

**IX Congreso de la Asociación Latinoamericana de Estudios Socioculturales del  
Deporte (ALESDE)  
Deportes, prácticas democráticas y sociedad: nuevas encrucijadas y desafíos en  
las tramas regionales**

**El trinomio medios, atleta y psicología del deporte y sus aspectos  
multifacéticos en la investigación**

**O trinômio mídia, atleta e psicologia do esporte e suas multifaces em pesquisa**

**Eje 6:** El Deporte y su relación con otros temas

**Autores/as:**

*Vilela Novaes, Larissa*

Universidade Federal de Viçosa, Brasil,

**Resumo:** Com a influência da tecnologia na sociedade, conseqüentemente, a mídia vem impactando as diferentes práticas sociais e, no contexto esportivo, não é diferente. As redes sociais estão cada vez mais inseridas no cotidiano dos atletas e produzindo dinâmicas comportamentais peculiares. Logo, este estudo de natureza qualitativa e bibliográfica teve como objetivo selecionar e analisar estudos, dos últimos dez anos, sobre mídia, atletas e psicologia do esporte em literatura acadêmica de língua inglesa e portuguesa. A coleta de dados foi realizada na base do google acadêmico, utilizando os descritores de busca e seus equivalentes de cada idioma: Media AND Psychology AND Athletes; Mídia AND Psicologia AND Atletas. Os textos encontrados foram catalogados com informações sobre: autores, ano de publicação, título, objetivos, metodologia e resultados. Para serem incluídos nesta análise, os textos deveriam conter informações pertinentes aos três descritores no título, resumo e/ou palavras-chave. A literatura encontrada indica que as mídias impactam aspectos psicológicos dos atletas de diferentes maneiras, tanto de modo positivo quanto negativo. O uso e a frequência de

uso das redes sociais por parte de atletas produzem consequências e percepções distintas de acordo com diferentes variáveis da psicologia do esporte, como personalidade, motivação, percepção, atenção, concentração, emoções, entre outros.

**Palavras-chave:** Atleta; Mídia; Psicologia; Psicologia do Esporte; Sociedade Esportiva.

**Resumen:** Con la influencia de la tecnología en la sociedad, los medios de comunicación han impactado en consecuencia diferentes prácticas sociales y, en el contexto deportivo, no es diferente. Las redes sociales están cada vez más insertas en la vida cotidiana de los deportistas y producen dinámicas de comportamiento peculiares. Por lo tanto, este estudio cualitativo y bibliográfico tuvo como objetivo seleccionar y analizar estudios, de los últimos diez años, sobre medios de comunicación, atletas y psicología del deporte en la literatura académica en inglés y portugués. La recolección de datos se realizó en la base de datos Google Scholar, utilizando los descriptores de búsqueda y sus equivalentes para cada idioma: Media AND Psychology AND Athletes; Medios Y Psicología Y Atletas. Los textos encontrados fueron catalogados con información sobre: autores, año de publicación, título, objetivos, metodología y resultados. Para ser incluidos en este análisis, los textos deben contener información relevante para los tres descriptores del título, resumen y/o palabras clave. La literatura encontrada indica que los medios de comunicación impactan los aspectos psicológicos de los deportistas de diferentes maneras, tanto positiva como negativamente. El uso y frecuencia de uso de las redes sociales por parte de los deportistas produce diferentes consecuencias y percepciones según diferentes variables en la psicología del deporte, como la personalidad, la motivación, la percepción, la atención, la concentración, las emociones, entre otras.

**Palabras clave:** Atleta; Medios de comunicación; Psicología; Psicología del Deporte; Sociedad Deportiva.

## **Introdução**

As diferentes mídias fazem parte do cotidiano de forma a atravessar as diferentes práticas sociais, as atitudes humanas, os modos de pensamento e valores sociais que interagem junto ao crescimento do ciberespaço (Lévy, 1999). Pesquisas acadêmicas

sobre diferentes tipos de mídia em contextos esportivos continuam a crescer, apresentando diversas possibilidades de estudo.

Nos últimos anos, a ampla adoção de mídias sociais por fãs de esporte, bem como o uso de mídias sociais por parte de organizações esportivas e atletas aumentou o interesse em diferentes temáticas por parte da comunidade acadêmica (Abeza et al., 2015).

Há muita pesquisa dedicada a representações midiáticas de atletas, muitos dos quais denunciam estereótipos de gênero e objetificação do corpo da atleta mulher nas mídias (Adelman, 2003; Cilense & Cavalcante, 2021; Oliveira, 2016). No entanto, o trinômio mídia, atletas e psicologia não tem sido um objeto de análise muito frequente na literatura brasileira.

As mídias podem representar diferentes significados e barreiras que impactam a trajetória e performance de atletas, sobretudo aqueles que têm muita notoriedade pública. Nesse sentido, é muito importante dedicar estudos a como as mídias têm impactado os atletas em relação a questões psicológicas.

Reconhecidamente, atletas de alto rendimento têm em seu perfil psicológico características ligadas ao desejo de superar limites e o gosto pela competição. Assim, a preparação psicológica é uma ferramenta importante para auxiliar o atleta a atingir a sua máxima performance e tem feito parte do aparato de clubes e equipes (Samulski & Noce, 2002).

Diante do mundo cada vez mais "midiatizado", com atletas cada vez mais conectados a notícias, informações e entretenimento, uma questão importante de analisar é como eles reagem ou "se comportam" quanto aos conteúdos sobre si mesmo, sua própria performance esportiva ou aspectos da vida pessoal. A mídia é constitutiva do esporte moderno de alto rendimento e o atleta, compreendido como sujeito social, expressa comportamentos, sentimentos e emoções relacionados a ela.

Com isso, as redes sociais estão repletas de comentários que refletem comportamentos humanos e como os sujeitos enxergam o mundo e as pessoas. Indivíduos com maior visibilidade nas redes sociais estão mais propícios a comentários e críticas sendo que, muitas vezes, com grande exposição, gerando diferentes demandas psicológicas, tal como tem ocorrido com atletas de alto nível.

É de conhecimento público que atletas de rendimento são submetidos a fontes de estresse, para além das horas de treinos todos os dias, viajando para campeonatos em

diferentes regiões com diferentes condições ambientais, além de lidar com a cobertura midiática do seu trabalho e da sua vida como um todo (Frisby & Wanta, 2018).

O estresse é “produto da interação do homem com o seu meio ambiente físico e sociocultural” (Samulski, Noce e Chagas, 2009) e também “um estado de desestabilização psicofísica ou uma perturbação do equilíbrio entre a pessoa e o meio ambiente”, consenso entre muitos autores (Nitsch, 1976; McGrath 1981; Samulski, 1995; Selye, 1981). Além disso, Nitsch (1981) classifica o estresse como um produto tridimensional, no qual é envolvido pelos sistemas biológico (organismo), social (grupos/organização) e psíquico (personalidade) e estes são interdependentes.

Além do estresse, a Psicologia do Esporte estuda outros fenômenos que perpassam o trinômio mídia, atleta e psicologia, como personalidade, motivação, percepção, atenção, concentração, emoções, entre outros.

As mídias, portanto, podem ter um impacto tanto positivo quanto negativo na vida do atleta, tal como criar expectativas irreais e atrapalhar a sua atenção e concentração. “A atenção é um estado seletivo, intensivo e dirigido da percepção, enquanto a concentração é a capacidade de manter o foco de atenção sobre os estímulos relevantes do meio ambiente (Weinberg e Gould, 1999:36).”

Com a atenção e a concentração afetadas, o desempenho do atleta pode ser ameaçado. Caso o desempenho de um atleta não corresponda ao alto rendimento, este também poderá perder patrocinadores que financiam custos de viagens, roupas e equipamentos. Ou seja, a vida do atleta pode vir a mudar definitivamente.

Visto isso, sabe-se que as mídias são maneiras de consumir o esporte, influenciando o imaginário social. Com isso, é importante investigar a relação mídia, atletas e psicologia, sabendo que esta pode influenciar na saúde tanto física quanto psíquica dos atletas. O objetivo deste trabalho é analisar estudos sobre mídia, atletas e psicologia do esporte em literatura na língua inglesa e língua portuguesa, nos últimos dez anos.

## **Metodologia**

Este estudo caracterizou-se como sendo uma pesquisa qualitativa que envolve uma abordagem interpretativa do mundo, o que significa que seus pesquisadores “estudam as coisas em seus cenários naturais, tentando entender os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles conferem” (Augusto et al., 2013) e pesquisa bibliográfica. A pesquisa bibliográfica, para Fonseca (2002), é realizada

[...] a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. Existem, porém pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta (Fonseca 2002, p. 32).

A coleta de dados foi realizada na base do google acadêmico, utilizando as seguintes combinações de descritores de busca: Media AND Psychology AND Athletes, na língua inglesa e seus equivalentes em língua portuguesa: Mídia AND Psicologia AND Atletas. O recorte temporal focou nos últimos 10 anos. Os textos encontrados foram catalogados com informações sobre: autores, ano de publicação, título, objetivos, metodologia e resultados. O critério de inclusão foi conter informações pertinentes aos três descritores no título, resumo e/ou palavras-chave.

## **Resultados e Discussão**

Foram encontrados 11 estudos dentro do critério de inclusão. Os temas e objetivos contemplados nos estudos selecionados são variados e incluem entender como as mídias impactam na autoeficácia dos atletas, na sua autopercepção de emoções, motivações e atitudes, na sua auto-objetificação e estima corporal, no seu comportamento alimentar, na sua autoimagem e na sua autoestima (Bellini et al., 2021; Frisby & Wanta, 2018; Gorrel, 2018; Neves et al., 2016; Smith, 2016).

Também há investigações sobre a relação do atleta com a mídia tanto tradicional quanto digital, bem como sobre as suas obrigações midiáticas e pressões de atenção. Nestes estudos, há divergências das percepções dos atletas e treinadores frente às redes sociais. Contemplam-se temas como o modo como atletas paralímpicos interpretam suas representações nas mídias e, também, como atletas usam os meios de comunicação

e suas percepções (Birkner & Nölleke, 2016; Figueiredo, 2019; Gorrell, 2023; Gruettner et al., 2020; Sanders et al., 2023; Striblea & Neamtu, 2018).

Com relação às metodologias utilizadas, três estudos fazem uso de entrevistas semiestruturadas com atletas (Figueiredo, 2019; Gorrell, 2018; Gorrell, 2023); um estudo utilizou desenho experimental entre os participantes (Smith, 2016); outro estudo fez coleta de dados antropométricos, estatura, dobras cutâneas, SATA-Q para avaliar a influência da mídia, esporte e exercício sobre imagem corporal e EAT-26 para avaliar o comportamento de risco para transtorno alimentar (Neves et al., 2016) um dos estudos usou os seguintes instrumentos: escala de autoestima de Rosenberg, escala de satisfação com a aparência muscular (MASS) e questionário para avaliação da influência das mídias sociais para verificar a frequência e o uso (Bellini et al., 2021); outros estudos analisaram o uso da mídia social e os sentimentos que causam nos atletas (Birkner & Nölleke, 2016; Frisby & Wanta, 2018; Gruettner et al., 2020; Striblea & Neamtu, 2018).

Já os resultados gerados dos estudos considerados, as redes sociais propiciam efeitos na auto eficácia dos atletas, mas depende do uso e da frequência. Já o uso de jornais e da internet reduziu os sentimentos de estresse entre os atletas e esse dado talvez se explique pelo uso dos meios de comunicação como diversão e alternativa para alívio de pressões (Frisby & Wanta, 2018). Em outro estudo, as equipes médicas multidisciplinares podem vir a se tornar defensoras de interações saudáveis entre os atletas e a mídia (Sanders et al., 2023) e no estudo de Gruettner et al. (2020) o elevado uso das redes têm um impacto negativo no desempenho dos atletas.

No estudo de Striblea e Neamtu (2018) os atletas não veem a mídia como um catalisador ou desmotivador, mas como um fator principal na construção de um relacionamento com o público. Já Gorrell (2023), ao analisar as perspectivas dos atletas e treinadores nas redes sociais, percebeu que os atletas estão cientes que as pessoas os vêem e têm certas dificuldades em regular as informações nas redes. A autora sugere que a relação treinador-atleta corre o risco de se tornar menos eficaz, visto que há menos valor dado às interações dentro do ambiente físico.

O estudo de Birkner & Nölleke (2016) traz descobertas sobre o importante e transformador papel da mídia para os sistemas esportivos do ponto de vista do atleta, em que por um lado os atletas refletem que seu rendimento dependem da cobertura midiática, o que é um fator positivo advindo da mídia. Por outro lado, queixam-se da onipresença dos meios de comunicação, trazendo um sentimento de injustiça pela imprensa sensacionalista.

Por último, dois estudos focam na exposição de atletas meninas e mulheres à influência das mídias e como isso se reflete em seu comportamento. O primeiro estudo, de Smith (2016), traz como resultado que ocorre menos auto-objetificação e maior satisfação corporal quando imagens de atletas de alto nível são visualizadas pelo público de meninas e mulheres, devendo, então, haver mais dessas imagens na grande mídia. Agora o estudo brasileiro de Neves et al. (2016) apresentou 12,4% de variância de comportamento de risco para transtorno alimentar em atletas de ginástica artística em relação à exposição às mídias e 17,6% para as de alto rendimento.

## **Conclusão**

A relação das mídias com os atletas de rendimento permite analisar conceitos frutíferos nos estudos sobre psicologia e esporte. Os estudos encontrados neste levantamento sinalizaram questões positivas e negativas que permeiam a relação psicologia, atleta e mídias. Além disso, há diferentes pontos de vista sobre seu papel na vida e desempenho dos atletas, além da sua influência na psique dos mesmos.

Os fatores que foram de maior consenso entre os autores selecionados são o de que a frequência com que o atleta faz uso das redes sociais e outras mídias e a forma como as utiliza impactam a sua carreira profissional quanto a questões psicológicas. Usando as mídias a seu favor, os atletas podem trazer muitos benefícios para sua carreira profissional, como distração da pressão, confiança resultante de cobertura midiática positiva a seu respeito, diversão e entretenimento, aproximação com o público, entre outros. No entanto, a frequência excessiva de consumo da mídia pode trazer muitos malefícios, tais como estresse, sobrecarga no sono, falta de atenção e concentração, excesso de comparação, baixa autoestima, entre outros.

Fato é que muitos atletas são assessorados quanto ao uso de redes sociais, em razão dos interesses de *marketing*, etc. Em geral, diante de um tema tão importante, poucos estudos encontrados sinalizam a necessidade de um maior investimento de pesquisa neste tema, expandindo e agregando ao debate da saúde mental de atletas diante do paradigma do ciberespaço.

## **Referências**

- Abeza, G., O'Reilly, N., Séguin, B., & Nzindukiyimana, O. (2015). Social Media Scholarship in Sport Management Research: A Critical Review. *Journal of Sport Management*, 29(6), 601–618. <https://doi.org/10.1123/jsm.2014-0296>

- Adelman, M. (2003). Mulheres atletas: re-significações da corporalidade feminina. *Revista Estudos Feministas*, 11(2), 445–465.  
<https://doi.org/10.1590/s0104-026x2003000200006>
- Augusto, C. A., de Souza, J. P., Dellagnelo, E. H. L., & Cario, S. A. F. (2013). Pesquisa Qualitativa: Rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de transação em artigos apresentados nos congressos da Sober (2007-2011). *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 51(4), 745–764.  
<https://doi.org/10.1590/S0103-20032013000400007>
- Bellini, P., Fernandes, P. T. & Scarpato L. C. (2021). A influência das mídias sociais na autoimagem e na autoestima de atletas amadores de fisiculturismo. <https://proceedings.science/unicamp-pibic/pibic-2021/trabalhos/a-influencia-das-midias-sociais-na-autoimagem-e-na-autoestima-de-atletas-amadore?lang=pt-br#>
- Birkner, T., & Nölleke, D. (2016). Soccer players and their media-related behavior: A contribution on the mediatization of sports. *Communication and Sport*, 4(4), 367–384. <https://doi.org/10.1177/2167479515588719>
- Cilense, I. T. M., & Cavalcante, A. L. B. L. (2021). A direção de arte e a representação da mulher atleta na mídia. *Projetica*, 14(1), 1–31.  
<https://doi.org/10.5433/2236-2207.2023.v14.n1.42574>
- Figueiredo, T. H. (2019, jun, 13). A voz dos atletas: mídia e Jogos Paralímpicos no Brasil. *Mediapolis*, N.º 8 (2019): Media, comunicação e desporto.  
[https://doi.org/10.14195/2183-6019\\_8\\_6](https://doi.org/10.14195/2183-6019_8_6)
- Fonseca, J. J. S. (2002). Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, Apostila. Gil, AC. Métodos e técnicas de pesquisa social.
- Frisby, C. M., & Wanta, W. (2018). Media Hype and Its Influence on Athletic Performance. *Advances in Journalism and Communication*, 06(01), 1–18.  
<https://doi.org/10.4236/ajc.2018.61001>
- Gorrell, E. (2018, ago) The Impact of Social Media on Athletes' Self-Efficacy. <http://hdl.handle.net/10464/13673>
- Gorrell, E. (2023). Athletes vs. Coaches: Perspectives on Social Media. <http://hdl.handle.net/10464/18290>
- Gruettner, A., Vitisvorakarn, M., Wambsganss, T., Rietsche, R., & Back, A. (2020). The new window to athletes' soul - What social media tells us about athletes' performances. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, 2020-January, 2479–2488.

<https://doi.org/10.24251/hicss.2020.303>

- Lévy, P. C. (1999). *Cibercultura. Tradução de Carlos Irineu da Costa*. São Paulo, SP: Editora, 34(3).
- McGrath, J. (1981). Stress und Verhalten in Organisationen. In: Nitsch, J. Stress: Theorien Untersuchungen and Massnahmen. Bern/Stuttgart/Wien Hans Huber, p. 441-500.
- Neves, C. M., Filgueiras Meireles, J. F., Costa, J. L., Ramos Pereira, L. C., & Caputo Ferreira, M. E. (2016). Influência da mídia e comportamento alimentar de adolescentes atletas e não atletas de ginástica artística. *Revista Brasileira de Ciência e Movimento*, 24(2), 129–137. <https://doi.org/10.18511/rbcm.v24i2.6158>
- Ng T, Sanders H, Merrill S, Faustin M. (2024, ago, 09). Media's Effect on Athletes' Mental Health. *Clin Sports Med*, 43(1):187-198. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/37949511/>
- Nitsch, J. (1981). Stress: Theorien, Untersuchungen and Massnahmen. Bern/Stuttgart/Wien Hans Huber, p. 441-500.
- Nitsch, J. & Allmer, H. (1976). Entwurf eines Prozessmodells der Leistungsmotiverung. In: Nitsch, J. & Udriș, I. Beanspruchung im Sport. Bad Homburg: Limpert, p. 42-59.
- Oliveira, V. de. (2016). *Além das hashtags: a análise de imagens postadas por atletas no Instagram® e as diferenças relacionadas ao sexo*. <http://repositorio.unesp.br/handle/11449/137820> [http://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/137820/oliveira\\_v\\_me\\_rcla.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/137820/oliveira_v_me_rcla.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Samulski, D. (1995). *Psicologia do Esporte: teoria e aplicação prática*. 2 ed. Belo Horizonte: Imprensa Universitária, UFMG.
- Samulski D, Noce F, Chagas M. Estresse. In: Samulski D, editor. *Psicologia do esporte: um manual para a educação física, fisioterapia e psicologia*. São Paulo, SP: Manole, 2002.
- Samulski, D., & Noce, F. (2002). Perfil psicológico de atletas paraolímpicos brasileiros. *Revista Brasileira de Medicina Do Esporte*, 8(4), 157–166. <https://doi.org/10.1590/s1517-86922002000400005>
- Selye, H. (1981). Geschichute und Grundzüge des Stresskonzepts. In: Nitsch, J. Stress: Theorien, Untersuchungen and Massnahmen. Bern/Stuttgart/Wien: Hans Huber.
- Smith, L. R. (2016). What's the best exposure? Examining media representations of female athletes and the impact on collegiate athletes' self-objectification.

*Communication and Sport*, 4(3), 282–302.

<https://doi.org/10.1177/2167479515577080>

Striblea, C., & Neamțu, M. (2018). The Motivation of Professional Athletes and the Influence Exercised by the Media. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences* (pp. 343-351) <https://doi.org/10.15405/epsbs.2018.03.46>

Weinberg, R. & Gould, D. (1999). (Ed) *Foundations of sport and exercise psychology*. Champaign: Human Kinetics.