estado de alerta contínuo e pela expectativa do que ainda está por vir. Não se trata apenas de registrar o presente, mas de engajar **afetivamente** sujeitos e objetos

---

<sup>5</sup> Sobre o conceito de **remediação**, ver Bolter, J. D.; Grusin, R. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press, 1999. Disponível em: <https://mitpress.mit.edu/9780262522793/remediation/>.

<sup>6</sup> Uma síntese clara do conceito de **premediação** pode ser encontrada na entrevista concedida por Richard Grusin à pesquisadora brasileira Elizabeth Saad na revista *Matrizes* (USP), em que ele explica como a lógica da premediação reorganiza, no século XXI, a lógica da remediação ao produzir afetos de antecipação e temporalidade orientada ao futuro. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/69412>.

em redes “sociotécnicas” para antecipar o futuro, criando “um campo fluido e em mudança permanente de interações afetivas temporais” entre humanos e dispositivos digitais.

A lógica dupla da remediação ainda se mantém, mas o conflito dessa lógica é formalmente diferente. Diferente da remediação, que busca uma espécie de imediatismo perceptivo ou afetivo, a premediação trabalha para produzir uma afetividade da antecipação remediando eventos futuros ou ocorrências que podem ou não acontecer. O regime midiático da premediação não evidencia o desejo dos anos 1990 de uma realidade virtual, mas sim um engajamento com a realidade do virtual, ou aquilo que Delleuze entende comopotencialidade. Premediação descreve o temporal e a formação afetiva atual da sociedade conectada. Se a remediação fala para um modelo de conexão mais individualizado de imediatismo e hipermediação que prevaleceu na cibercultura dos anos 1980 e 1990, a premediação fala para a temporalidade antecipatória do século XXI, aquela em que estamos sempre prontos para nos movimentarmos pelas redes sociais que estão premediadas no futuro, ou como usamos nossas redes para mobilizarmos a nós e aos outros (amigos ou redes) e nos sentirmos juntos e participarmos em eventos de mídia temporal e especialmente heterogêneos – seja online via Facebook ou Twitter, ou no espaço geográfico por meio de conexões móveis com GPS ou outras tecnologias espaciais (GRUSIN, 2013, p. 165–166).

Esse cenário produz uma experiência comunicacional maior, marcada pela constante espera por notificações, respostas, visualizações, curtidas, menções e atualizações, indicadores que estruturam totalmente a lógica presente nas redes sociais. Tanto do ponto de vista de percepções e dinâmicas individuais quanto coletivas.

Quando a “lupa” mira para a exposição pública dos atletas de alto rendimento, a relação com esse regime comunicacional torna-se ainda mais evidente. A presença digital não se limita à remediação de suas performances esportivas, como a repetição, circulação e espetacularização de treinos, competições e entrevistas. Ela passa, sobretudo, a operar na lógica da premediação, isto é: construir, atualizar e gerenciar continuamente **expectativas** futuras sobre resultados, preparo físico, lesões, retorno de competições, vida pessoal e trajetória profissional. A audiência não apenas acompanha o que aconteceu, mas se engaja afetivamente com aquilo que pode vir a acontecer. Dessa forma, tanto a mídia esportiva como as plataformas digitais cultivam, diariamente, um clima de antecipação em torno desses atletas, que

funcionam como vetores permanentes de atenção, cobrança e vigilância.

Inserido nesse ambiente, o atleta não apenas comunica, ele é comunicado - Será que McLuhan diria que o atleta é o meio? - Sua presença digital retroalimenta círculos afetivos, algoritmos de engajamento e narrativas muito aceleradas que operam em um ritmo ansiogênico, que amplifica tanto reconhecimento e capital simbólico quanto exposição e vulnerabilidade emocional. A análise dessa dinâmica será aprofundada nos próximos capítulos, pois ela se revela central para compreender as conexões entre comunicação digital, psicologia do esporte e saúde mental.

Outra perspectiva pode ser encontrada com alguns pesquisadores que estudam o consumo e a esfera publicitária relacionada ao marketing. Tendo em vista que estes, também sinalizam novos comportamentos envolvendo a comunicação digital por parte dos consumidores. Marcia Perencin Tondato e Pietro Giuliboni Nemr Coelho publicaram um artigo para a Revista “Signos de Consumo”<sup>7</sup>, onde fizeram uma reflexão indicando que um dos motivos dos indivíduos estarem inseridos nessa sociedade midiaticizada é justamente o sentimento de pertencimento social. Isto é, as pessoas participam e são ativas digitalmente para não se sentirem excluídas deste modelo. Repare como esse sentimento de pertencimento se relaciona com a analogia biológica citada no capítulo anterior.

Em meio a uma sociedade midiaticizada, na qual novos conteúdos e produtos surgem a todo o momento, especialmente no ambiente digital, é essencial que os indivíduos se mantenham ativos e informados sobre novidades para estabelecerem vínculos sociais, participarem de discussões e expressarem suas visões de mundo e opiniões, construindo suas identidades nesse processo (COELHO e TONDATO, 2023, p.1).

Levando em conta que do ponto de vista neurobiológico e comportamental, adequar-se à essa digitalização generalizada, caminha em uma velocidade diferente do avanço tecnológico. Ou seja, considerando que o cérebro humano evolui de forma mais lenta, quando comparado à rápida evolução tecnológica, resta então tentar fazer com que os impactos causados por essa desregulação, causem

---

<sup>7</sup> Revista eletrônica acadêmica da área de Comunicação, ligada à Escola de Comunicações e Artes (ECA) da USP.

menor prejuízo na saúde mental de um indivíduo. Seja ele atleta ou não. Mas, no caso do profissional do esporte, escolhido como o recorte deste trabalho, por sua atividade exigir um grau de concentração maior do que o comum, este atleta precisa de um cuidado ainda maior na prevenção dessa desregulação, se justificando essa diferenciação, no fato deste atleta fazer parte de um contexto mais específico.

Esse contexto do atleta de alto rendimento o leva a ultrapassar o limite do que alguns especialistas entendem como “saudável”, culminando em uma normalização / banalização de situações que não deveriam ser tratadas como “comuns” a estes indivíduos. Pesquisa conduzida pela professora Cláudia Reardon, do departamento de psiquiatria da Universidade de Wisconsin (REARDON et al., 2019) e que liderou o Consenso sobre Saúde Mental em Atletas de elite, publicado em 2019 pelo Comitê Olímpico Internacional (COI) <sup>8</sup>, afirma que sintomas e transtornos de saúde mental são, de fato, considerados comuns entre atletas de elite, podendo estes, terem manifestações que venham a prejudicar seu próprio desempenho. Tema que será aprofundado nas próximas seções desta pesquisa.

Retomando à dinâmica convergente da comunicação social e o entendimento de Coelho (2023) sobre “sociedade midiaticizada”, seria então minimamente sensato, pensar em limitar a interação e a participação nesses ambientes digitais, como uma possível forma de prevenção à possíveis danos na saúde mental causados por uma exposição excessiva no digital. No entanto, segundo Coelho (2023), com o constante avanço e atualização das tecnologias e espaços comunicacionais digitais, determinar um limite entre os mundos online e offline torna-se cada vez mais difícil.

E é justamente aí que reside uma das maiores dificuldades desse modelo ao qual essa sociedade midiaticizada se insere: conseguir criar esse ambiente de “separação”, uma vez que o cérebro humano não foi feito para interagir na frequência e velocidade que interage nos dias atuais com o uso das redes sociais (QUERINO, 2025).

Vale destacar que um atleta profissional começa sua carreira muito cedo, possivelmente em uma idade que o seu cérebro ainda está em desenvolvimento. Isso pode ser visto como um indicativo de que seu nível de exposição, interação e uso do ambiente digital deveria ser

---

<sup>8</sup> Disponível em: <https://bjism.bmj.com/content/53/11/667>.

ainda mais limitado. Em entrevista para o Eslen Podcast, o psicólogo e estudioso da ciberpsicologia Emanuel Querino aborda essa perspectiva:

A sensibilidade de um cérebro em desenvolvimento para interagir com algo que não foi feito para interagir igual a gente interage hoje, que é rede social, internet, pornografia, disponível amplamente, jogos e apostas, nosso cérebro não foi feito para lidar com isso. E as pessoas estão sendo expostas mais cedo, com maior frequência, com maior intensidade a tudo isso que não era feito para interagir dessa forma (QUERINO, 2025).

Parte do problema de não conseguir criar separação das redes sociais está na digitalização da vida social cotidiana. Isso vale para qualquer pessoa e também para atletas de alto rendimento. No ambiente midiático, o atleta ocupa dois papéis simultâneos: o de consumidor e o de produtor de conteúdo. Ele pode, por exemplo, assistir a um filme no celular durante o descanso, mas ao publicar um vídeo de treino em suas redes sociais, deixa de apenas consumir e passa a ser consumido. Sua rotina vira espetáculo, e sua imagem circula como produto. Isso significa que o atleta estará muito mais vulnerável à qualquer tipo de interação instantânea, sendo ela positiva ou negativa. E mais uma vez, essa dinâmica rápida pode ser prejudicial para sua saúde mental, uma vez que não há um tempo maior para uma reflexão mais profunda entre o que o atleta lê como *feedback* e o que, de fato, deveria ser extraído como construtivo.

Nas Olimpíadas de 2024, logo após derrota na competição de judô, o japonês Tatsuru Saito estava extremamente envergonhado pelo desempenho apresentado<sup>9</sup>. Tamanha frustração fez com que ele publicasse, logo após à competição, em seu perfil no Instagram que não queria voltar ao país de origem. Este relato do atleta foi mais um entre muitos outros durante as Olimpíadas de Paris que chamaram a atenção do mundo para a questão da saúde mental dos atletas de alto rendimento.

Para além dos relatos evidenciando a fragilidade emocional dos atletas de alto rendimento, é muito importante notar que o atleta japonês foi se pronunciar publicamente no Instagram. Esse

---

<sup>9</sup> REDAÇÃO DO GE. Japonês se culpa por prata por equipes no judô: "Sinto que não posso voltar para o Japão". *ge.globo*, 4 ago. 2024. Disponível em: [ge.globo](https://www.ge.globo.com/judo/japao/brasil/brasil-2024/japones-se-culpa-por-prata-por-equipes-no-judo-sinto-que-nao-posso-voltar-para-o-japao). Acesso em: 20 maio 2025.

acontecimento, por si só, evidencia um sintoma da mudança citada no começo deste capítulo sobre a forma próxima como o atleta lida diretamente com o público nos dias atuais.

Ainda usando as Olimpíadas de verão como um bom observatório dos comportamentos dos atletas, em 2020/2021 durante os jogos olímpicos de Tóquio (adiado em um ano devido à pandemia de Covid-19), a atleta norte-americana e maior ginasta da competição, Simone Biles, chamou a atenção do mundo quando desistiu de competir para cuidar de sua saúde mental. Na ocasião, a atleta foi bem clara e alegou que a decisão priorizava questões psicológicas envolvendo sua própria saúde. Os principais jornais do mundo<sup>10</sup> estamparam em suas capas matérias com a decisão de Biles, e claro, as redes sociais instantaneamente repercutiram a decisão da ginasta. Sua decisão “viralizou”<sup>11</sup>, gerando ondas de apoio e também de muita cobrança.

Vale ressaltar que durante a competição em Tóquio, Simone já dava sinais de não estar “psicologicamente na melhor forma” antes mesmo da desistência. Logo após um difícil dia de competição onde a atleta não conseguiu encaixar bem seus melhores movimentos, a própria ginasta, por meio de uma publicação no Instagram, desabafou sobre as dificuldades que vinha enfrentando:

Não foi um dia fácil ou o meu melhor, mas consegui superá-lo. Eu realmente sinto que às vezes tenho o peso do mundo sobre meus ombros. Sei que eu ignoro e faço parecer que a pressão não me afeta, mas às vezes é difícil, hahaha! As Olimpíadas não são brincadeira! Mas estou feliz que minha família foi capaz de estar comigo virtualmente, eles significam o mundo para mim! (BILES, 26 de julho, 2021).

Essa postagem já acendeu o alerta de muitos jornalistas e de psicólogos especialistas que cobriam as Olimpíadas e, após alguns outros dias conturbados em Tóquio, a atleta conversou com sua equipe e achou melhor desistir, anunciando publicamente para os jornalistas sua decisão:

Assim que eu piso no tablado, sou só eu e a minha cabeça, lidando com demônios. Tenho que fazer o que é certo para

---

<sup>10</sup> THE NEW YORK TIMES. Resultados da ginástica nas Olimpíadas de Tóquio. *The New York Times*, 27 jul. 2021. Disponível em: NYT. Acesso em: 20 maio 2025.

<sup>11</sup> Termo utilizado para expressar que um conteúdo teve um grande alcance, além de ser compartilhado várias vezes.

mim e me concentrar na minha saúde mental e não prejudicar minha saúde e meu bem-estar. Há vida além da ginástica (BILLES, depoimento publicado em O Globo, 2021).

A dinâmica de comunicação dos atletas citados anteriormente evidencia algumas diferenças entre a comunicação digital e a “tradicional” realizada pela imprensa. As publicações instantâneas de alguns atletas durante a competição olímpica corroboram a ideia de proximidade e agilidade, muito característica do ambiente digital, especialmente nas redes sociais. Em compensação, esse modelo rompe com a relação lógica e tradicional da mediação jornalística, onde a exposição pública dos atletas depende majoritariamente do interesse da imprensa, que atua como filtro entre o atleta e a sociedade. Ou seja, a visibilidade do profissional de alto rendimento seria condicionada a critérios editoriais, agendas esportivas ou decisões institucionais de jornais, rádios e canais de TV. Nas redes sociais, por outro lado, os próprios atletas podem controlar narrativas, publicando conteúdos pessoais e interagindo com torcedores, marcas e seguidores sem intermediações.

As redes sociais transformaram a forma como os atletas se comunicam com seus fãs. Antes, os atletas só podiam interagir com seus admiradores por meio de plataformas tradicionais, como jornais, revistas e televisão. Com o surgimento de redes como Instagram, Twitter e TikTok, os atletas agora podem compartilhar seu dia a dia, rotinas de treino e bastidores com seus seguidores de maneira mais íntima. Ao fazer isso, conseguem construir uma base de fãs leal e aumentar sua popularidade dentro e fora do campo. Graças às redes sociais, os atletas agora têm voz direta e uma plataforma para abordar questões sociais e temas importantes (Sportfive, 2023).

Essa liberdade, no entanto, pode não ser benéfica para o profissional atleta, que em muitos casos, não sabe ou consegue lidar com o ônus de cuidar de sua própria imagem de forma profissional. Um bom exemplo desse fenômeno seria um atleta que leva uma crítica feita na sua rede social, em forma de comentário, para o lado pessoal e responde desenfreadamente, sem filtro nenhum, não enxergando o malefício que isso pode trazer a longo prazo para ele mesmo.

É preciso orientar os atletas quanto ao uso, benefícios, malefícios, riscos e desdobramentos de uma postagem, bem como alertá-los sobre punições e consequências danosas aos autores e vítimas de crimes virtuais, por exemplo, para que o esporte não seja uma forma de potencializar ações pejorativas (Morão, 2020, p.73).

Em contrapartida, os patrocinadores de determinado atleta, podem exigir uma “boa imagem profissional” para associarem seus respectivos produtos àquele profissional. Muitas vezes, para existência desse vínculo profissional, é estabelecida uma “via de mão-dupla”, onde os dois lados se beneficiam da relação comercial – profissional. Isso tudo em teoria, claro, mas exemplificando bem o “mundo ideal” tanto para a marca, quanto para o atleta.

Essa relação “ganha-ganha” entre atleta e mídia, extremamente interdependente, por si só, se complexifica à medida que uma teia de relações envolve diferentes personagens em um grande contexto, isto é, não só a forma como ele (atleta) se comunica, mas também a maneira como interage com patrocinadores, imprensa, seguidores, amigos, familiares e fãs. Essa construção se insere no que os autores Akiko Arai (Universidade da Flórida), Yong Jae Ko (Universidade da Flórida) e Stephen Ross (Universidade de Minnesota) em 2013 chamaram de “*marketable lifestyle*”, onde aspectos como esforço relacional e vida pública (longe das competições) passam a impactar diretamente o valor de marca do atleta. Esse conceito, caracterizado por eles, surgiu em uma revisão acadêmica publicada pela revista *Sport Management Review*, publicação multidisciplinar, revisada por pares e dedicada à gestão, ao marketing e à governança do esporte em todos os níveis e em todas as suas manifestações<sup>12</sup>. Isso amplia o campo de responsabilidades do atleta, que não pode apenas se dedicar ao treinamento e ao descanso: ele também precisa cultivar uma imagem pública atrativa e interessante, mantendo vínculos positivos com seu público e sabendo comunicar profissionalmente sua trajetória para que esteja sempre “relevante” no mercado esportivo e midiático.

Sendo assim, para o atleta, saber qual a melhor forma de lidar com toda essa teia de relações psicológicas e comunicacionais, pode ser primordial para que ele mantenha uma boa saúde mental. Surge aqui o primeiro ponto de atenção: seria essa “sobrecarga profissional” perigosa para o atleta?

---

<sup>12</sup> Disponível em:

[https://www.smaanz.org/sport-management-review-journal#:~:text=The%20\\*Sport%20Management%20Review\\*%20is%20a%20multidisciplinary%2C,a%20podcast%20called%20\\*Sport%20Management%20Review%20Insights](https://www.smaanz.org/sport-management-review-journal#:~:text=The%20*Sport%20Management%20Review*%20is%20a%20multidisciplinary%2C,a%20podcast%20called%20*Sport%20Management%20Review%20Insights).

Para Carla Di Pierro, psicóloga esportiva do Comitê Olímpico Brasileiro (COB), a existência da rede social na vida do atleta é muito relevante, mas seu uso precisa necessariamente ser consciente:

A rede social é importante para o atleta expor a marca dele, o clube dele. Ou seja, é uma ferramenta de trabalho importante, mas que precisa de limites. Se possível é interessante colocar uma pessoa que trabalhe para eles com isso. Atualmente é uma ferramenta que pode trazer mais prejuízos do que benefícios. Outro problema muito grande é estar de frente para a tela o tempo inteiro. Já temos estudos que mostram que o uso de celular antes de treino e competição, aumenta a fadiga mental e por consequência diminui o desempenho e a concentração (DI PIERRO, 2023).

O “uso consciente” de rede social supracitado, compreende não só a relevância de uma comunicação profissional para o atleta, também sinaliza um cuidado específico com o uso de ferramentas digitais.

## 1.2 PSICOLOGIA ESPORTIVA

Hoje entendida como fundamental e relevante para os atletas, a psicologia esportiva nem sempre foi percebida dessa forma. De olho nessa mudança, em 2019, por meio de um consenso entre especialistas, o órgão máximo do esporte olímpico (COI) divulgou um documento onde compilou de maneira mais padronizada e baseada em evidências, qual deveria ser a abordagem para sintomas e distúrbios de saúde mental em atletas de elite.

Além de fornecer recomendações, o documento evidenciou a importância da saúde mental dos competidores.

O gerenciamento de sintomas e distúrbios de saúde mental em atletas de elite deve adotar uma abordagem abrangente e integrativa que coloque o atleta no centro e aborda toda a gama de influências emocionais, mentais, físicas, sociais, espirituais e ambientais que possam afetar a saúde mental de uma pessoa (REARDON, CLAUDIA L. *et al.*, 2019).

Com influência acadêmica norte-americana, a definição do que é psicologia esportiva pode ser abrangente e, portanto, para esse trabalho vamos usar como referência a definição da psicóloga e jornalista brasileira Kátia Rubio (2004, p.2):

A Psicologia do Esporte, tem sido definida como o estudo do comportamento humano no contexto do esporte ou como os

fundamentos psicológicos, processos e consequências da regulação psicológica de atividades relacionadas com o esporte de uma ou várias pessoas atuando como sujeito da atividade.

No contexto brasileiro, a Psicologia do Esporte é reconhecida e regulamentada como especialidade profissional pelo Conselho Federal de Psicologia (CFP). A área foi oficialmente instituída como especialidade da Psicologia por meio da Resolução CFP nº 014/2000<sup>13</sup>, posteriormente atualizada pela Resolução CFP nº 013/2007<sup>14</sup>, que dispõe sobre a consolidação das especialidades e define os campos de atuação do psicólogo esportivo. Segundo essas normativas, cabe ao profissional da Psicologia do Esporte atuar na promoção da saúde mental, no acompanhamento psicológico de atletas, equipes e comissões técnicas, bem como no desenvolvimento de estratégias voltadas ao bem-estar emocional, à adaptação a contextos de alta pressão e à otimização do desempenho esportivo. Essa regulamentação reforça a compreensão de que a saúde mental no esporte de alto rendimento não deve ser tratada de forma improvisada ou acessória, mas como um campo técnico-científico legitimado, cuja atuação se torna ainda mais relevante diante dos desafios contemporâneos impostos pela exposição midiática e pelas dinâmicas comunicacionais das redes sociais.

Da perspectiva da comunicação, as transmissões esportivas evoluíram com o avanço tecnológico dos meios. E essa relação protagonizada por atletas, mídia e sociedade também foi se ajustando com o passar do tempo. Katia Rubio dedicou um livro inteiro para mostrar como a sociedade enxerga o atleta como herói, depositando nele altas expectativas em relação a seus desempenhos e comportamentos sociais.

Em seu livro “O atleta e o mito do herói: o imaginário esportivo contemporâneo” ela expõe os perigos que essa visão “mítica” pode trazer para a saúde mental do atleta. Além de ilustrar também como está presente na sociedade a supervalorização da vitória:

---

<sup>13</sup> CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA (CFP). *Resolução CFP nº 014, de 20 de dezembro de 2000*. Institui a Psicologia do Esporte como especialidade da Psicologia. Brasília, DF: CFP, 2000.

<sup>14</sup> CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA (CFP). *Resolução CFP nº 013, de 14 de setembro de 2007*. Consolida as resoluções relativas ao título profissional de especialista em Psicologia. Brasília, DF: CFP, 2007.

A sociedade tem se organizado na atualidade de forma a valorizar a ascensão, a vitória, o melhor, impondo um padrão de comportamento que privilegia o mais forte, o mais habilidoso. Aqueles que alcançam o primeiro lugar são valorizados, utilizados como exemplo para os perdedores (termo que, aliás, é tido pelos mais competitivos como adjetivo dos mais desmoralizantes) e contribuem para a perpetuação de um tipo de conduta. Por conta de suas proezas e pela tenacidade em perseguir seus objetivos esse tipo particular tem sido comparado ao herói (RUBIO, 2021, p.8).

Supondo uma narrativa que reforce esse entendimento, cria-se sobre o atleta uma expectativa de bom comportamento e de exemplo a ser seguido, ou seja, as narrativas midiáticas compreendem uma importante intermediação social da relação do atleta com a sociedade.

Quase um mês após a ginasta Rebeca Andrade se tornar a maior medalhista olímpica brasileira na Olimpíada de Paris (2024), Pedro Bial, jornalista da Rede Globo, entrevistou a atleta (acompanhada de sua psicóloga) no programa “Conversa com Bial” e percebe-se que a narrativa “mítica” teorizada por Katia Rubio surgiu nas falas do apresentador.

Ao trazer imagens de uma lesão sofrida por Rebeca, além de citar explicitamente a frase<sup>15</sup> “Caramba, é a jornada do herói”, o contexto criado pelo programa reforçou essa construção imaginativa mostrando vídeos das graves lesões sofridas por ela, contrastando aquele momento de dor com a superação até a conquista da medalha de ouro em Paris.

Se a relação entre os atletas e a mídia fosse “estática” envolvendo apenas atleta > imprensa > público, como fora no passado, o entendimento dessa “teia comunicacional” poderia ser trazido à luz do “modelo de Lasswell”<sup>16</sup>, uma das mais antigas teorias da Comunicação Social, que previa uma condição sequencial de entendimento da mensagem.

---

<sup>15</sup> CONVERSA COM BIAL. Rebeca Andrade. Produção: Globoplay. 30 de agosto de 2024. Disponível em: Globoplay. Acesso em: 20 maio 2025.

<sup>16</sup> Harold Dwight Lasswell (Donnellson, Illinois, 13 de fevereiro de 1902 — 18 de dezembro de 1978) foi um sociólogo, cientista político e teórico da comunicação estadunidense. É considerado um dos fundadores da psicologia política. Ele foi um estudante de PHD na Universidade de Chicago, e professor de direito na Universidade de Yale.

Segundo Wolf (2008): “o modelo de Lasswell, proposto em 1948, explica que uma forma adequada para se descrever um ato de comunicação seria responder às perguntas:

Quem? Diz o que? Para quem? Por qual meio? Com qual efeito?

Olhando a relação atleta > imprensa por essa perspectiva teórica, poderia se chegar a seguinte analogia: os jornalistas (quem), informam com notícias (dizem o que), por meio dos jornais (meio). E o resultado são as percepções do público sobre determinado atleta (efeito).

Entretanto, com a evolução dos processos tecnológicos e comunicacionais, outras teorias se encaixam melhor na análise intrínseca dessa relação. Com a chegada e a popularização das redes sociais, além da imprensa tradicional propriamente dita, os atletas possuem agora canais próprios de comunicação, não dependendo que as narrativas sejam intermediadas mais por esse terceiro (imprensa). Por meio das redes sociais os próprios atletas interagem diretamente com a sociedade e essa especificidade deixou a relação não só mais direta, mas também complexa.

A mídia social permite que os torcedores e atletas interajam de forma conveniente, proporcionando aos torcedores um acesso difícil de obter de outra forma. Assim, a mídia social produziu mudanças significativas na comunicação entre atletas e torcedores, criando caminhos para a conexão entre esses dois grupos (SANDERSON, 2011, p.105).

Um dos primeiros teóricos a interpretar essa ruptura com a lógica da cultura de massa e o avanço tecnológico dos meios de comunicação foi o canadense Marshall McLuhan que retratou em 1964 o entendimento dos meios como “extensões do homem”.

Numa cultura como a nossa, há muito acostumada a dividir e estilhaçar todas as coisas como meio de controlá-las, não deixa, às vezes, de ser um tanto chocante lembrar que, para efeitos práticos e operacionais, o meio é a mensagem. Isto apenas significa que as consequências sociais e pessoais de qualquer meio — ou seja, de qualquer uma das extensões de nós mesmos — constituem o resultado do novo estalão introduzido em nossas vidas por uma nova tecnologia ou extensão de nós mesmos (MCLUHAN, 1964, p.21).

Importante contextualizar que McLuhan naquele momento retratava o rompimento com a cultura de massa sob a perspectiva do

surgimento da televisão. Entretanto, é interessante notar que essa ruptura pode ser percebida também com a chegada das redes sociais.

Agora, por meio de perfis próprios e verificados <sup>17</sup>, os atletas expõem diretamente ao mundo suas rotinas de treino, suas vidas pessoais e todo e qualquer tipo de informação que julgarem conveniente. Ou seja, eles estão, em última instância, usando os meios como mensagem e extensão do que são, justamente reforçando a teoria de McLuhan.

Porém, muitos atletas ainda não parecem preparados para lidar com essa moderna forma de interação social. A bem da verdade, muitos estudos ainda estão sendo realizados para entender todo o impacto psicológico causado pelo uso de smartphones e redes sociais. Não sendo, portanto, o impacto positivo ou negativo uma exclusividade dos atletas.

Não estar minimamente “preparado” para lidar com essas tecnológicas “extensões” pode levar o atleta a cair em perigosas “armadilhas digitais”, devolvendo a eles ódio, extremismo e rancor. Sentimentos que estão presentes na sociedade, mas que são explicitados de forma muito mais dinâmica que outrora, justo por meio das redes digitais.

Os aparatos tecnológicos trouxeram vantagens e facilidades com relação a muitos aspectos no âmbito geral, contudo, também são responsáveis pela maximização da possibilidade de exposição demasiada da privacidade dos usuários, veiculação de notícias falsas e outros fatores que podem interferir positiva ou negativamente na vida de qualquer indivíduo (MORÃO, 2016, p.2).

Linchamentos virtuais, cancelamentos, boicotes e perda de patrocinadores são algumas das inúmeras consequências negativas que o atleta pode encontrar pelo caminho. Não são poucos os relatos de atletas que acabaram caindo nessas encruzilhadas virtuais e conseqüentemente tiveram suas vidas expostas.

Não há um consenso sobre a melhor forma de lidar com essas novas interações. É algo que a própria ciência ainda tenta desvendar, mas alguns métodos já estão sendo testados por equipes esportivas. No

---

<sup>17</sup> Significa que é autenticada pela plataforma. Ou seja, a plataforma verificou e validou que existe uma pessoa autêntica por trás daquele perfil. Isso aumenta a credibilidade e confiança do usuário perante seu público.

Brasil, a psicóloga do Comitê Olímpico Brasileiro (COB), Carla di Pierro, descreveu em outra entrevista, dessa vez ao podcast “Flow Sport Club”, métodos utilizados por sua equipe:

A gente tenta (des) sensibilizar. Tenta diminuir a sensibilidade que o atleta tem com determinado estímulo. A pessoa fica tão ansiosa antes de competir que a gente a estimula a competir o maior número de vezes possível porque aí vai ficar tão natural que ela não vai ficar mais ansiosa antes de competir. A mesma coisa com a rede social. O que tenho feito com atletas é primeiro bloquear algumas coisas, algumas palavras. As redes têm filtro para isso e realmente ficar longe delas em momentos importantes como o período que antecede a competição é importante. Dar um respiro, deixar na mão do assessor de comunicação. Não podemos esquecer que ali também é o local de trabalho desses atletas e eles não podem simplesmente desaparecer. Eles têm marcas que precisam divulgar. Escolher também quem eles seguem. O atleta não precisa ficar vendo postagens que os incomoda e os impacta, então montar um *feed* que seja interessante é uma boa prática (DI PIERRO, 2022).

Compreender os fenômenos da comunicação moderna é importante na tentativa de administrar a saúde mental dos atletas de forma certa. Preocupado com o tema, o Comitê Olímpico Internacional (COI) está ativamente buscando soluções que possam auxiliar nesse sentido. Para além da disponibilização de uma cartilha sobre saúde mental voltada aos Jogos Olímpicos de Paris 2024, o órgão tem promovido ações efetivas para criar um ambiente mais seguro para os competidores, considerando especialmente os riscos ampliados pela exposição midiática nas redes sociais.

Um dos momentos mais simbólicos nesse sentido foi o uso de uma tecnologia durante a Olimpíada de Paris (2024) baseada em inteligência artificial. Empregada com o objetivo de detectar precocemente comportamentos agressivos dirigidos aos atletas nas plataformas digitais. Durante a competição, sistemas de IA foram treinados para monitorar menções em redes sociais, sinalizando publicações com potencial ofensivo ou violento. Essas ações visam prevenir o impacto psicológico do assédio online, de forma preventiva. Em alguns casos, o bloqueio automático de mensagens agressivas foi feito antes mesmo que os próprios atletas fossem expostos a elas. Trata-se de uma medida inovadora que posiciona o COI como ator ativo na mitigação de danos psíquicos oriundos da superexposição digital no esporte.

Apesar da presença mais ativa do órgão máximo do esporte, a Comissão dos Atletas do COI divulgou uma nota<sup>18</sup>, no dia 17 de agosto (após o torneio), reforçando que mesmo com todos os esforços feitos para prevenção, mais de 8.500 ataques virtuais ocorreram nas Olimpíadas de Paris (2024).

Embora estejamos satisfeitos por termos apoiado a implementação de um sistema alimentado por IA para detectar e responder ao abuso on-line direcionado a atletas e membros de sua comitiva durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos, estamos profundamente tristes que durante os Jogos Olímpicos mais de 8.500 postagens abusivas direcionadas foram verificadas e tiveram que ser relacionadas para ações futuras (CACOI, 2024).

Vale ressaltar que a Comissão dos Atletas possui uma “linha de apoio” direta e confidencial, com funcionamento 24 horas por dia, sete dias por semana, para que os atletas olímpicos e paralímpicos falem sobre saúde mental com especialistas.

Não há dúvidas que as redes sociais impactam diretamente a vida social e comercial dos atletas de alto rendimento. Dados da revista Forbes expuseram que todas as atletas brasileiras da Seleção de Ginástica Artística feminina presentes em Paris (2024), Flávia Saraiva, Jade Barbosa, Júlia Soares, Lorrane Oliveira e Rebeca Andrade, ultrapassaram a marca de um milhão de seguidores no Instagram após a competição. Esse engajamento acaba gerando oportunidades publicitárias para as atletas, mas traz como consequência uma exposição maior e mais sensível junto ao público. O desafio está exatamente em conseguir saber estar presente digitalmente sem que isso afete negativamente a performance dos atletas.

Esse estudo se justifica exatamente na necessidade de organizar e estruturar ações preventivas, que sejam incorporadas às rotinas dos atletas de alto rendimento, como forma de auxílio na minimização dos riscos presentes no uso das redes sociais. Não havendo até então um consenso entre os profissionais especialistas, sobre formas corretas de lidar com essas novas tecnologias de comunicação. Percebendo a sensibilidade temática, o presente estudo, além de revisar interdisciplinarmente o tema, busca propor uma discussão sobre a

---

<sup>18</sup> Disponível em:

<https://ge.globo.com/olimpiadas/noticia/2024/08/18/olimpiadas-2024-atletas-foram-alvo-de-mais-de-8500-ataques-virtuais-durante-os-jogos-de-paris.ghtml>.



intersecção entre a comunicação e a psicologia esportiva, mapeando possíveis estratégias efetivas que ajudem o atleta de alto rendimento.





?

## 2

## CAPÍTULO 2 - ARENA DIGITAL: MÉTODO, RECORTE E ANÁLISE DE DADOS SOBRE EXPOSIÇÃO MIDIÁTICA NAS REDES SOCIAIS

Em sua edição mais recente, o Digital Global Overview Report 2025<sup>19</sup> consolidou um dos levantamentos mais abrangentes sobre o uso de mídias sociais no mundo. Os dados mostram que o Brasil figura entre os países que mais utilizam redes sociais, ocupando a 3ª posição mundial em tempo médio diário de acesso às plataformas. Esse resultado reforça o entendimento de que a população brasileira e, conseqüentemente, o público na esfera de “torcedor nacional”, está profundamente inserida no ambiente digital, consumindo conteúdo de forma intensa e contínua.

Para esse trabalho, adotaremos o uso da terminologia **netnografia**. Esse termo deve ser entendido como um método de análise associado ao campo digital, muito semelhante ao já tradicional método etnográfico presente na antropologia, mas agora trazido à luz do mundo digital. Como explica Ferraz (2019, p.50): “excessos de informações e a grande superficialidade da multiplicidade de dados em rede exigem ainda mais a extensão do olhar da Antropologia e de seus métodos tradicionais”. Assim, a netnografia mostra-se pertinente para investigar como atletas de alto rendimento atuam, se posicionam e são percebidos nas redes sociais.

A netnografia será utilizada, nesta pesquisa, para além de sua tradicional conceituação teórica, sendo também escolhida como método que respalda a escolha, por exemplo, do Instagram como rede social utilizada no recorte deste trabalho. Essa decisão metodológica se sustenta na relevância identificada durante a etapa exploratória, conforme descrito a seguir.

Ainda segundo o Digital Global Overview Report 2025, os brasileiros passam em média 3 horas e 42 minutos por dia conectados às mídias sociais, e mais de 80% dos usuários seguem personalidades

---

<sup>19</sup> **DATAREPORTAL**. Digital 2025. *DataReportal*, 2025. Disponível em: DataReportal. Acesso em 21 novembro 2025.

públicas, entre elas artistas, influenciadores e atletas. Ou seja, o cenário evidencia que as redes não apenas funcionam como meios de entretenimento, mas também como canais centrais para formação de opinião e construção de narrativas públicas.

Diante desses elementos, compreender o comportamento digital dos atletas torna-se essencial. A presença constante nas redes sociais exige consciência quanto ao alcance de suas publicações, às expectativas do público e às possíveis implicações simbólicas, emocionais e profissionais de cada postagem. O uso das mídias, especialmente quando assumido como principal canal de diálogo com o público, demanda preparo estratégico, responsabilidade e atenção aos impactos decorrentes dessa exposição.

## **2.1 MAPEAMENTO DAS ATLETAS DE GINÁSTICA ARTÍSTICA ANALISADAS NA PESQUISA (JOGOS OLÍMPICOS DE PARIS 2024)**

A proposta metodológica deste capítulo foi dividida em três etapas complementares de coleta de dados, combinando estratégias de levantamento quantitativo com análise qualitativa baseada em uma observação digital, conforme detalhamento a seguir.

Nesse primeiro momento, foi definido um recorte analítico composto por cinco atletas de ginástica artística feminina. Quatro delas integrantes da Seleção Brasileira de Ginástica Artística — Flávia Saraiva, Rebeca Andrade, Júlia Soares e Lorrane Oliveira — e, de forma complementar, a ginasta norte-americana Simone Biles. A inclusão de Simone Biles justifica-se por sua relevância simbólica, esportiva e midiática no cenário internacional, bem como por sua centralidade nos debates contemporâneos sobre saúde mental no esporte de alto rendimento, o que contribui para ampliar a análise comparativa e interpretativa proposta por este estudo.

No caso específico das atletas brasileiras, optou-se pela exclusão de Jade Barbosa deste recorte analítico. A decisão baseou-se exclusivamente em critérios demográficos relacionados ao perfil predominante de usuários ativos do Instagram no Brasil, conforme dados do *Digital Global Overview Report* (2025). Para fins metodológicos, o perfil demográfico foi definido a partir de duas variáveis principais: idade e gênero. Segundo o relatório, a faixa etária predominante de usuários ativos do Instagram no Brasil concentra-se

entre os 18 e 44 anos, com maior incidência entre 25 e 34 anos, sendo esta faixa representada majoritariamente por mulheres. Considerando que Jade Barbosa completou 34 anos de idade em 1º de julho de 2025, entendeu-se que sua presença digital começa a se deslocar desse perfil etário predominante, o que fundamentou sua exclusão do recorte empírico adotado.

### **2.1.1 LEVANTAMENTO QUANTITATIVO DA PRESENÇA DIGITAL DAS ATLETAS DE GINÁSTICA DA SELEÇÃO FEMININA.**

- a) **Utilizando bancos de dados secundários (fontes abertas e institucionais) para identificar em quais redes sociais as atletas estão mais presentes;**
- b) **Nessa etapa, foram observados: número de perfis ativos por rede, volume médio de postagens e tipo de conteúdo publicado (comunicacional, promocional, pessoal), oferecendo um panorama mais amplo da estratégia de presença digital desses atletas.**
- c) **Durante essa etapa exploratória da pesquisa, percebeu-se a predominância do Instagram como a plataforma de maior visibilidade e engajamento entre as atletas da seleção brasileira de ginástica artística e, portanto, o Instagram foi o escolhido como rede social a ser analisada no prosseguimento da pesquisa.**

Justificativa: enquanto os perfis no Instagram foram facilmente localizados e verificados, outras redes, como TikTok, X e Facebook, apresentam baixa adesão ou dificuldade de rastreamento, indicando a centralidade do Instagram como espaço principal de interação das atletas com o público.

### **2.1.2 ESTUDO EXPLORATÓRIO DE CASO COM AS ATLETAS OLÍMPICAS DE GINÁSTICA ARTÍSTICA FEMININA NOS JOGOS DE PARIS 2024.**

- a) **Nessa etapa, foram analisadas métricas de engajamento no Instagram das principais atletas da equipe: Rebeca Andrade, Flávia Saraiva, Lorrane Oliveira e Júlia Soares. Usando o recorte temporal compreendido entre os dias 26 de julho e 11 de agosto de 2024, período oficial da competição. Os dados foram**

obtidos por meio do software Minter.io, que utiliza a API oficial da plataforma para acompanhamento de crescimento de seguidores, volume de curtidas e comentários.

- b) O software Minter.io foi selecionado por oferecer integração direta com a API do Instagram, garantindo a coleta de dados oficiais e precisos sobre engajamento e crescimento de perfis, além de ser utilizado por empresas de grande porte como BBC e Coca-Cola, o que respalda sua credibilidade como ferramenta de análise.
- c) Optou-se pelo Minter.io por sua capacidade de monitoramento longitudinal e pela possibilidade de filtragem temporal, características fundamentais para analisar o comportamento digital das atletas, não somente num recorte atual, mas também durante aquele período importante da análise que foram os Jogos Olímpicos de Paris 2024. Essa funcionalidade viabilizou a identificação de picos de engajamento e padrões de interação do público
- d) Embora forneça métricas precisas, o Minter.io coleta exclusivamente dados públicos disponibilizados pelas plataformas, estando sujeito a eventuais restrições impostas pelas APIs. Dessa forma, os resultados foram analisados de maneira complementar à abordagem qualitativa, respeitando os limites éticos da pesquisa.
- e) A intenção foi observar se haveria correlação entre os picos de engajamento e os momentos de maior destaque esportivo (como classificações, finais ou conquistas de medalhas), além de refletir sobre como esses dados se conectam à construção da imagem pública e ao mito do herói esportivo nas redes sociais.

Vale destacar que, de acordo com o Digital Global Overview Report 2025, o **Instagram** conta atualmente com cerca de 141 milhões de usuários no Brasil, o que corresponde a aproximadamente 66,2% da população total<sup>20</sup>. Quando considerada apenas a população elegível, isto é, indivíduos com idade mínima permitida pela plataforma, a taxa de alcance sobe para \*79,5%\*. Esses indicadores reforçam a pertinência da escolha metodológica do Instagram como campo empírico de observação, uma vez que se trata de uma das redes sociais de maior

---

<sup>20</sup> Dados consolidados pelo relatório Digital Global Overview Report 2025 – Brazil, publicado pela DataReportal em parceria com Meltwater e We Are Social. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-brazil>. Acesso em: 21 nov. 2025.

penetração e relevância no cotidiano digital do povo brasileiro, ampliando substancialmente o potencial analítico deste estudo.

À luz do objetivo desta pesquisa, compreender as relações entre exposição digital e possíveis impactos sobre o bem-estar psicológico de atletas de elite, foram coletados e analisados dados específicos, publicados nos perfis das atletas participantes, tomando como referência a fundamentação teórica previamente discutida. A abordagem netnográfica adotada permitiu examinar não apenas métricas de alcance e engajamento, mas também aspectos qualitativos derivados da interação entre atletas e público, como tipo de conteúdo compartilhado, frequência de publicações, volume de respostas, curtidas, posicionamentos públicos e sinais discursivos associados à gestão da imagem e do desempenho esportivo.

## **2.2 ESTUDO EXPLORATÓRIO DE CASO: A EXPOSIÇÃO DIGITAL DAS GINASTAS OLÍMPICAS NOS JOGOS OLÍMPICOS DE PARIS 2024**

### **2.2.1 PRIMEIRAMENTE, BUSCANDO ENCONTRAR RESPOSTAS PARA A RELAÇÃO TÊNUE ENTRE EXPOSIÇÃO DIGITAL E A SAÚDE MENTAL DAS ATLETAS OLÍMPICAS, NÚMEROS ESPECÍFICOS SOBRE AS REDES SOCIAIS DE CADA ATLETA FIZERAM PARTE DE UMA PRIMEIRA COLETA, INCLUINDO OS SEGUINTE ATRIBUTOS PRÉ-DEFINIDOS:**

- 1. **Atleta**
  - 1.1 - Simone Biles
  - 1.2 - Rebeca Andrade
  - 1.3 - Júlia Soares
  - 1.4 - Flávia Saraiva
  - 1.5 - Lorraine Santos
- 2. **País**
  - 2.1 - Estados Unidos
  - 2.2 - Brasil
- 3. **ID\_Post**
- 4. **URL\_Post**
- 5. **Tipo\_Post**
  - 5.1 - Feed
  - 5.2 - Reels

6. Tipo_Mídia				
6.1	-		Imagem	(foto)
6.2	-		Vídeo	(reel)
6.3 - Carrossel (várias fotos/vídeos)				
7. Classificacao_Conteudo				
7.1		-		Esportivo
7.2		-		Patrocinado
7.3 - Pessoal				
8. Enquadramento_Narrativo				
8.1		-		Heroico
8.2	-		Vida	real
8.3		-		Misto
8.4 - Neutro				
9. Resumo_Legenda				
10. Qtd_Hashtags				
11. Flag_Patrocinio				
11.1		-		Sim
11.2 - Não				
12. Nome_Marca				
13. Qtd_Curtidas				
14. Qtd_Comentários				
15. Qtd_Visualizacoes				
16. Qtd_Salvos				
17. Seguidores_na_Data				
18. Percentual_Engajamento				
19. Mudança número de seguidores (24h)				

**2.2.2 EM UM SEGUNDO MOMENTO, FOI DEFINIDO QUE CADA ATRIBUTO CATALOGADO SERIA ANALISADO OBSERVANDO DOIS RECORTES TEMPORAIS DISTINTOS. O PRIMEIRO, COMPREENDENDO 26 DE JULHO A 11 DE AGOSTO DE 2024, PERÍODO OFICIAL DAS OLIMPIADAS DE PARIS, E O SEGUNDO, COMPREENDENDO O MESMO PERÍODO DE 26 DE JULHO A 11 DE AGOSTO DE 2025.**

O objetivo foi ter uma análise comparativa e complementar sobre o mesmo recorte temporal, envolvendo dois períodos distintos. Um período “quente”, isto é, durante uma competição, e o mesmo período um ano depois, em um momento “frio”, quando não houve competição.

Os atributos foram selecionados para trazer uma análise quantitativa com números e também qualitativa, com ênfase nos pressupostos desta pesquisa. Destacando principalmente os tópicos “classificação de conteúdo” e “enquadramento narrativo” para esta segunda parte, onde a discussão técnica sobre os tipos de publicações das atletas surge para conversar com os pressupostos teóricos do estudo, isto é, o impacto causado em atletas de alto rendimento pelo uso das redes sociais.

Ao definir a classificação de conteúdo, optou-se por um recorte direto, com três tipos de publicações frequentes no dia-a-dia de um atleta de elite:

- a) **Esportiva;**
- b) **Patrocinada;**
- c) **Pessoal;**

Já no enquadramento narrativo, as opções foram definidas em consonância com o direcionamento da pesquisa, isto é, se foi uma publicação de cunho:

- a) **Heroico → destacando façanhas, mitos e dificuldades de ser atleta;**
- b) **Vida real → Ou seja, da sua rotina comum de vida, treinos diários e convivência no mundo real;**
- c) **Misto → Se o discurso heroico se confunde com a vida real nas publicações, ou seja, se no dia-a-dia isso acaba se misturando, formando uma coisa só;**
- d) **Neutra → Se poderia ser uma postagem indiferente para a análise.**

### **2.2.3 DEPOIS DESSA COLETA, GRÁFICOS FORAM PRODUZIDOS SEGUINDO UMA LÓGICA DE PERGUNTAS PRÉ-DEFINIDAS EM TRÊS CLUSTERS: A) PANORAMA GERAL DA PRESENÇA DIGITAL, B) ANÁLISE TEMÁTICA E DE COMPORTAMENTO, C) MUDANÇAS OBSERVADAS.**

- a) **PANORAMA GERAL DA PRESENÇA DIGITAL**
  - a. **Quais as atletas mais atuantes na rede?**
  - b. **Quem tem mais engajamento?**
  - c. **A diferença de quantidade de posts no período olímpico e em 2025 é muito grande?**

## b) ANÁLISE TEMÁTICA E DE COMPORTAMENTO

- a. As atletas fazem uso da rede social como “blogueiras”?
- b. Como a atleta se expõe nas redes sociais?
  - B.1) O mito do herói
- c. O atleta se coloca como herói na rede social ou mostra sua “vida real”?
  - B.2) Formatos e Conteúdos de Maior Engajamento
- d. Quais os formatos e temas com mais curtidas e com mais engajamento?
- e. Tem conteúdo que “flopa”?

## c) MUDANÇAS

- a. O que muda de um período para o outro?

## 2.2.4 DISCUSSÃO

Para efeitos metodológicos a discussão se baseará nos gráficos extraídos a partir dessas perguntas pré-selecionadas, tentando justamente encontrar padrões de uso das redes sociais, buscando uma explicação baseada em evidências de como a dinâmica de exposição digital pode ou não impactar o bem-estar psicológico das atletas selecionadas.

### a) PANORAMA GERAL DA PRESENÇA DIGITAL

Os gráficos apresentados abaixo nas **figuras A.1 e A.2** evidenciam um maior número de interações na rede social da atleta Simone Biles (EUA). Isso pode ter algumas explicações: Simone é, entre as escolhidas para o recorte, a atleta com maior número de seguidores (12,2M), seguida por Rebeca Andrade (10,2M).

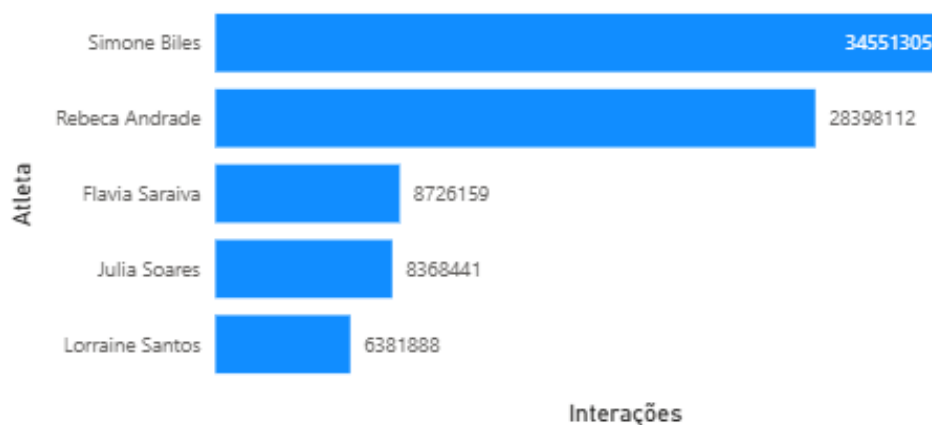
Além disso, é a atleta mais vitoriosa, em Olimpíadas, entre todas as escolhidas, acumulando sete medalhas olímpicas (quatro ouros, uma prata e dois bronzes). Ficando na frente, por exemplo, de Rebeca Andrade, que é a maior medalhista Olímpica brasileira, com seis medalhas olímpicas (dois ouros, três pratas e um bronze).

Vale ressaltar, porém, que isso não significa necessariamente que Simone é mais ativa na rede social que as outras. As **figuras A.3 e A.4** mostram que, de todas, Júlia Soares é a líder de publicações com 18 publicações, quando somados os períodos analisados. Seguida, na sequência, justamente por Simone Biles (16), Lorraine Santos (14), Rebeca Andrade (13) e Flávia Saraiva (10).

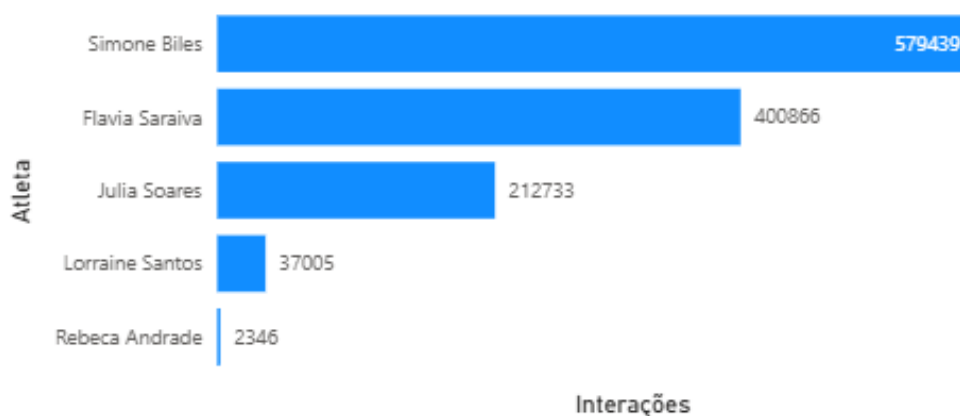
Outro destaque importante desse recorte é elucidar como as atletas são mais ativas durante as competições. Isto é, durante o período olímpico, tiveram uma média de 9 publicações nas redes sociais, enquanto no mesmo recorte do ano seguinte, em um período fora das competições, essa mesma média chegou a 5,2 publicações.

É possível registrar, também, que a quantidade maior de posts durante os jogos reflete diretamente em mais interações, como demonstra por exemplo a “queda” da atleta Rebeca Andrade do segundo lugar em interações durante 2024, quando fez nove posts, para o quinto e último lugar em 2025, quando publicou apenas quatro vezes.

**Figura A.1 – Interações 21 por atleta 24**  
**Soma de Interações por Atleta no Período em 2024**

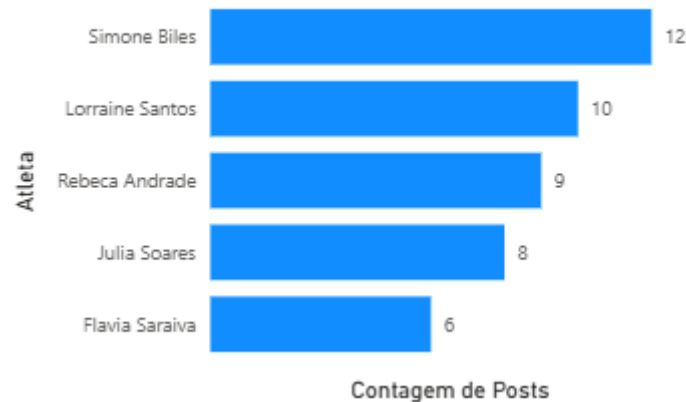


**Figura A.2 – Interações por atleta 25**  
**Soma de Interações por Atleta no Período em 2025**

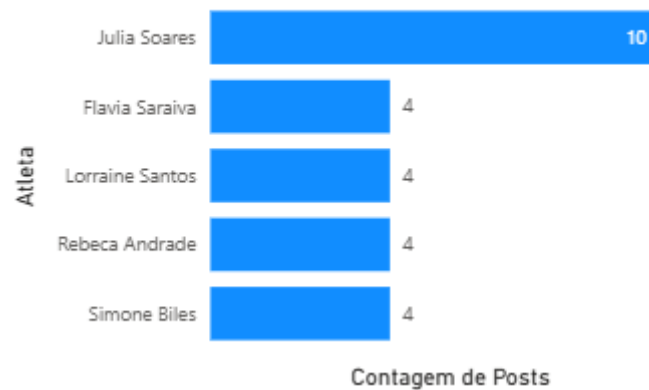


<sup>21</sup> Para os fins deste trabalho, entende-se por “interações” a soma de **curtidas e comentários**.

**Figura A.3** – Posts por atleta em 2024  
Quantidade de Posts por Atleta no Período em 2024



**Figura A.4** – Posts por atleta em 2025  
Quantidade de Posts por Atleta no Período em 2025



A **figura A.5** mostra a publicação com maior repercussão entre todas as atletas no período analisado. Trata-se de um vídeo (*reel*<sup>22</sup>) de Rebeca Andrade no dia 11 de agosto, último das Olimpíadas, que atingiu mais de 6,9 milhões de interações. O post de Rebeca é simples, com uma linguagem que, ao mesmo tempo, foge do enquadramento narrativo definido na análise, mas que toca em outras nuances importantes do estudo. A atleta, revestida com todas as suas medalhas conquistadas, aparece sozinha, em um fundo branco, cantando para a câmera. Mas um detalhe chama atenção: a atleta, além de colocar uma legenda que vai ao encontro do “mito do herói”, canta uma música, chamada “Amarelo, Azul e Branco”<sup>23</sup>. E a letra, por sua vez, referencia

<sup>22</sup> formato de vídeo para o Instagram (9:16).

<sup>23</sup> “Amarelo, Azul e Branco (feat. Rita Lee)”, Ana Caetano / Vitória Falcão (Anavitória) com participação de Rita Lee. Produzido por Tó Brandileone. Gravado para o álbum COR, 2021. Todos os direitos reservados (©).

aspectos culturais do povo brasileiro, como a identidade e o orgulho de pertencer ao país.

É sobre ter força para não desistir, ter garra e lutar até o final. É sobre incentivar, apoiar e fazer os outros acreditarem que é possível! Dizer e comprovar que a sua gratidão e sua fé te fizeram chegar tão longe, que até pra você que viveu tudo fica difícil de explicar! É sobre representar todo mundo e se sentir representado também! É sobre se orgulhar, chorar, vibrar, gritar, passar raiva, mas sentir uma alegria que invade o peito de todos quando você vence a si mesmo! É subir no pódio pra receber a sua medalha e se orgulhar independente da cor, pq só você sabe o que precisou enfrentar para chegar ali.. é subir no pódio da vida depois de ter dado o seu máximo e viver uma olimpíada! Tudo é resultado e é sempre um passo para crescer cada vez mais, mesmo que vc não tenha alcançado o seu objetivo final. É ter gana pra querer mais, fazer mais, buscar mais, pq enquanto a chama do objetivo estiver acesa, o fogo interno continuará queimando e a chance de chegar no seu lugar mais alto, vai continuar rolando! Obrigada Paris 2024. 🙏🌍❤️ BR. (@rebecarandrade, 11 agosto. 2024)<sup>24</sup>.

**Figura A.5** – Rebeca Andrade segurando medalhas 11/08/2024 - (captura de tela)



<sup>24</sup> Transcrição **ipsis litteris** da legenda de @rebecarandrade no Instagram; erros ortográficos foram mantidos. (publicação em: 11, agosto. 2024): Captura de tela arquivada em arquivo local. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C-iD-VTgQ0h/>. Acesso em: 02 out. 2025.

Já Simone Biles, teve em sua publicação com mais interações, uma clara referência à saúde mental. Com uma imagem simples, sem muitos adereços, apenas uma foto sua sentada, em feição de concentração, parecendo retratar um momento particular anterior ou entre alguma prova, com a legenda “mental health matters”, ou seja, “saúde mental importa” em tradução literal.

A foto de Simone foi publicada dia 2 de agosto, exatamente um dia após a atleta ganhar a medalha de ouro na competição “Individual Geral Feminino”, seguida por Rebeca Andrade no 2º lugar com a prata e Sunisa Lee, também norte-americana, que ficou com o bronze. A publicação, para além da mensagem direta na legenda, remete ao que a psicologia esportiva, respaldada pela Sociedade Americana de Psicologia (APA), define como “estado de *flow*”: “É um estado de experiência ótima decorrente do envolvimento intenso em uma atividade prazerosa” (APA, 2025).

“Flow é o estado em que as pessoas estão tão envolvidas em uma atividade que nada mais parece importar, a própria experiência é tão agradável que elas a realizam mesmo a um grande custo, apenas pelo simples prazer de fazê-la” (CSIKSZENTMIHALYI, 1990, p. 4).

A psicologia esportiva aplica muito este conceito para a atividade do atleta, que em um momento de muita concentração, parece deixar fluir suas habilidades de forma quase natural, apenas reproduzindo na prática e na competição aquelas horas exaustivas de treinamento.

Simone Biles com uma legenda curta foi capaz de capturar e representar um sentimento humano. Não só os atletas, mas possivelmente um grande número de seguidores se identificou com a publicação que atingiu 6,4 milhões de interações, ficando atrás apenas da postagem de Rebeca. O fato do Brasil estar mais presente nas redes sociais, poderia ser uma possível explicação, não exclusiva de outras, do motivo pelo qual a publicação de Rebeca gerou mais interação que o de Simone, lembrando que Rebeca também é uma atleta que se posiciona e fala sobre o tema da saúde mental.

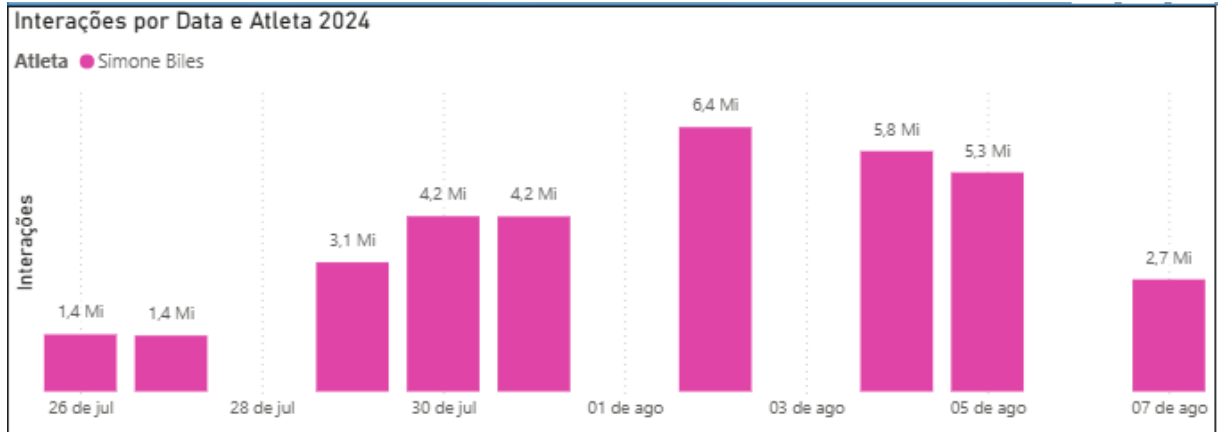
**Figura A.6** – Simone Biles concentrada 02/08/2024 - (captura de tela)



Entretanto, se analisada a média de interação, entre essas duas atletas, durante o período olímpico, Simone leva vantagem, tendo uma média de 3,8 milhões de interações por dia, enquanto Rebeca apresenta uma média de 3,15 milhões de interações por dia, durante os Jogos Olímpicos, refutando a hipótese do maior engajamento brasileiro.

Uma hipótese para a média de interações de Simone ser superior à da Rebeca em um contexto geral, é o fato que Simone já era, antes dos Jogos Olímpicos, uma atleta campeã olímpica. Rebeca, só atingiu esse posto durante esses jogos de Paris, mais para o final do período analisado, precisamente no dia 5 de Agosto, na final da prova de solo. Um dos dias inclusive com mais interações em uma publicação, na rede social de Rebeca. Ou seja, mais pessoas já conheciam Simone Biles como campeã, antes de conhecerem Rebeca.

**Figura A.7 – Interações de Simone Biles por publicação.**



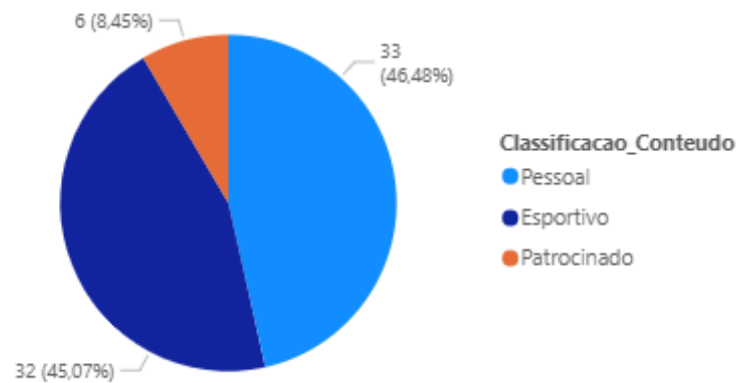
**Figura A.8 – Interações de Rebeca Andrade por publicação.**



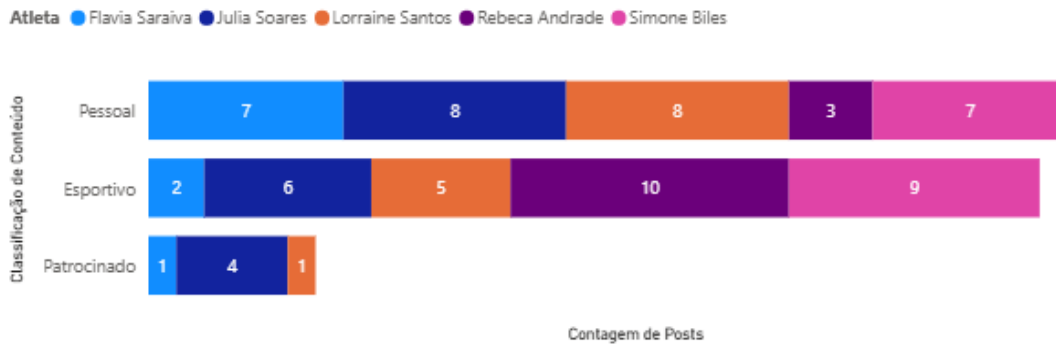
Ainda sobre essas publicações de 2024, vale destacar que a atleta Rebeca Andrade escreveu muitos agradecimentos em suas legendas. Como se, de fato, tivesse alcançado o que tanto almejou e quisesse deixar claro, por meio das redes sociais o agradecimento por ter conseguido isso. Por exemplo, nas legendas dos dias 30 de julho, 1, 9 e 11 de agosto a palavra “obrigado” apareceu pelo menos uma vez nas legendas. Na publicação do dia 5 de agosto o “obrigado” não aparece, mas surge a seguinte frase “gratidão eterna”.

## **b) ANÁLISE TEMÁTICA E DE COMPORTAMENTO**

**Figura B.1 – posts pessoais ou profissionais**  
**Proporção Total de Posts Pessoais x Profissionais**



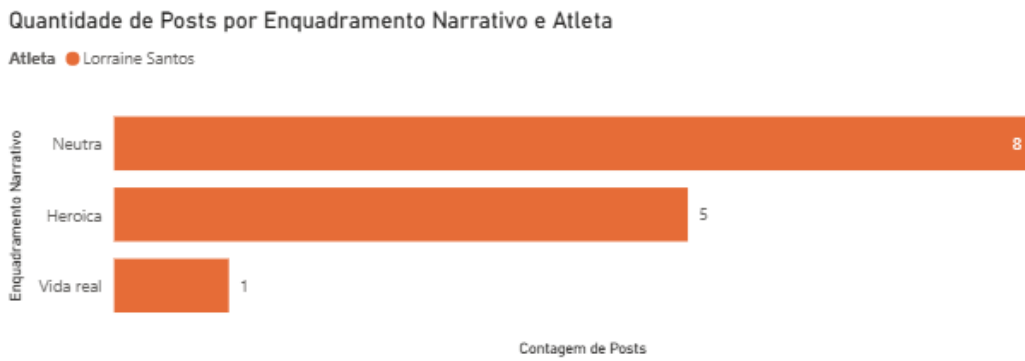
**Figura B.2 – quantidade de cada tipo de postagem**  
**Quantidade de Posts por Classificação de Conteúdo e Atleta**



Em um contexto geral, onde o comportamento das atletas perante às redes sociais é analisado, identifica-se que a maior quantidade de conteúdo produzido por elas são publicações de cunho pessoal. A atleta que se diferencia nesse quesito é Rebeca Andrade, com apenas três publicações pessoais no período analisado. Sendo ela também a responsável pela maior quantidade de publicações esportivas. Júlia Soares e Lorraine Santos dividem a ponta nesse atributo (pessoal), sendo as atletas com mais publicações desse tipo. A atleta com menos publicações esportivas foi Flávia Saraiva. A segunda atleta com a maior quantidade de postagens esportivas foi Simone Biles.

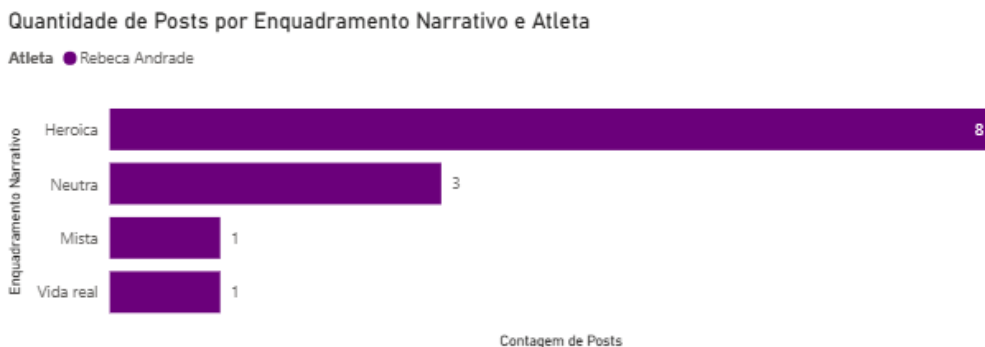
Das publicações pessoais, Júlia Soares e Lorraine Oliveira puxam narrativa de “blogueiras” do dia-a-dia. Isto é, foram as líderes na classificação de conteúdos de cunho pessoal. Sendo Lorraine a atleta com mais publicações com enquadramento narrativo neutro:

**Figura B.3 – Enquadramento Narrativo: Lorraine**



Rebeca Andrade, por sua vez, puxou a lista de publicações esportivas contemplando um total de oito postagens com enquadramento narrativo de herói, uma mista e outra neutra. Seguida por Simone Biles em 2º lugar, como a atleta com mais publicações esportivas, sendo destas, seis publicações de cunho heroico e duas da vida real.

**Figura B.4 – Enquadramento Narrativo: Rebeca Andrade**

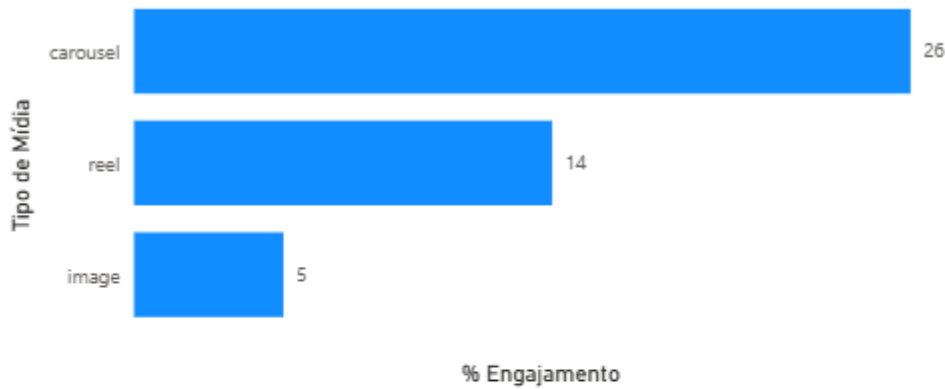


### c) FORMATOS E CONTEÚDOS COM MAIOR ENGAJAMENTO

Do ponto de vista dos formatos midiáticos, alguns pontos interessantes foram percebidos. O primeiro que definitivamente ficou nítido foi que aquele formato único e clássico de uma só foto está ficando aos poucos obsoleto.

Como observado na figura **C.5**, cada vez mais os formatos multimidiáticos ganham tração nas redes sociais dos atletas. Sendo o formato de “Carrossel”, onde consegue-se publicar várias fotos de uma vez, ou fotos e vídeos intercalados, o tipo de conteúdo mais utilizado pelas ginastas.

**Figura C.5 – Formatos e Conteúdos**  
Engajamento por Tipo de Mídia no Período em 2024



Engajamento por Tipo de Mídia no Período em 2025



#### d) TEM CONTEÚDO QUE “FLOPA” ?

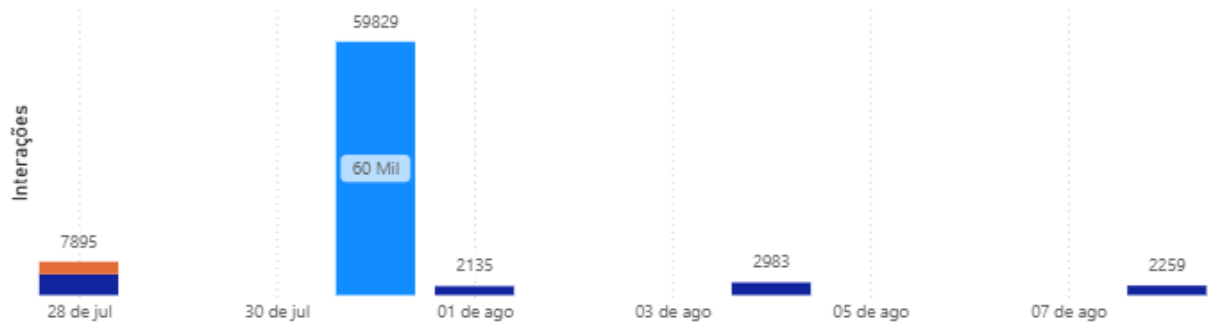
Uma hipótese se confirma com essa análise. A de que conteúdos com os menores números de interações, envolvendo todas as atletas, seriam: conteúdos patrocinados. Isto é, conteúdos de marcas que se associaram à imagem das ginastas, que por sua vez, fizeram publicações marcando ou deixando claro que era um post patrocinado. Apenas três atletas fizeram publicações patrocinadas: Flávia Saraiva, Lorraine Santos e Júlia Soares. Dessas, Júlia foi a que mais fez parcerias, postando quatro conteúdos patrocinados, enquanto suas companheiras fizeram apenas uma publicação.

O conteúdo com menor interação (**figura D.6**) foi um vídeo de Júlia Soares em parceria com a empresa Quaker, famosa marca de aveia, onde ela aparece em um vídeo, fazendo uma receita usando os produtos da marca.

Figura D.6 – Conteúdo “flopado”

## Interações por Data e Atleta 2025

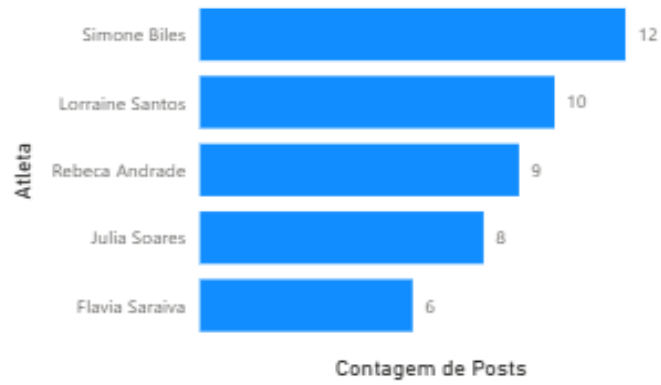
Atleta ● Flavia Saraiva ● Julia Soares ● Lorraine Santos



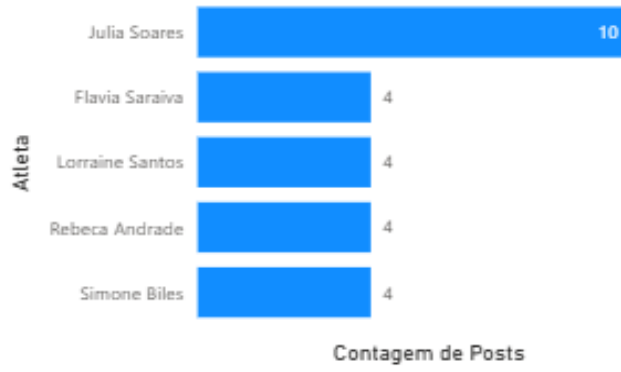
## e) MUDANÇAS

É importante ressaltar que o recorte escolhido para a análise foi propositalmente pensado em um período comparado. Sendo o primeiro durante uma competição e o segundo fora de competição. A ideia era clara, a hipótese de que durante um período entre competições as redes sociais estariam “mais quentes” e as pessoas iriam engajar mais. Essa primeira hipótese se confirmou, não só do ponto de vista de interações do público, como também do ponto de vista das atletas, que publicaram mais durante as Olimpíadas do que no outro período, quando não estavam competindo (**figura E.1**). Nota-se que a única atleta que produziu mais conteúdos no segundo período foi Júlia Soares. Como já citado anteriormente, durante o período Olímpico as atletas tiveram uma média (simples) de 9 publicações totais, enquanto no segundo período a mesma média foi de 5,2 publicações. Além disso, a publicação com mais interações foi a de Rebeca Andrade, evidenciando mais uma vez o fato de que durante a competição, todos estão mais ativos nas redes sociais.

**Figura E.1 – Quantidade de Publicações por período**  
**Quantidade de Posts por Atleta no Período em 2024**



**Quantidade de Posts por Atleta no Período em 2025**





3

## 3

## CAPÍTULO 3 - INTERFACES ENTRE COMUNICAÇÃO DIGITAL E PSICOLOGIA DO ESPORTE

Este capítulo tem como objetivo analisar a percepção de psicólogos do esporte sobre as interfaces entre comunicação digital e saúde mental nos atletas de alto rendimento. Por meio de entrevistas semi-estruturadas, buscou-se captar experiências práticas e reflexões sobre os impactos da exposição midiática e do uso das redes sociais no desempenho e no bem-estar psicológico dos atletas. Diferentemente do capítulo anterior, que se concentrou na análise dos dados das redes sociais das ginastas, aqui o olhar se volta para os profissionais especialistas da psicologia esportiva, permitindo uma discussão sobre possíveis estratégias de atuação, além de colaborações entre comunicação e psicologia.

Esse formato de entrevista permitiu que os profissionais convidados tivessem liberdade para compartilhar suas experiências, ainda que orientados por um roteiro básico previamente definido, sem conflitos de interesse e centrado nos principais tópicos da pesquisa. A escolha desse formato teve como objetivo observar relatos reais e “espontâneos” sobre estratégias já adotadas no enfrentamento dos desafios emocionais com os atletas, justamente nesses contextos de grande exposição midiática. Do ponto de vista da comunicação digital, vale citar que esse modelo está muito presente, por exemplo, em podcasts e entrevistas.

O capítulo está estruturado da seguinte maneira:

**3.1** - Roteiro pré-definido elaborado com perguntas;

**3.2** - Entrevistas com profissionais psicólogos do esporte;

**3.3** - Discussão envolvendo as interfaces entre a psicologia esportiva e a comunicação digital.

### 3.1 ROTEIRO

As perguntas foram organizadas por blocos temáticos, tentando manter a conversa leve e fluida! Respeitando um “ritmo natural” em cada uma das entrevistas.



### **Bloco 1 – Experiência profissional**

1. Como você começou a trabalhar com atletas de alto rendimento?
2. Com atletas de que modalidades você trabalha hoje?

### **Bloco 2 – Comunicação, mídia e saúde mental**

1. Na sua opinião, de que forma a exposição pública e midiática, principalmente nas redes sociais, afeta o desempenho ou o bem-estar emocional dos atletas?
2. Elas são mais um fator de pressão ou também podem ser ferramentas positivas?
3. Você se lembra de algum caso marcante seu, enquanto profissional, em que a relação “atleta e mídia” tenha influenciado significativamente o emocional de algum atleta com quem trabalhou?

### **Bloco 3 – Estratégias e orientações**

1. Quais práticas você costuma adotar para ajudar atletas a lidarem melhor com a pressão externa e a superexposição?
2. Você acredita que profissionais da psicologia e da comunicação podem (ou deveriam) trabalhar juntos nesse tipo de preparação?
3. Que tipo de orientação ou preparo você considera essencial para que um atleta enfrente grandes eventos sem se sobrecarregar emocionalmente?

## **3.2 ENTREVISTAS**

Nesta etapa da pesquisa foram realizadas entrevistas com cinco psicólogos do esporte. Todos possuem experiências com atletas de alto rendimento, sendo alguns destes atletas olímpicos ou paralímpicos. Todos os profissionais autorizaram suas respectivas identificações e as conversas foram conduzidas pessoalmente pelo autor da pesquisa entre os dias 21 e 24 de novembro de 2025, durante o 7º Congresso de Psicologia: ciência e profissão, realizado em Brasília. Além de gravadas as conversas foram integralmente transcritas e os conteúdos serão analisados à luz dos referenciais teóricos desta pesquisa no próximo tópico deste capítulo.

### 3.2.1 PROFISSIONAIS ENTREVISTADOS

**Júlia Pimenta** - Psicóloga Clínica e do Esporte, formada pela UFMG e com formação Complementar em Psicologia do Esporte. Mestre em Psicologia: Cognição e Comportamento (UFMG).

**Kátia Rúbio** - Professora associada Sênior da Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo (USP). Bacharel em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero (1983), graduada em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1995). Possui mestrado em Educação Física pela Universidade de São Paulo (1998) e doutorado em Educação pela Universidade de São Paulo (2001). Foi presidente e fundadora da Associação Brasileira de Psicologia do Esporte (ABRAPESP) e editora da Revista Brasileira de Psicologia do Esporte. Atualmente coordena o Grupo de Estudos Olímpicos (GEO-USP) e é editora da "Olimpianos" - Revista de Estudos Olímpicos. É pesquisadora do Instituto de Estudos Avançados da USP e membro da Academia Olímpica Brasileira. Têm 42 livros publicados, 14 deles como autora e 28 como organizadora na área de Psicologia do Esporte e Estudos Olímpicos.

**Miguel Avellar** - Psicólogo Clínico do Esporte. Especialista em Neurociência do Comportamento pela Faculdade FaCiencia. Especialista em Psicologia do Esporte e Exercício pela UNICV. Possui experiência em clubes como Flamengo e Minas Tênis Clube. Atualmente está no Centro de Treinamento Esportivo da UFMG, trabalhando com atletas olímpicos e paralímpicos.

**Marina Cintra** - Psicóloga Clínica do Esporte. Formada em Psicologia pela PUC Campinas com formação continuada na área clínica pela abordagem da Gestalt-terapia.

**Telma Matos** - Doutora em Psicologia USP/Ribeirão Preto. Mestre em Educação pela UFTM. Especialista em Fisiologia e Metodologia da Atividade Física Personalizada. Atualmente está se especializando em Neuropsicologia. Graduada em Psicologia e em Licenciatura Plena em Educação Física; Com Formação em Psicologia do Esporte. É associada da ABRAPESP (Associação Brasileira de Psicologia do Esporte). Faz parte do Grupo de Estudos sobre Fenomenologia, Psicologia e Corporeidade, na Escola de Educação Física e Esporte de Ribeirão Preto. Psicóloga do Esporte da Confederação Brasileira de Atletismo (CBAt) de 2012 a 2015. Membro da

equipe multidisciplinar da Confederação Brasileira de Atletismo (CBAt) de 2012 a 2015. Atualmente Docente da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), orientando e supervisionando alunos no Estágio Profissionalizante, ministrando as disciplinas: Neuroanatomia, Neuropsicologia, Neurofisiologia, Psicologia do Esporte.

### **3.3 DISCUSSÃO**

A motivação que leva cada profissional a seguir seu campo profissional é sempre muito individual e única. E com os psicólogos esportivos não é diferente. Alguns disseram ter certeza de que trabalhariam com algo envolvendo a psicologia desde muito cedo, outros relataram um encontro ao acaso com o campo de atuação após o conhecerem, enquanto disciplina, ainda no período universitário.

#### **3.3.1 EXPERIÊNCIAS PROFISSIONAIS**

Como o início da experiência profissional dos participantes do estudo é de extrema relevância para o entendimento do que leva um psicólogo a ir trabalhar com o esporte e com atletas, esse princípio profissional foi relatado por alguns com algumas lacunas e uma oportunidade de desenvolvimento no Brasil.

Miguel Avellar, por exemplo, contou que sua experiência profissional com os esportes foi descoberta durante o período universitário, porém, afirmou que o curso de psicologia “aos moldes tradicionais”, em todo país, ainda não oferece, em sua grande maioria, a disciplina específica na grade curricular: “Apresentei minha tese na graduação em psicologia do esporte, apesar de não ter nenhuma matéria nem professor que falava sobre isso. Tive que correr atrás disso sozinho” (AVELLAR, 2025, entrevista ao autor).

Para além da especialização por meio de cursos técnicos enquanto psicólogos esportivos, muitos profissionais atuantes trabalham também como psicólogos clínicos comuns, isto é, de não-atletas, por não conseguirem viver somente da psicologia esportiva.

Esse fato descrito acima pode corroborar com a pluralidade de atletas de diferentes modalidades trabalhando com os profissionais psicólogos dessa pesquisa. Ou seja, na resposta sobre a pergunta: “Com atletas de que modalidades você trabalha hoje?”, verificou-se uma gama diversa de atletas de diferentes tipos e modalidades. Isto é, não

só do alto rendimento, como também de atletas amadores. De atletas de clubes municipais sem pretensões profissionais à medalhistas olímpicos. Com isso, a impressão transmitida pelas entrevistas foi a de que não necessariamente um profissional psicólogo do esporte tem a capacidade de se especializar tanto. E entende-se por isso que não seria viável para ele escolher trabalhar com um recorte tão específico enquanto profissional. Por exemplo: um psicólogo esportivo que atenda somente atletas de alto rendimento, olímpicos, de uma mesma modalidade particular. Ou seja, na prática, o recorte da especialização enquanto profissionais psicólogos do esporte já é um primeiro passo importante no processo de amadurecimento e florescimento dessa área especializada no Brasil.

A título de informação, alguns atletas citados pelos profissionais são profissionais das seguintes modalidades: karatê, atletismo, futebol, futebol americano, crossfit, trampolim acrobático, vôlei, natação, entre outras.

### 3.3.2 COMUNICAÇÃO, MÍDIA E SAÚDE MENTAL

Ao dialogar com profissionais psicólogos do esporte sobre as interfaces envolvendo os questionamentos contidos no bloco 2, esperava-se ir de encontro à uma cooperação técnica, entre duas áreas distintas: psicologia esportiva e comunicação digital.

A primeira participante da pesquisa foi a professora Kátia Rúbio, que inclusive contribuiu para o referencial teórico exposto no primeiro capítulo deste trabalho com o livro “O Atleta e o Mito do Herói”. Ela possui formação nas duas áreas do conhecimento: comunicação e psicologia. Além de psicóloga do esporte, Kátia também é jornalista, sendo reconhecida como uma das principais referências sobre a temática no Brasil. Seu trabalho contempla uma larga experiência vivida com atletas olímpicos.

No que toca à exposição pública e midiática dos atletas, principalmente nas redes sociais, e seus respectivos desempenhos, a professora foi categórica afirmando: “acredito que essa exposição afeta principalmente a **concentração** dos atletas enquanto profissionais atletas”. Para ela, essa habilidade cognitiva é fundamental em atletas do alto rendimento e essa exposição midiática pode afetar a preparação mental específica para desafios importantes enfrentados no alto rendimento:

Qual era a função da concentração antes das redes sociais? Que a pessoa focasse na sua competição, fizesse mentalmente as suas provas, se desligasse desse mundo externo que interfere nessa preparação mental para a prova. Então, atletas como Joaquim Cruz, por exemplo, eram capazes de construir as suas provas mentalmente. No centésimo de segundo que ele faria na pista (RUBIO, 2025, entrevista concedida ao autor).

Essa fala de Kátia, destacando a importância da concentração como habilidade cognitiva decisiva para o desempenho esportivo, remete a um episódio amplamente exposto pela imprensa esportiva, não só brasileira, durante a preparação da Seleção Brasileira masculina para a Copa do Mundo de 2006, na Alemanha. Naquela ocasião, a equipe escolheu a cidade de Weggis, na Suíça, como sede de treinamento. O que originalmente seria um momento de foco absoluto e concentração mental para as partidas, transformou-se, entretanto, em um ambiente marcado por forte apelo midiático e comercial. Os treinamentos foram abertos ao público, atraindo milhares de torcedores diariamente, além de celebrações festivas, apresentações musicais, presença constante de patrocinadores, recepção de celebridades e cobertura jornalística permanente.

Esse contexto, mais próximo de um espetáculo promocional do que de uma preparação competitiva eficiente, resultou em um ambiente de distração, reduzindo o espaço mental e logístico necessário para o ajuste técnico, tático e psicológico da equipe. Não à toa, após a eliminação para a França nas quartas de final com gol do atacante francês Thierry Henry, grande parte da discussão pública atribuiu o desempenho aquém do esperado à ausência de concentração adequada durante o período de preparação. E pior, criou até em um atleta específico um “estigma doloso”, isto é, personificaram no lateral esquerdo Roberto Carlos, a culpa pelo gol sofrido e pela eliminação, simplesmente pelo fato de que durante a jogada do gol da equipe francesa, ele aparece em um recorte captado no *replay* da jogada, ajustando um de seus meios.

O fato em questão foi tão evidente que a própria Confederação Brasileira de Futebol reconheceu o erro na preparação. Por meio do assessor de imprensa da CBF à época, Rodrigo Paiva, a entidade declarou<sup>25</sup>:

---

<sup>25</sup> Trecho de declaração dada pelo então assessor da CBF, Rodrigo Paiva, ao portal GE. Disponível em:

Aquela quantidade de torcedores, festa por qualquer tipo de treino. A CBF tem que ser antipática e afastar tudo isso da gente. Essas coisas **distraem** e **desconcentram**. Essa é uma medida definitiva da CBF. Nunca mais vamos repetir a preparação de 2006. Foi um grande erro. Ninguém imaginava que cinco mil pessoas fossem assistir aos treinos da seleção brasileira ou que mais de 900 jornalistas fossem fazer a cobertura da seleção. Foi um erro reconhecido pela CBF, talvez o único nessa Copa do Mundo. Os outros foram coisas de dentro do campo (IANNACCA, 2007).

À época, além da cobertura jornalística falar abertamente sobre a perceptível perda de foco da equipe, o acontecimento em questão, expôs a fragilidade e o perigo que atletas de alto rendimento podem incorrer ao não priorizarem adequadamente essa **concentração**, citada pela professora Kátia e reforçada pelo próprio assessor de imprensa da CBF. Lembrando que é comum que jornalistas façam essa cobertura da Seleção Brasileira de futebol *in loco*. Isso, no entanto, não significa que os jornalistas terão acesso livre e irrestrito à concentração da equipe.

Para boa parte do senso comum, aquela seleção seria uma das grandes favoritas ao título da competição, principalmente por contar com um time recheado de craques em seu elenco. Alguns exemplos de jogadores que fizeram parte daquele grupo: Ronaldo Nazário, mundialmente conhecido como “Ronaldo fenômeno”, Adriano (o “imperador”), Ricardo dos Santos leites, mais conhecido como Kaká, que viria a se tornar o melhor jogador do mundo anos depois, Ronaldinho Gaúcho, que disputou a competição como o melhor jogador do mundo à época.

Em uma entrevista concedida ao portal OneFootball, 14 anos depois daquela competição, o meio campista Zé Roberto, atleta que também fez parte daquele time, relatou:

Você estar no meio dos melhores me deu o entendimento de que estar no meio dos melhores não te garante vitória. Se todos não estiverem com o mesmo foco, a mesma disponibilidade em prol do grupo. Isso me fez entender que, infelizmente, nós tínhamos os melhores, mas nem todos estavam com os mesmos objetivos. Isso nos prejudicou e não nos permitiu alcançar o nosso objetivo (OneFootball, 2020).

---

[https://ge.globo.com/ESP/Noticia/Futebol/Selecao\\_Brasileira/0%2C%2CMUL55964-4482%2C00.html](https://ge.globo.com/ESP/Noticia/Futebol/Selecao_Brasileira/0%2C%2CMUL55964-4482%2C00.html). Acesso em: 26 de novembro de 2025.

Além do relato do atleta, os enviados especiais do portal Uol, Daniel Tozzi e João Henrique Medice, que estiveram na preparação da Seleção nacional para aquela Copa do Mundo, noticiaram ainda antes do início da competição que a preparação realizada em Weggis era uma “usina de contradições”<sup>26</sup>. Outra notícia do jornal Folha de São Paulo (2006), também chamou à atenção pelo título “Seleção se contradiz com ida à boate de Roberto Carlos, que afirma não ter saído do hotel na folga”<sup>27</sup>. Todas essas matérias jornalísticas referenciadas corroboram com o que Kátia citou sobre falta de concentração.

Porém, fazer uma relação direta de causa e consequência com o “fracasso” daquela equipe seria leviano e não é o intuito aqui. Portanto, vale dizer que uma mudança direta no ambiente ou nessa habilidade cognitiva de se **concentrar**, não necessariamente implicaria em êxito esportivo (vitória) para a equipe. A preparação da mesma Seleção masculina de futebol, por exemplo, para a Copa do Mundo seguinte, na África do Sul (2010), foi completamente diferente neste aspecto. E o resultado, enquanto vitória, também não veio. Aliás, partir do pressuposto que só em caso de vitória algum trabalho deva ser avaliado como positivo, não é necessariamente a melhor forma de enxergar as coisas. Mas no esporte de alto rendimento, isso infelizmente é utilizado como uma das poucas métricas para se definir sucesso.

No dia 29 de maio de 2010, meses antes da competição na África do Sul, o portal GE publicou uma matéria com um título evidenciando a diferença na preparação adotada quatro anos depois: “Oba-oba de Weggis dá lugar à privacidade e dedicação dos atletas”<sup>28</sup>. Ou seja, de acordo com a cobertura jornalística, isso corrobora o fato de que naquela preparação, a concentração, a calma e o foco foram priorizados pela comissão técnica, eliminando quase todo tipo de distração que poderia chegar aos atletas. O que não quer dizer necessariamente que

---

<sup>26</sup> TOZZI, Daniel. MEDICE, João Henrique. Festival de contradições marca preparação da Seleção em Weggis. UOL Esporte, São Paulo, 02 jun. 2006. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/copa-2006/ultnot/2006/06/02/ult3363u91.jhtm>. Acesso em: 23 nov. 2025.

<sup>27</sup> COBOS, Paulo; PERRONE, Ricardo; RANGEL, Sérgio. Seleção se contradiz com ida à boate. Folha de S.Paulo, São Paulo, 02 jun. 2006. Esporte. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0206200611.htm>. Acesso em: 23 nov. 2025.

<sup>28</sup> GLOBOESPORTE.COM. Oba-oba de Weggis dá lugar à privacidade e dedicação dos atletas. Globo Esporte, Joanesburgo, 29 maio 2010. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2010/05/oba-oba-de-weggis-da-lugar.html>. Acesso em: 23 nov. 2025.

houve ali, um trabalho psicológico específico, mas que pelo menos, esse ponto tão relevante, envolvendo a **concentração**, não foi negligenciado como na competição anterior.

Retomando a análise proposta neste trabalho, que identifica a concentração como elemento central para o desempenho dos atletas, vamos usar o recorte deste presente estudo, feito com as **ginastas olímpicas**, para destacar o que Simone Biles relatou como um dos principais fatores que a levaram a se retirar da disputa nos Jogos Olímpicos de Tóquio: o foco.

A perda de concentração, ainda que por frações de segundo, pode resultar em falhas técnicas graves, com risco de lesões que comprometem não apenas a performance imediata, mas a continuidade da carreira esportiva de um atleta. Essa perspectiva encontra ressonância na fala da professora Kátia Rúbio, ao apontar que as redes sociais podem funcionar como um elemento de distanciamento entre o atleta e sua estratégia mental para o alto rendimento:

A ginástica é uma modalidade que exige um profundo nível de concentração, por isso a Simone Biles falou em 2021 que ela não iria competir. Porque a cabeça dela não estava onde deveria estar. As redes sociais promovem esse distanciamento dessa estratégia de trabalho que é o treinamento mental para a prova. Principalmente quando há elementos pessoais ofensivos e destrutivos, envolvidos na comunicação. Os *haters* estão à solta... E muitos *haters* são mobilizados por sentimentos como inveja. Estes, fazem propositalmente publicações para desestabilizar essas pessoas (atletas), que precisam de um profundo grau de concentração no que irão fazer (RÚBIO, 2025, entrevista concedida ao autor).

### **3.3.2 COMUNICAÇÃO, MÍDIA E SAÚDE MENTAL (CONTINUAÇÃO)**

Para a professora Telma Matos, que já atuou próxima aos atletas olímpicos pela Confederação Brasileira de Atletismo (CBAt), a questão envolvendo o uso de redes sociais é muito delicada, mas deve ser enxergada sobre diferentes óticas. Enquanto psicóloga do esporte, ela preconiza uma reflexão junto ao atleta, por meio de perguntas. Estes questionamentos a ajudam no esclarecimento dos motivos que podem levar determinado paciente (atleta) a buscar essa exposição midiática nas redes sociais. Ao mesmo tempo, o leva também à uma reflexão, se

auto indagando: “será que realmente estou disposto e quero isso para minha vida?”

“Perguntas precisam ser feitas, por exemplo: por que eu estou me expondo? Por que eu quero reconhecimento? Por que eu quero ser visto? Qual é o objetivo dessa exposição? Por qual motivo você quer se expor? É reconhecimento, é sobre o que? (MATOS, 2025, entrevista concedida ao autor).

Telma enxerga que essa exposição exacerbada é mais um fator de pressão na vida do atleta do que propriamente algo positivo. Isto é, com essa atitude, o atleta acaba trazendo para ele mesmo mais um problema para lidar, esquecendo que sua vida enquanto atleta já é extremamente complexa e desgastante:

Quando eu me exponho, eu tenho que estar preparado(a) para o que pode vir com isso. Será que vou ter condição de manter sempre aquele resultado? E quando eu não puder expor um resultado positivo? Aí eu vou ser cobrada por isso, né? Então, será que eu também estou preparada para assumir essas cobranças? Na minha atuação enquanto psicóloga, por exemplo, eu trabalho a questão da derrota. Eu converso com atletas sobre derrota. Porque ele tem que estar preparado para o momento que ele perder. Então, quando eu falo: ‘será que o atleta está preparado para bancar quando ele não conseguir?’ É justamente porque a vida de um atleta não é só êxito, não é uma carreira somente exitosa. Ele vai ter altos e baixos o tempo todo. Ele está preparado para isso? (MATOS, 2025, entrevista concedida ao autor).

Para a professora, há ainda, uma diferenciação sutil, mas super interessante sobre esportes individuais e coletivos, envolvendo a questão da exposição midiática do atleta:

Se eu sou um atleta de uma modalidade coletiva, e fico me expondo nas redes sociais, qual o motivo para essa exposição? É me sobrepôr aos colegas de time? Porque mesmo sendo da modalidade coletiva, vocês são adversários? Ou o teu colega pode pegar o teu lugar? Se for de uma modalidade individual, é por conta da concorrência? Por que eu tenho que me expor tanto? Qual a necessidade disso? (MATOS, 2025, entrevista concedida ao autor).

A observação da professora Telma dialoga com estudos da psicologia esportiva que apontam diferenças significativas na forma como atletas vivenciam a pressão em modalidades individuais e coletivas. Nos esportes individuais, a responsabilidade integral pelo

resultado intensifica a ansiedade e a necessidade de autogestão emocional (COLAGRAI, 2022). Já nos coletivos, embora a pressão seja compartilhada, surgem tensões relacionadas à coesão do grupo e à disputa por protagonismo, fatores que podem ser amplificados pela visibilidade pública nas redes sociais.

Outro ponto de vista surge com o psicólogo Miguel Avellar, que entende por dois prismas diferentes a exposição dos atletas no digital. No primeiro, ele entende que bem-estar emocional e performance esportiva estão interligados, e que críticas e exposição midiática demasiada podem afetar negativamente ambos. Mas ele também aborda essa questão pelo ponto de vista inverso, ou seja, quando um atleta que já está performando mal, tem acesso à comentários nas mídias digitais que não agregam, a forma como esse profissional pode acabar reagindo publicamente pode não ser a mais indicada...

Na questão do impacto direto ao bem-estar emocional do atleta, ele faz um importante alerta:

A evolução tão rápida das interações em rede social é um fenômeno muito novo. Se você for pensar a 10 anos atrás, a gente já tinha redes sociais, mas essa interação não era tão pesada como nos dias atuais. Hoje, você está sendo julgado em tempo real ali. Se você durante um jogo, por exemplo, erra um gol e entra no X (antigo Twitter), já tem muita gente falando mal. E isso é muito mais difícil. Além disso, por ter tanta gente, tanto influenciador, tanta página, tanto jornalista, tanta plataforma, como **Instagram**, Spotify e TV, não tem como você não acabar atingido por isso... Então, eu acho que hoje em dia, não é mais sobre como se blindar, mas sobre como ter mecanismos para lidar com isso (AVELLAR, 2025, entrevista concedida ao autor).

Uma importante intersecção entre o psicólogo do esporte e o profissional da comunicação é abordada por Miguel Avellar. Segundo ele, se o atleta for pensar na rede social como mais uma forma de trabalho, isto é, se além de ser atleta, ele precisar “engajar” no digital porque tem uma marca por trás dele, exigindo determinada publicação patrocinada, ele pode acabar prejudicando o seu próprio desempenho primário, que é o de ser atleta. Neste momento, uma assessoria especializada pode ajudá-lo.

Se a gente pensar em patrocínio como mais uma forma de trabalho, a gente está gerando mais uma pressão para esse atleta, que agora, além da performance no alto rendimento,

terá que se preocupar em postar e ter resultado de publicação. Então eu penso que o patrocínio pode ter sim benefícios, só que talvez seja melhor ter uma equipe que possa cuidar disso. Por exemplo, na sua pesquisa você dividiu em diferentes tipos de publicações para fazer a análise de dados. Beleza, algumas dessas postagens eu acho que podem ficar com a equipe e tem algumas que o atleta pode ter a liberdade de publicar (AVELLAR, 2025, entrevista concedida ao autor).

A possibilidade de contar com uma assessoria técnica para mediar a presença digital do atleta configura-se como uma estratégia potencialmente eficiente para lidar com as demandas exigidas pelas redes sociais. Considerando um cenário em que o atleta disponha de recursos para integrar uma equipe multidisciplinar, incluindo profissionais de comunicação, marketing esportivo e gestão de imagem, tal suporte poderia funcionar como um mecanismo de filtragem, organização e direcionamento de conteúdos, reduzindo assim a sobrecarga psicológica decorrente da exposição contínua ao fluxo exagerado de interações digitais. Todavia, é necessário reconhecer que essa solução não se mostra totalmente viável, uma vez que a maioria dos atletas, sobretudo fora do alto rendimento, não possuem condições financeiras de arcar com esse tipo de serviço adicional.

### **3.3.3 ESTRATÉGIAS E ORIENTAÇÕES**

A definição de estratégias para o uso das redes sociais por atletas de alto rendimento demanda um planejamento complexo, idealmente construído de forma conjunta entre o atleta e, se possível, uma equipe multidisciplinar. A literatura aponta que intervenções pontuais podem contribuir em determinados contextos, contudo, a expectativa de uma solução única e universal para os desafios decorrentes da exposição digital revela-se inconsistente com a complexidade do fenômeno. Em um ecossistema comunicacional permeado pela lógica do marketing de performance, no qual “fórmulas mágicas” e promessas de gestão emocional rápida tornam-se recorrentes, torna-se necessário adotar uma abordagem analítica, crítica e adaptativa, capaz de reconhecer a singularidade de cada trajetória esportiva e de cada vínculo do atleta com o ambiente digital.

Embora se trate de um desafio de grande magnitude, os especialistas enfatizam que essa forma de atuação não apenas é possível, como também indispensável no contexto esportivo. O crescimento da exposição digital amplia significativamente variáveis

psicológicas relevantes, como o bem-estar subjetivo, a autopercepção de competência, o foco atencional e o equilíbrio emocional. Por consequência, isso influencia tanto o desempenho competitivo quanto a construção e manutenção da imagem pública do atleta. Dessa forma, o acompanhamento profissional mostra-se fundamental para diminuir os riscos associados a esse ambiente digital, além de desenvolver repertório de enfrentamento adaptativo.

Essa perspectiva é reforçada pela psicóloga clínica e do esporte Júlia Pimenta (UFMG), que ressalta a necessidade de um trabalho sistemático de conscientização acerca do impacto das redes sociais na saúde mental dos atletas. Segundo a profissional, iniciativas institucionais já vêm sendo implementadas no âmbito do Comitê Olímpico Brasileiro (COB), onde psicólogos esportivos orientam e monitoram a restrição do acesso às redes sociais durante os períodos de competição. A medida visa preservar os recursos psicológicos do atleta, reduzir a fadiga mental decorrente da exposição exagerada e favorecer um ambiente de descanso emocional, entendido como condição estratégica para manutenção do rendimento esportivo.

Os psicólogos do COB que foram para essas últimas duas olimpíadas, fizeram um trabalho muito interessante de restringir o acesso dos atletas às redes sociais. E aí tem alguns estudos que mostram o quanto a redução do tempo de tela, redução de uso das redes sociais, diminui a fadiga mental desses atletas e o quanto isso é importante. Isso foi muito legal para gente que trabalha com os atletas de base, no sentido de mostrar caminhos (PIMENTA, 2025, entrevista concedida ao autor).

Outro aspecto recorrente nas entrevistas refere-se à visibilidade social e midiática atribuída a cada modalidade esportiva específica, fator que interfere diretamente na dinâmica de relacionamento entre atletas e redes sociais. Os profissionais ressaltam que diferentes esportes possuem graus distintos de exposição pública, circulação de capital e expectativas de mercado, o que gera realidades significativamente heterogêneas quanto à necessidade de engajamento digital. Em modalidades com alto investimento financeiro, grande audiência televisiva e forte cultura de patrocínio, o atleta tende a depender menos da autopromoção para obtenção de renda complementar. Em contrapartida, em esportes de menor cobertura midiática, a performance nas redes sociais pode se tornar uma ferramenta indispensável de visibilidade e de captação de recursos.

Essa é a perspectiva apresentada pela psicóloga Marina Cintra, ao afirmar:

Eu acho que depende muito de modalidade para modalidade. Porque se a gente pensar de forma geral, a realidade do esporte brasileiro é muito diferenciada de esporte para esporte. Então a gente vai ver esportes que pagam o suficiente para os atletas não precisarem do complemento dessa renda através de outros meios, como as redes sociais. Agora a gente sabe que tem esportes que mesmo que os atletas estejam em condições até olímpicas, eles precisam de muito mais patrocínio, muito mais suporte do lado de fora. E aí eu entendo a tentativa de utilizar o papel de atleta para fechar patrocínios e contratos por uma questão financeira. E eu acho que isso é até cultural, de certa forma. Eu vejo atletas que dependendo dos países onde estão inseridos, funcionam de uma maneira um pouco diferente. No Brasil, de um modo geral, a gente está tendo essa naturalização de profissões junto às redes sociais. Não só no mundo esportivo. E aí as pessoas usam disso para criarem contratos entre indivíduos e empresas... Então eu acho que dentro de alguns esportes, talvez se faça necessário sim o atleta, até por uma questão financeira, tentar complementar sua renda (CINTRA, 2025, entrevista concedida ao autor).

A fala de Cintra evidencia que, em determinadas modalidades, o engajamento nas plataformas digitais não se resume a um processo opcional, mas é mais uma espécie de demanda estrutural da carreira do atleta. Nesses casos, a comunicação digital, por meio das redes sociais, torna-se um componente central da identidade profissional do atleta, influenciando tanto seu posicionamento mercadológico quanto sua estabilidade financeira.

A psicóloga Júlia Pimenta reforça esse entendimento ao destacar como cada modalidade esportiva afeta não apenas o grau de exposição, mas também os efeitos comportamentais associados ao uso das redes sociais:

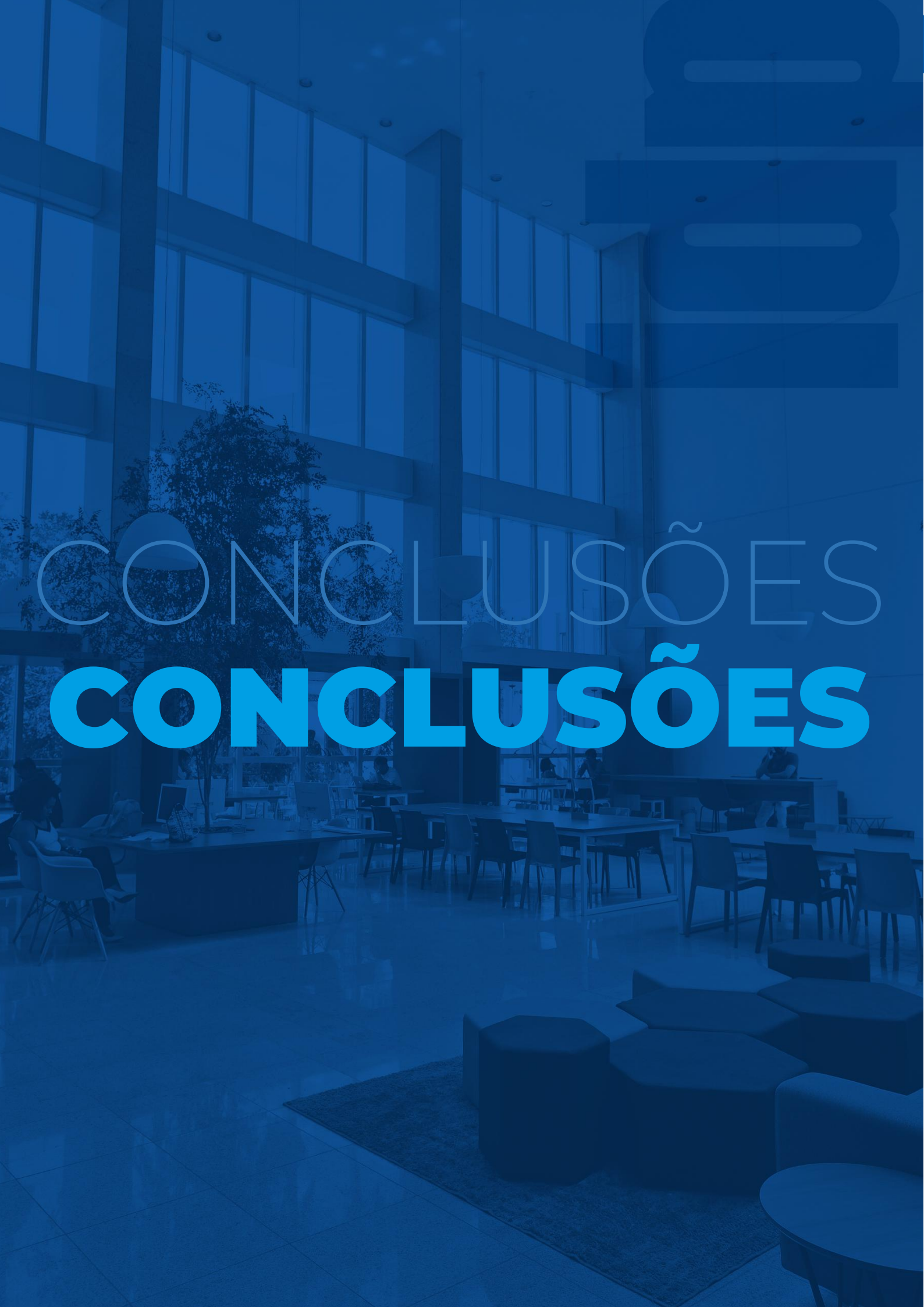
Primeiro que eu acho que tudo no esporte depende do contexto do esporte. De qual modalidade a gente tá falando? Porque, por exemplo, um esporte como o atletismo, que não é um esporte tão visibilizado pela mídia, tem uma exposição diferente nas redes sociais do que, por exemplo, o futebol ou o vôlei. Como eu trabalho com alguns atletas do atletismo, eu percebo que eles muitas vezes se expõem muito. E isso é uma coisa que a gente precisa trabalhar na psicologia do esporte, porque às vezes é uma exposição tão desnecessária, que ele acha que é uma brincadeira, acha que está zoando, sabe? E isso pode acabar dificultando com que eles consigam

patrocínios ou então pode acabar dificultando uma negociação com outros clubes. Em casos extremos, são até retirados da seleção. Então isso é uma coisa que a gente precisa saber lidar e auxiliar os atletas a conseguir mediar (PIMENTA, 2025, entrevista concedida ao autor).

A contribuição de Pimenta aprofunda a discussão ao revelar que comportamentos aparentemente lúdicos no ambiente virtual podem gerar consequências práticas na trajetória esportiva de cada atleta, especialmente em modalidades nas quais o atleta depende da visibilidade online para se projetar profissionalmente e pagar suas contas. Nesse contexto, o papel da psicologia do esporte inclui não apenas intervenções voltadas para o bem-estar mental, mas também a mediação entre expressão pessoal, construção de imagem pública e sustentabilidade da carreira.

Todas essas leituras evidenciam que a atuação da psicologia do esporte, frente às dinâmicas comunicacionais contemporâneas, ultrapassa o domínio exclusivo da saúde mental e passa a dialogar diretamente com dimensões identitárias e profissionais do atleta. Nessas circunstâncias, o trabalho interdisciplinar torna-se não apenas recomendável, mas estruturalmente necessário, especialmente quando se considera que a mediação qualificada entre exposição digital e preservação do bem-estar, exige competências que vão além do campo psicológico.

Ou seja, a integração com profissionais da comunicação, como assessores de imprensa, gestores de imagem, especialistas em redes sociais e marketing esportivo, pode contribuir muito para o desenvolvimento de estratégias que auxiliem o atleta a administrar sua presença online de forma consciente, planejada e alinhada com objetivos esportivos e pessoais. De forma que a articulação entre psicologia do esporte e comunicação, portanto, pressupõe um espaço de colaboração capaz de reduzir riscos associados à exposição exacerbada, fortalecer recursos psicológicos e promover a construção de uma imagem mais saudável e sustentável ao longo da carreira do atleta.



# CONCLUSÕES

# CONCLUSÕES

## RESULTADOS

Os resultados desta pesquisa demonstram que não é possível estabelecer relações simplificadas de causa e efeito entre o uso das redes sociais e os impactos emocionais sobre atletas de alto rendimento. O estudo evidenciou que a experiência digital não opera de forma homogênea, tampouco linear: cada atleta constitui um “universo” particular em termos de repertório, trajetória, modos de comunicação e modos de lidar com a exposição pública. Da mesma forma, cada modalidade esportiva também apresenta dinâmicas próprias, construindo um ecossistema complexo no qual diferentes lógicas de visibilidade, cobrança e reconhecimento coexistem. Nesse cenário, o esporte de alto rendimento só se concretiza de maneira plena quando se observa o entrelaçamento entre esses múltiplos universos: o universo do atleta, o da modalidade e o dos profissionais especialistas que compõem a equipe interdisciplinar responsável por seu suporte físico, técnico e emocional.

A análise empírica com as ginastas olímpicas reforça essa perspectiva de singularidade. Enquanto atletas mais jovens, como Júlia Soares, podem encontrar nas redes sociais uma oportunidade única de visibilidade, reconhecimento e captação de patrocínios, atletas já consagradas, como Rebeca Andrade e Simone Biles, utilizam seu capital simbólico e sua legitimidade esportiva para tensionar o debate público sobre saúde mental. A pesquisa, portanto, confirma que o ambiente digital não opera uniformemente: para algumas atletas, as plataformas representam um espaço de projeção de carreira; para outras, um canal para reivindicar direitos e denunciar pressões que historicamente permaneceram silenciadas.

Ao mesmo tempo, os achados revelam que o imaginário esportivo permanece fortemente marcado pelo “mito do herói”, conceito discutido por Kátia Rúbio, segundo o qual o atleta é socialmente valorizado enquanto figura infalível, imbatível e perfeita. Esse simbolismo resiste no século XXI e continua a moldar expectativas públicas sobre o desempenho. Tal ideal de impecabilidade, inscrito na cultura esportiva antes mesmo do advento do ambiente digital, encontra nas redes sociais um espaço de amplificação. Enquanto oferecem projeção midiática, proximidade com fãs e oportunidades de

carreira, elas também se convertem em arenas de julgamento contínuo, nas quais erros, lesões ou derrotas ganham repercussão imediata e, por vezes, violentas. Desse modo, as redes sociais funcionam simultaneamente como ferramentas de ascensão e como dispositivos de cobrança simbólica que podem produzir efeitos adversos sobre a saúde mental de atletas de alto rendimento.

Os resultados alcançados também revelam o significado mais amplo desta investigação no contexto contemporâneo do esporte de alto rendimento. Isto é, a pesquisa confirma que a intersecção entre áreas tradicionalmente tratadas de forma separada, cada uma em sua própria “caixinha”, como a comunicação social, especialmente em sua dimensão digital, e a psicologia do esporte, pode oferecer contribuições substanciais para a compreensão e a proteção do bem-estar dos atletas.

Entendendo que o ambiente esportivo atual é atravessado por dinâmicas comunicacionais intensas, nas quais o desempenho físico e técnico já não se dissocia da exposição digital e pública. Nesse cenário, integrar referenciais teóricos e metodológicos dessas duas áreas não apenas enriquece o debate, mas abre espaço para o desenvolvimento de estratégias de acompanhamento capazes de auxiliar atletas que utilizam as redes sociais sem necessariamente receber orientação adequada para lidar com seus efeitos emocionais.

A pesquisa, contribui, portanto, ao promover uma reflexão crítica sobre como as redes sociais afetam a saúde mental de atletas de alto rendimento, mostrando que a atenção dedicada ao treinamento físico, técnico e emocional precisa expandir para incluir, de maneira planejada, o gerenciamento da presença digital. Além de descrever o fenômeno, o estudo propõe caminhos de ação entre equipes multidisciplinares, especialmente psicólogos, de forma que possam não apenas incentivar a autorreflexão sobre o uso das plataformas, mas também instrumentalizar junto aos atletas, usando os referenciais oriundos da Comunicação Social como respaldo técnico.

Dessa forma, se reforça a ideia trazida por uma das profissionais ouvidas durante a pesquisa, de que “não existe apenas uma forma de intervenção”. Em vez de soluções universais, trata-se de reconhecer a singularidade de cada atleta, a especificidade de cada modalidade e as demandas particulares de seus públicos e suas redes. Assim, as contribuições desta dissertação se situam tanto no campo teórico, ao

aproximar áreas do conhecimento que ainda dialogam pouco entre si, quanto no campo aplicado, ao sugerir práticas que podem auxiliar psicólogos e demais especialistas envolvidos no cuidado integral do atleta.

Apesar das contribuições apresentadas, esta pesquisa apresenta limitações que precisam ser reconhecidas. A primeira diz respeito ao escopo aplicado no estudo. Embora o trabalho tenha evidenciado a importância de uma atuação interdisciplinar na orientação dos atletas quanto ao uso das redes sociais, não foi possível desenvolver um protocolo prático de intervenção que auxiliasse os atletas a lidarem com os desafios psicossociais decorrentes da exposição digital. O estudo identifica a necessidade desse tipo de ferramenta, mas sua construção demandaria tempo, recursos e etapas metodológicas adicionais que extrapolam os objetivos e os limites desta dissertação.

Outra limitação relevante refere-se ao recorte empírico adotado. A análise concentrou-se em um número reduzido de atletas e em uma única modalidade, a ginástica artística, o que impossibilita generalizações para o conjunto do esporte de alto rendimento. A conversa realizada com profissionais da psicologia do esporte reforçou que cada modalidade apresenta particularidades próprias, que vão desde o grau de exposição midiática e do capital econômico movimentado até diferenças estruturais entre esportes coletivos e individuais. Essas variáveis influenciam diretamente a forma como as pressões emocionais se manifestam e, conseqüentemente, como os atletas vivenciam o ambiente digital. Apesar de ser um consenso que de alguma maneira o uso das redes pelos atletas os influencia de alguma maneira. Seja essa influência positiva ou negativa.

Outra limitação importante refere-se ao caráter cultural do fenômeno investigado. Diferentes países constroem representações distintas sobre o papel social do atleta, o que se reflete tanto na forma como o público reage ao desempenho esportivo nas redes sociais quanto na disponibilidade de investimento público e privado destinado ao esporte. Em contextos em que há maior suporte institucional e equipes interdisciplinares mais robustas, a proteção da saúde mental tende a ser estruturada de maneira mais sólida e contínua. Em países com menor investimento, o acompanhamento psicológico e comunicacional depende mais da iniciativa individual do atleta ou de acordos pontuais com clubes e patrocinadores. Esse fator cultural,

embora reconhecido ao longo da pesquisa, não pôde ser explorado em profundidade dentro dos limites metodológicos deste estudo.

Por fim, os achados desta pesquisa indicam a necessidade de que estudos futuros ampliem a discussão aqui apresentada. Investigações envolvendo atletas de outras modalidades, comparações entre países e análises longitudinais ao longo de ciclos olímpicos podem revelar aspectos adicionais das relações entre presença digital, desempenho esportivo e saúde mental. Além disso, pesquisas aplicadas podem contribuir para o desenvolvimento de protocolos interdisciplinares voltados ao uso das redes sociais por atletas de alto rendimento, articulando conhecimentos da comunicação social e da psicologia do esporte orientando decisões práticas na prevenção do adoecimento emocional.

Dessa forma, estudos sobre a atuação institucional de clubes, federações e comitês esportivos no cuidado com a saúde mental dos atletas e seus respectivos cuidados dentro do digital, representam um campo de investigação ainda pouco explorado.

Nesse sentido, este trabalho também trilha o caminho para uma continuidade acadêmica em nível de doutorado, no qual tais desdobramentos poderão ser aprofundados com maior amplitude metodológica e temporal.



# REFERÊNCIAS

# REFERÊNCIAS

## REFERÊNCIAS

Agência Brasil. IA apagará publicações abusivas contra atletas nos Jogos, diz COI. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/esportes/noticia/2024-06/ia-apagara-publicacoes-abusivas-contr-atletas-nos-jogos-diz-coi>. Acesso em: 18 ago. 2024.

ALVES, Murillo César. Como o COB se prepara para cuidar da saúde mental dos atletas na Olimpíada de Paris. Terra, 25 jul. 2024. Disponível em: <https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/saude-mental/como-o-cob-se-prepara-para-cuidar-da-saude-mental-dos-atletas-na-olimpiada-de-paris,fa92f9e28f96eb134f36079f1070a110dtceyzhm.html>. Acesso em: 15 maio 2025.

ARAI, Akiko; KO, Yong Jae; ROSS, Stephen. Branding athletes: Exploration and conceptualization of athlete brand image. *Sport Management Review*, [S. l.], v. 16, n. 2, p. 97–106, 2013. DOI: 10.1016/j.smr.2013.04.003.

ARONI, André Luis et al. Os esportes e as novas tecnologias. São Paulo: Hipótese, 2018. 193 p. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/325361749>. Acesso em: 8 set. 2024.

AVELLAR, Miguel. 19 de novembro de 2025. Brasília, Brasil. Entrevista virtual concedida ao autor.

BATISTA, L. L.; MARLET, R. Q. Comunicação, neurociência e a recepção não-declarada. *Revista Famecos*, v. 25, n. 1, p. 27225, 2 jan. 2018.

BETTI, M. A janela de vidro: esporte, televisão e educação física. Campinas: Papirus, 1998. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/301540616\\_A\\_Janela\\_de\\_Vidro\\_Esporte\\_Televisao\\_e\\_Educacao\\_Fisica](https://www.researchgate.net/publication/301540616_A_Janela_de_Vidro_Esporte_Televisao_e_Educacao_Fisica).

BILES, Simone. @simonebiles. Instagram, 26 jul. 2021. Disponível em: [https://www.instagram.com/p/CRxsq\\_kBZrP/?utm\\_source=ig\\_embed&ig\\_rid=c590c093-3c2a-458e-ac41-4607b13e57ff](https://www.instagram.com/p/CRxsq_kBZrP/?utm_source=ig_embed&ig_rid=c590c093-3c2a-458e-ac41-4607b13e57ff). Acesso em: 9 maio 2025.

BIAL, Pedro. Conversa com Bial - Programa de 30/08/2024 online | Globoplay. Disponível em:

<https://globoplay.globo.com/v/12869658/?s=23m54s>. Acesso em: 2 set. 2024.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: The MIT Press, 1999. Disponível em: <https://mitpress.mit.edu/9780262522793/remediation/>. Acesso em: 26 nov. 2025.

CINTRA, Marina. 24 de novembro de 2025. Brasília, Brasil. Entrevista virtual concedida ao autor.

CÔRTE, A. C. R. E. et al. Covid-19 and its effect on olympic sport: the importance of studying social isolation and the harm it causes, to minimize it. *revista brasileira de medicina do esporte*, v. 26, n. 5, p. 371–377, set. 2020.

COELHO, P. G. N.; TONDATO M. P. O sentimento de pertencimento derivado do consumo: a comunicação publicitária atrelada ao fear of missing out. *Signos do Consumo*, São Paulo, v. 15, n. 2, p. 1-13, jul./dez. 2023

COLAGRAI, A. C. et al.. Saúde e Transtorno Mental no Atleta de Alto Rendimento: mapeamento dos artigos científicos internacionais. *movimento*, v. 28, p. e 28008, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/mov/a/nWM6ZfVCRLmhrHkfkjPnznN/?format=html&lang=pt>. Acesso em: 05/11/2025.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. *Flow: The psychology of optimal experience*. New York: Harper & Row, 1990.

DATA REPORTAL. *Digital 2024: Global Overview Report — Global Digital Insights*. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>. Acesso em: 18 ago. 2024.

DA SILVA, Ferreira Alessandro. Cultura do cancelamento: cancelar para se mudar? Eis a questão. *Revista Argentina de Investigación Narrativa*. 2021. p.93-107. Disponível em: <https://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/rain/article/view/4862>.

DE TILIA, Caroline. Atletas influenciadores: o papel das redes sociais na Olimpíada. *Forbes Brasil*. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2024/08/atletas-influenciadores-como-as-redes-sociais-transformaram-a-olimpiada-de-paris/>. Acesso em: 18 ago. 2024.

DI PIERRO, Carla. Como redes sociais afetam mente de atletas? Psicóloga do COB faz alerta. ESPN, 18 nov 2023. Disponível em: [https://www.espn.com.br/artigo/\\_/id/12881282/como-redes-sociais-afetam-saude-mental-atletas-psicologa-cob-alerta-mais-prejuizo-beneficio](https://www.espn.com.br/artigo/_/id/12881282/como-redes-sociais-afetam-saude-mental-atletas-psicologa-cob-alerta-mais-prejuizo-beneficio). Acesso em: 22 ago. 2024.

DI PIERRO, Carla. Falamaria - Saúde mental e esporte, saiba tudo com a Dra. Carla, psicóloga do cob - YouTube. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=C\\_sh4d8m51k&t=453s](https://www.youtube.com/watch?v=C_sh4d8m51k&t=453s). Acesso em: 17 fev. 2025.

DI PIERRO, Carla. [PSICÓLOGA DO COB] - Flow Sport Club #75 - YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=saA5OZrx20c&t=4722s>. Acesso em: 5 set. 2024.

DIÓGENES, J.; LIMA, A. O Conceito de Aldeia Global de Mcluhan Aplicado ao Webjornalismo. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/r4-1816-1.pdf>. Acesso em: 23 ago. 2024.

ESPORTE ESPETACULAR | Ajudam ou atrapalham? Atletas falam sobre o uso das redes sociais | Globoplay. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/13366500/>. Acesso em: 24 fev. 2025.

ENCONTRO DE CTDI – CIÊNCIAS E TECNOLOGIAS DA DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO. Sobrecarga informacional e infopoluição: visões individuais e organizacionais. Vila do Conde: Escola Superior de Estudos Industriais e de Gestão do Instituto Politécnico do Porto, 2016.

FERRAZ, Claudia Pereira. A etnografia digital e os fundamentos da antropologia para estudos em redes on-line. Aurora: revista de arte, mídia e política, São Paulo, v.12, n.35, p. 46-69, jun./set. 2019. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/view/44648>. Acesso em: 06. mai. 2025.

FERREIRA DA SILVA, Alessandro. Cultura do cancelamento: cancelar para mudar? Eis a questão. 30 de janeiro de 2021. Revista Argentina de Investigación Narrativa, 1(1), 93-107. Disponível em: <https://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/rain/article/view/4862>. Acesso em: 18 jul. 2024.

FERREIRA, Raquel Marques Carriço. Exposição da audiência aos meios: avanços da abordagem de usos e gratificações. Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. 23, n. 1, p. 1-20, jan./abr. 2016.

FOSTER, William; TREHERNE, John. The spatial dispersion of a swarm of insects and the dilution effect. *Animal Behaviour*, v. 29, p. 882-887, 1981.

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS. Pesquisa revela que o Brasil tem 480 milhões de dispositivos digitais em uso, sendo 2,2 por habitante. Portal FGV, 27 jun. 2024. Disponível em: <https://portal.fgv.br/noticias/pesquisa-revela-brasil-tem-480-milhoes-dispositivos-digitais-uso-sendo-22-habitante>. Acesso em: 21 out. 2025.

FIORESE VIEIRA, L. et al. Psicologia do Esporte: uma área emergente da psicologia. *Psicologia em Estudo*, v. 15, n. 2, p. 391-399, [s.d.].

FOLHA. Café Olímpico: A saúde mental dos atletas como protagonista - Café da Manhã | Podcast. Spotify. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/33p0iXkU9OOe1OUZjwzUHK?si=18bd4c45a60a44a8&nd=1&dlsi=1387c3ff47a04993>. Acesso em: 6 set. 2024.

FRADES, L. DE J. et al. Adoecimento psíquico em atletas de alto rendimento: a importância da psicologia do esporte. *Revista Educação, Psicologia e Interfaces*, v. 4, n. 3, 7 maio de 2020.

GE, Redação. Japonês se culpa por prata por equipes no judô: “Sinto que não posso voltar para o Japão” | olimpíadas. Disponível em: <https://ge.globo.com/olimpiadas/noticia/2024/08/04/japones-se-culpa-por-prata-por-equipes-no-judo-sinto-que-nao-posso-voltar-para-o-japao.ghtml>. Acesso em: 18 ago. 2024.

GE, Redação. Olimpíadas 2024: atletas foram alvo de mais de 8.500 ataques virtuais durante os Jogos de Paris | olimpíadas. Disponível em: <https://ge.globo.com/olimpiadas/noticia/2024/08/18/olimpiadas-2024-atletas-foram-alvo-de-mais-de-8500-ataques-virtuais-durante-os-jogos-de-paris.ghtml>. Acesso em: 18 ago. 2024.

GE, Redação. Rebeca exalta trabalho psicológico na conquista das medalhas em Paris: “Não me sinto pressionada” | olimpíadas. Disponível em: <https://ge.globo.com/olimpiadas/noticia/2024/08/05/rebeca-exalta-trabalho-psicologico-na-conquista-das-medalhas-em-paris-nao-me-sinto-pressionada.ghtml>. Acesso em: 15 ago. 2024.

GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social - 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008. <https://static.casperlibero.edu.br/uploads/2014/05/Avan%C3%A7o-qualitativo-na-pesquisa-sobre.pdf>. Acesso em: 29 mar 2024.

O GLOBO, Jornal. Olimpíadas: Biles diz que preocupações com “saúde mental” provocaram sua saída da final por equipes. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/toquio-2020/olimpiadas-biles-diz-que-preocupacoes-com-saude-mental-provocaram-sua-saida-da-final-por-equipes-25128478>. Acesso: 8 maio, 2025.

GRANCHI, Giulia. Saúde mental vale mais que ouro; por que decisão de Simone Biles é exemplo - 28/07/2021 - UOL VivaBem. Disponível em: <https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2021/07/28/simone-biles-sai-de-prova-por-saude-mental-atletas-devem-priorizarbemestar.html>. Acesso em: 15 ago. 2024.

GSHOW. Assistir Conversa com Bial - Programa de 30/08/2024 online | Globoplay. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/12869658/?s=23m54s>. Acesso em: 3 set. 2024.

IANNACCA, Márcio. CBF reconhece erro da Copa de 2006. Portal GE, 21 jun. 2007. Disponível em: [https://ge.globo.com/ESP/Noticia/Futebol/Selecao\\_Brasileira/0%2C%2CMUL55964-4482%2C00.html](https://ge.globo.com/ESP/Noticia/Futebol/Selecao_Brasileira/0%2C%2CMUL55964-4482%2C00.html). Acesso em: 26 nov. 2025.

INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE. IOC Mental Health in Elite Athletes Toolkit. Olympics.com, 2021. Disponível em: Olympics. Acesso em: 20 maio. 2025.

KREBS, John R.; DAVIES, Nicholas B. Behavioural Ecology: An Evolutionary Approach. 4. ed. Oxford: Blackwell, 1993.

KÜLLER, Aline. Ana Patrícia relembra ataques por derrota em Tóquio-2020: ‘Falaram que eu tinha que me matar.’. Terra. 09 ago, 2024. Disponível em: <https://www.terra.com.br/esportes/jogos-olimpicos/ana-patricia-relembra-ataques-por-derrota-em-toquio-2020-falaram-que-eu-tinha-que-me-matar,789f5327013df505f73cdb65b74898529laba3z3.html>. Acesso em: 29 ago. 2024.

LIEDKE, Lucas. A cultura do cancelamento. 3 de junho de 2020. Disponível em: <https://medium.com/psicanaliedke/cultura-do-cancelamento-d34539f419be>. Acesso em 12 de maio de 2024.

LIEVROUW, L. A.; LIVINGSTONE, S. The Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs Introduction to the updated student edition. – fully revised student edition. London, UK: SAGE Publications, 2006, pp. 1-14. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/277058217>.

LIMA, Walter. Avanço qualitativo na pesquisa sobre tecnologias aplicadas ao jornalismo. Revista Líbero. (2007). Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/230710544\\_Avanco\\_qualitativo\\_na\\_pesquisa\\_sobre\\_tecnologias\\_aplicadas\\_ao\\_jornalismo](https://www.researchgate.net/publication/230710544_Avanco_qualitativo_na_pesquisa_sobre_tecnologias_aplicadas_ao_jornalismo). Acesso em: 18 jul de 2024.

MARKUNAS, Marisa. DI PIERRO, Carla. MORENO, Antônio Carlos. Time Brasil investe em preparação mental antes, durante e após... | Comitê Olímpico do Brasil (COB). Disponível em: <https://www.cob.org.br/comunicacao/noticias/time-brasil-investe-em-preparacao-mental-antes-durante-e-apos-os-jogos-olimpicos>. Acesso em: 15 ago. 2024.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes / Luís Mauro Sá Martino. – Petrópolis, RJ : Vozes, 2014

MARTINO, Luís Mauro Sá. Métodos de pesquisa em Comunicação: projetos, ideias, práticas. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

MARQUES, Rui Pedro. Sobrecarga de informação na era digital: causa ou consequência? In: ENCONTRO CTDI. Sobrecarga informacional e infopoluição: visões individuais e organizacionais. Vila do Conde: Escola Superior de Estudos Industriais e de Gestão do Instituto Politécnico do Porto, 2016. p. 17–26.

MATOS, Telma. 21 de novembro de 2025. Brasília, Brasil. Entrevista presencial concedida ao autor.

MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 2005.

MEIO E MENSAGEM. Cancel Culture. 11 janeiro de 2022. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/comunicacao/cultura-do->

cancelamento-nao-preocupa-a-maioria-das-marcas. Acesso em: 13 de maio de 2024.

MORÃO, Kauan Galvão; VERZANI, Renato Henrique; BAGNI, Guilherme; MACHADO, Afonso Antonio. Redes sociais virtuais e o contexto esportivo: alterações emocionais em atletas. In: IX Simpósio Nacional da ABCiber, 2016, Brasil. Anais... Brasil: ABCiber, 2016. Disponível em: [https://abciber.org.br/anaiseletronicos/wp-content/uploads/2016/trabalhos/redes\\_sociais\\_virtuais\\_e\\_o\\_contexto\\_esportivo\\_alteracoes\\_emocionais\\_em\\_atletas\\_kauan\\_galvao\\_morao.pdf](https://abciber.org.br/anaiseletronicos/wp-content/uploads/2016/trabalhos/redes_sociais_virtuais_e_o_contexto_esportivo_alteracoes_emocionais_em_atletas_kauan_galvao_morao.pdf). Acesso em: 04 jun. 2025.

MORÃO, Kauan Galvão; BAGNI, Guilherme; VERZANI, Renato Henrique; MACHADO, Afonso Antonio. O lado obscuro do mundo virtual e seus desdobramentos em atletas de esportes de raquete. Caderno de Educação Física e Esporte, Marechal Cândido Rondon, v. 18, n. 2, p. 31-37, 2020. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.36453/2318-5104.2020.v18.n2.p31>. Acesso em: 3 jun. 2025.

MORÃO, Kauan Galvão; BAGNI, Guilherme; VERZANI, Renato Henrique; MACHADO, Afonso Antonio; FISCHER, Carlos Norberto. Os perigos das mídias digitais: alterações psicológicas em futebolistas brasileiros. Revista Brasileira de Futsal e Futebol, São Paulo, v.12, n.47, p.67-74, jan./abr. 2020. ISSN 1984-4956. Disponível em: [www.rbff.com.br](http://www.rbff.com.br). Acesso em: 05 jun. 2025.

MOIOLI, Altair. A relação das novas mídias de comunicação e o esporte: rupturas e conflitos para a formação moral a partir da representação social do futebol. 2013. Tese (Doutorado) — Universidade Estadual Paulista, Instituto de Biociências, Campus de Rio Claro, Rio Claro, 2013.

NIXDORF, I.; FRANK, R.; BECKMANN, J. Comparison of athletes' proneness to depressive symptoms in individual and team sports: Research on psychological mediators in junior elite athletes. *Frontiers in Psychology*, v. 7, n. JUN, 17 jun. 2016.

NÓBREGA, Liz. Olimpíadas da inteligência artificial? Veja os usos da tecnologia. Desinformante. Disponível em: <https://desinformante.com.br/inteligencia-artificial-olimpiadas/>. Acesso em: 5 set. 2024.

NYE, Joseph S., Jr. *Soft power: the means to success in world politics*. New York: PublicAffairs, 2004.

OWENS, Ernest. The New York Times. Obama's Very Boomer View of 'Cancel Culture'. 1 de novembro de 2019. Disponível em: Opinion | Obama's Very Boomer View of 'Cancel Culture' - The New York Times (nytimes.com). Acesso em: 18 jul de 2024.

PADRON, Rodrigo. O meio é a mensagem, porque também é conteúdo. Meio e Mensagem, 5 jan, 2017. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/opiniaio/o-meio-e-a-mensagem-porque-tambem-e-conteudo>. Acesso em: 22 ago. 2024.

PHELPS, Michael. Depoimento no documentário The Weight of Gold. Direção de Brett Rapkin. Estados Unidos: HBO, 2020. Disponível em: <https://www.hbo.com/movies/the-weight-of-gold>. Acesso em: 21 maio 2025.

PIMENTA, Júlia. 24 de novembro de 2025. Brasília, Brasil. Entrevista virtual concedida ao autor.

QUERINO, Emanuel. Psicólogo: As pessoas ainda vão sofrer muito (Ep. 139). Entrevistador: Eslen Delanogare. Eslen Podcast. [S. l.]: YouTube, 2025. Podcast (1h22min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qR-FXoOELwQ&t=1008s>. Acesso em: 23 out. 2025.

REARDON, Claudia L. et al. Mental health in elite athletes: International Olympic Committee consensus statement (2019). British journal of sports medicine, v. 53, n. 11, p. 667-699, 2019.

RIBEIRO, Maria Augusta. Netnografia. Canal: Marília Gabi Gabriela. YouTube, 2025. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-urbzy6nkzM>. Acesso em: 8 maio. 2025.

ROBERTS, Gilbert. Why individual vigilance declines as group size increases. Animal Behaviour, v. 51, n. 5, p. 1077-1086, 1996.

RUBIO, Katia. 21 de novembro de 2025. Brasília, Brasil. Entrevista presencial concedida ao autor.

RUBIO, Katia. Ética e compromisso social na psicologia do esporte. Psicologia: ciência e profissão, v. 27, p. 304-315, 2007.

RUBIO, Katia. O atleta e o mito do herói: o imaginário esportivo contemporâneo. 2. ed. revista e ampliada. São Paulo: Laços, 2021. ISBN 978-65-89694-07-6. Disponível em:

[https://www.researchgate.net/publication/354076936\\_Livro\\_Atleta\\_e\\_o\\_Mito](https://www.researchgate.net/publication/354076936_Livro_Atleta_e_o_Mito). Acesso em: 4 jun. 2025.

RUBIO, Katia. Rendimento esportivo ou rendimento humano? O que busca a Psicologia do esporte? *Psicología para América Latina, Revista de la Unión Latinoamericana de Psicología*. 2004. Disponível em: [www.psicolatina.org](http://www.psicolatina.org). Acesso em: 15 maio 2025.

SAAD, Elizabeth. Comunicação organizacional e opinião pública: entre a midiáticação e a plataformização. In: FARIAS, Luiz Alberto de; LEMOS, Else; REBECHI, Cláudia Nociolini (org.). *Opinião pública, comunicação e organizações: convergências e perspectivas contemporâneas* [recurso eletrônico]. São Paulo: Abrapcorp, 2020. p. 152–164.

SAAD, Elizabeth. Comunicação organizacional contemporânea: o paradigma da digitalização. *PAULUS: Revista de Comunicação da FAPCOM*, [S. l.], v. 6, n. 12, 2023. DOI: 10.31657/rcp.v6i12.631. Disponível em: <https://revista.fapcom.edu.br/index.php/revista-paulus/article/view/631>. Acesso em: 30 out. 2025.

SALLES, J. I. et al. Anxiety, insomnia, and depression during COVID-19 lockdown in elite individual and team sport athletes. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, v. 35, n. 1, 1 dez. 2022.

SANDERSON, Jimmy. *It's a whole new ballgame: how social media is changing sports*. New York: Hampton Press, 2011.

SANTAELLA, Lucia. *Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado* – São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SILVA, Lucas Vieira de Lima; SANTOS FILHO, Wilson Graciano dos; PINTO, Adriele Vieira de Lima. Objetivos e contribuições da psicologia ao esporte de alto rendimento. *Id on Line Revista de Psicologia*, v. 1, n. 11, p. 15-24, jul. 2010. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/79/79>. Acesso em: 15 maio 2025.

SOUZA, A. A. L. Naruhodo. Naruhodo #424 – O que é competitividade? – Parte 1 de 2. YouTube, 2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=noPHBDvkDUc>. Acesso em: 22 nov. 2025.

SOUZA, Leandra e BUONO, Renata. Agarrados à tela - revista piauí. 16 fev 2024. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/igualdades-redes-sociais-vicio-celular>. Acesso em: 12 ago. 2024.

SOUZA, Richard. Esporte Espetacular | Atletas de todas as idades se preocupam cada vez mais com a saúde mental | Globoplay. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10018370/>. Acesso em: 15 ago. 2024.

SPORTFIVE. The Importance of Social Media for Athletes. SPORTFIVE Magazine, Hamburgo, 04 jul. 2023. Disponível em: <https://sportfive.com/beyond-the-match/insights/importance-social-media-for-athletes>. Acesso em: 04 jun. 2025.

STAMATELOPOULOU, Foteini; PEZIRKIANIDIS, Christos; KARAKASIDOU, Eirini; LAKIOTI, Agathi; STALIKAS, Anastassios. "Being in the Zone": a systematic review on the relationship of psychological correlates and the occurrence of flow experiences in sports' performance. *Psychology*, v. 9, n. 8, p. 2011-2030, 2018. DOI: 10.4236/psych.2018.98115.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE. Acervo de Harold Dwight Lasswell. Acervo UFRN. Disponível em: UFRN. Acesso em: 20 maio 2025.

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*, São Paulo, v.10, n.40, Suplementar 1, p.583-588, jan./dez. 2018. ISSN 1984-4956.

VIEIRA DE LIMA SILVA, L.; GRACIANO DOS SANTOS FILHO, W.; VIEIRA DE LIMA PINTO, A. Interface - CONTRIBUIÇÕES DA PSICOLOGIA AO ESPORTE DE ALTO RENDIMENTO. *Revista de Psicologia*. Ano. [s.l: s.n.]. Disponível em: <http://idonline.no.comunidades.net>.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação: Mass media - contextos e paradigmas - Novas tendências - Efeitos a longo prazo - O newsmaking. 8ª edição. Editora Presença. 2008.



idp

Bo  
pro  
cit  
ref  
Ness  
são e

**idp**

A ESCOLHA QUE  
**TRANSFORMA**  
O SEU CONHECIMENTO