



**CENTRO DE ENSINO SUPERIOR DE ILHÉUS – CESUPI
PSICOLOGIA**

GUILHERME MARQUES SANTOS ANDRADE

**OS IMPACTOS DAS MÍDIAS SOCIAIS NO DESEMPENHO DOS
JOGADORES DE FUTEBOL**

ILHÉUS – BA

2024

GUILHERME MARQUES SANTOS ANDRADE

**OS IMPACTOS DAS MÍDIAS SOCIAIS NO DESEMPENHO DOS
JOGADORES DE FUTEBOL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade
de Ilhéus, como requisito de avaliação da disciplina TCC II.

Orientador (a): Prof. Me. Carla Patrícia Santos Araújo

ILHÉUS – BA

2024

LAUDA DE APROVAÇÃO

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) foi elaborado pelo acadêmico GUILHERME MARQUES SANTOS ANDRADE acompanhado pela professora orientadora e pelos professores membros da Banca Examinadora, sendo considerado aprovado.

Carla Patrícia Santos Araújo
Professora Orientadora
Mestra

Yasmin dos Santos
Professora membro
Especialista

Márcio Amorim
Professor membro

RESUMO

As mídias sociais estão se tornando cada vez mais predominantes na era pós-moderna, e essa tendência não é exceção no cenário esportivo. O objetivo deste estudo é avaliar os impactos das mídias sociais no desempenho dos jogadores de futebol, focando especificamente na relação entre a exposição das mídias sociais e a performance esportiva dos atletas. O presente estudo empregará uma metodologia de pesquisa qualitativa, pois tem seu foco em investigar minuciosamente e compreender em profundidade como as mídias sociais afetam o desempenho dos jogadores de futebol, examinando críticas, comentários e influências dessas plataformas de comunicação digital no contexto esportivo. Para a coleta de dados, utilizou-se pesquisas bibliográficas que procuram explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em artigos. Ao final desta pesquisa, espera-se que os leitores ampliem sua compreensão sobre como as mídias sociais influenciam a prática esportiva, tornando os atletas mais vulneráveis a situações desagradáveis, com potenciais consequências negativas para suas carreiras. A pesquisa visa não apenas aprofundar a compreensão dos impactos das mídias, mas também fornecer insights práticos para o desenvolvimento de estratégias mitigadoras, tanto para atletas quanto para instituições esportivas.

Palavras-chave: Redes sociais, Exposição midiática, Performance.

ABSTRACT

Social media is becoming increasingly prevalent in the postmodern era, and this trend is no exception in the sports landscape. The aim of this study is to evaluate the impacts of social media on the performance of football players, focusing specifically on the relationship between social media exposure and athletes' sports performance. This study employs a qualitative research methodology, as it focuses on thoroughly investigating and deeply understanding how social media affects football players' performance, examining critiques, comments, and influences of these digital communication platforms in the sports context. For data collection, bibliographic research was used to explain a problem based on theoretical references published in articles. At the end of this research, it is expected that readers will broaden their understanding of how social media influences sports practice, making athletes more vulnerable to unpleasant situations with potential negative consequences for their careers. The research aims not only to deepen the understanding of the impacts of social media but also to provide practical insights for the development of mitigating strategies for both athletes and sports institutions.

Keywords: Social networks, Media exposure, Performance

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6
2 MÉTODO	7
3 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	8
3.1 A Influência das mídias sociais no contexto dos jogadores de Futebol 8	
3.2 A Influência das mídias sociais na Interação dos Jogadores de Futebol.....	11
3.3 Mídias sociais e seus efeitos psicológicos e sociais nos atletas ..	15
3.4. O Papel do Psicólogo do Esporte no Desenvolvimento do Bem-Estar e Desempenho dos Jogadores de Futebol.....	17
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	21
REFERÊNCIAS	22

INTRODUÇÃO

Na era digital, a expansão das mídias sociais revolucionou diversas esferas da vida humana, incluindo o ambiente esportivo. Os jogadores de futebol, frequentemente colocados sob os holofotes globais, não estão imunes a essa transformação. A relevância das mídias sociais para os atletas vai além da simples comunicação; ela molda a percepção pública, gerencia crises de imagem e até mesmo afeta diretamente seu estado psicológico e desempenho em campo.

Através deste estudo, esperamos não apenas contribuir academicamente para o campo da psicologia do esporte, mas também fornecer insights práticos que possam auxiliar atletas e organizações esportivas a melhor gerenciar suas interações nas redes sociais. Assim, este artigo consiste em uma revisão bibliográfica cujo objetivo geral é compreender os impactos das mídias sociais no desempenho dos jogadores de futebol, focando especificamente na relação entre a exposição às mídias sociais e o desempenho esportivo dos atletas.

Como objetivos específicos, pretende-se analisar o papel das mídias sociais no contexto dos jogadores de futebol e a influência das plataformas digitais no ambiente esportivo. Além disso, visa-se investigar a dinâmica de interação entre os jogadores de futebol e as mídias sociais. Em seguida, busca-se examinar os efeitos psicológicos e sociais que a exposição constante às mídias sociais pode ter sobre os atletas. Por fim, objetiva-se explorar a função do psicólogo do esporte na mitigação dos impactos negativos das mídias sociais.

O presente estudo foi estruturado em seis seções. Iniciando com esta introdução, que contextualiza o tema e delinea a justificativa da pesquisa, segue-se com a metodologia, descrevendo o percurso investigativo adotado para alcançar os objetivos propostos. A seção de revisão bibliográfica apresenta o embasamento teórico da temática, seguida pela análise e discussão, onde são discutidos os resultados encontrados.

As considerações finais destacam as implicações práticas e teóricas do estudo, sugerindo direções para práticas psicológicas e futuras pesquisas. Por fim, a seção de referências lista os trabalhos e autores que fundamentaram a pesquisa.

2 MÉTODO

De acordo com Oliveira (2007), a pesquisa qualitativa procura descrever a complexidade de uma hipótese ou problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos experimentados por grupos sociais, apresentar contribuições no processo de mudança, criação ou formação de opiniões de determinado grupo, permitindo, em maior grau de profundidade, a interpretação das particularidades dos comprometimentos ou atitudes dos indivíduos.

Dito isso, o presente estudo empregará uma metodologia de pesquisa qualitativa, pois tem seu foco em investigar minuciosamente e compreender em profundidade como as mídias sociais afetam o desempenho dos jogadores de futebol, examinando as implicações, influências e efeitos dessas plataformas de comunicação digital no contexto esportivo.

A amostra alvo deste estudo foi composta por atletas de futebol que apresentaram uma grande exposição nas mídias sociais e que, como resultado, experimentaram uma diminuição em seu desempenho esportivo.

Para a coleta de dados, utilizou-se pesquisas bibliográficas que procuram explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em artigos.

3 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

3.1 A Influência das mídias sociais no contexto dos jogadores de Futebol

Diante da difusão e popularização dos meios de comunicação em massa, a Internet tem ganhado cada vez mais espaço, tornando-se um veículo impulsionador de autonomia aos seus usuários, estreitando a relação, até então das mídias convencionais, entre plateia e autores. No contexto atual, em vez de usar a internet exclusivamente como espectadores, para buscar notícias, informação ou cultura, os usuários passam a usá-la também como autores, de forma que passam a ser de fato a notícia, a informação e a cultura, segundo Keen (2007). Nesse cenário, é comum que os indivíduos se encontrem regularmente conectados uns aos outros, como apontam Oliveira e Frossard (2017). Essa crescente interatividade, proporcionada pelo crescimento das redes sociais, tem promovido transformações capazes de impactar diferentes usuários e diversos setores econômicos (Machado, 2015).

As redes sociais ganharam relevância com o advento da Web 2.0, que se referia a uma nova geração de aplicações na Web, nas quais, em sua essência, buscava permitir que os usuários fossem mais ativos, possibilitando a construção coletiva de conhecimento (O'Reilly, 2007). Contudo, a definição precisa do que são mídias sociais varia entre os autores. Para fins de desenvolvimento deste trabalho, o conceito de redes sociais a ser adotado considera estas como um tipo de mídia social que permite aos usuários se conectarem através da criação de perfis com informações pessoais, possibilitando a criação e a troca de conteúdos gerados pelos próprios usuários, promovendo assim interações contínuas (Boyd e Ellison, 2008; Kaplan e Haenlein, 2010).

Kaplan e Haenlein (2010) as definem como aplicações baseadas na Internet que utilizam a plataforma da Web e permitem a criação e a troca de conteúdo gerado pelos usuários. Hansen et al. (2011), no entanto, usam o termo de uma forma mais ampla para se referir a um conjunto de ferramentas online que apoiam a interação social, incluindo serviços como e-mail, blogs, microblogs, chats, sites de redes sociais, wikis, sites de compartilhamento de fotos e jogos multiplayer online. De maneira geral, o conceito contrasta com mídias tradicionais que fornecem

conteúdo massificado e não facilitam a criação ou o compartilhamento de informação entre os usuários – tais como a televisão, o rádio e o jornal.

Muitos tipos de mídia social encontram-se geralmente bem integrados e acessíveis através de tecnologias digitais como celulares, laptops, tablets e até mesmo vídeo games, conforme Heinrichs et al. (2011). Em função de os limites entre um tipo de mídia social e outro nem sempre serem discerníveis (por exemplo, o Facebook é um site de rede social que incorpora um mensageiro instantâneo e um serviço de compartilhamento de vídeos e fotos), eles são frequentemente vistos como um multimedium, segundo Tomasello et al. (2010), ou uma polymedia, conforme Madianou e Miller (2013). Por essa razão, alguns autores preferem estudar várias mídias sociais juntas ou em categorias amplas, como fazem Heinonen (2011) e Madianou e Miller (2013). Este trabalho segue essa mesma abordagem, abordando as mídias sociais mais como um grupo integrado de mídias com diferentes capacidades do que como um punhado de tecnologias discretas, porém reconhecendo diferenças na forma de uso e no impacto de cada uma conforme sua importância para os usuários.

O avanço das tecnologias de informação e comunicação, associado ao desenvolvimento da internet e à expansão dos seus serviços, altera nossas vidas diariamente, em diversas áreas. Uma das ramificações desse processo de virtualização da sociedade é observada no surgimento e expansão das mídias sociais. Neste sentido, Levy (2009, p. 11) contribui afirmando que há uma movimentação geral de virtualização que "afeta hoje não apenas a informação e a comunicação, mas também os corpos, o funcionamento econômico, os quadros coletivos da sensibilidade ou o exercício da inteligência".

A utilização das mídias sociais proporcionou diversas alterações em nossas vidas diárias. Ao mesmo tempo que muitas podem ser vistas de maneira positiva, como a facilidade de acesso à informação, outras são classificadas de maneira negativa, como a baixa qualidade destas (Bagnis et al., 2018). Além disso, a exposição virtual faz com que os atletas se tornem mais expostos a situações desagradáveis, o que permite afirmar que a utilização irresponsável das mídias sociais pode trazer consequências negativas para suas carreiras e vidas pessoais (Morão; Oliveira, 2018). No entanto, o uso dessas ferramentas pode ser altamente vantajoso, possibilitando a promoção pessoal do indivíduo, a atração de novos patrocinadores, a divulgação de notícias sem depender dos canais de comunicação

tradicionais, e uma maior interação entre o atleta e seus fãs, entre outros benefícios.

Com o avanço tecnológico, aprimoramento na comunicação e o crescimento das plataformas de mídias sociais, os mais variados contextos se modificaram e seus impactos foram percebidos; isso não é diferente no cenário esportivo (Morão; Oliveira, 2018). As mídias sociais podem influenciar a prática esportiva, possibilitando ao atleta enfrentar dificuldades em focar sua atenção e concentração em tarefas (Moioli, 2013). Morão e Oliveira (2018) acrescentam também sobre a exposição virtual dos atletas, que se tornam mais expostos a situações desagradáveis, o que permite afirmar que as mídias podem desencadear consequências negativas para a carreira e vida pessoal do jogador.

Com as mídias sociais, permite-se que os torcedores e fãs compartilhem mensagens e postagens a respeito dos jogadores. Algumas dessas postagens são anônimas, um bom exemplo disso é o uso de fake (perfil falso). Isso possibilita uma certa liberdade aos usuários com essa conduta de publicarem o que quiserem e alcançarem uma certa visibilidade. Com isso, os jogadores e outros atletas podem acabar sendo vítimas de violência e perseguição virtual (Morão; Oliveira, 2018).

Antes das mídias sociais, a interação entre jogadores de futebol e seus fãs era geralmente mediada por jornalistas e meios de comunicação tradicionais. Atualmente, jogadores podem usar suas contas no Instagram, Twitter, Facebook e outras plataformas para falar diretamente com os fãs, compartilhando aspectos de suas vidas pessoais e profissionais.

As redes sociais oferecem a torcedores e entusiastas a oportunidade de expressar suas opiniões sobre jogadores através de mensagens e publicações, frequentemente sob anonimato, como é o caso do uso de perfis falsos. Essa prática confere aos usuários a liberdade de divulgar suas visões sem restrições, alcançando notoriedade em alguns casos. No entanto, essa liberdade pode ter um lado negativo, pois expõe jogadores e outros atletas a formas de violência e perseguição virtual, conforme destacado por Morão e Oliveira (2018).

A exposição pode vir a ser uma armadilha. Segundo Alcântara (2013), existe a possibilidade de aproximação e não se sabe quando algo será usado contra nós. Moioli (2013) ressalta que a visibilidade viabiliza invasões por outras pessoas, a partir do uso dessas tecnologias. Além disso, é comum que torcedores invadam as

redes sociais online dos atletas para cobrar bons desempenhos, criando muitas vezes este tipo de problema.

Apesar disso, a frequência destes acontecimentos não é muito elevada, uma vez que está diretamente relacionada com o rendimento dos atletas, que fica mais evidente em partidas, que ocorrem no máximo duas vezes por semana.

A maneira como o futebol é reportado e discutido também mudou com as mídias sociais. Jornalistas e analistas agora usam essas plataformas para divulgar rapidamente informações, oferecer análises em tempo real e interagir diretamente com os fãs. Isso tornou a cobertura esportiva mais dinâmica e acessível.

3.2 A Influência das mídias sociais na Interação dos Jogadores de Futebol

Jogadores de futebol são figuras emblemáticas do esporte, sujeitos a uma constante exposição tanto dentro quanto fora dos campos. As vidas desses atletas são meticulosamente escrutinadas por uma audiência global e diversificada, que inclui fãs, adversários, a imprensa esportiva, críticos e colegas. Um exemplo claro dessa dinâmica ocorre quando os jogadores utilizam as redes sociais para informar sobre lesões, transferências de clubes ou até para compartilhar aspectos de suas vidas pessoais e momentos de lazer.

As mídias sociais transformaram a comunicação interpessoal no futebol, permitindo que jogadores, clubes e fãs interajam de maneira mais direta e pessoal. Este avanço tecnológico reconfigurou as dinâmicas sociais, impactando as relações e a forma como as informações são compartilhadas e percebidas.

Anteriormente, a imagem e as notícias sobre jogadores eram filtradas e distribuídas principalmente pela mídia tradicional e pelos próprios clubes. Hoje, figuras como Cristiano Ronaldo e Lionel Messi utilizam plataformas como Instagram e Twitter para se comunicarem diretamente com os fãs, o que demonstra uma significativa erosão do gatekeeping tradicional. Essa mudança permite que eles compartilhem aspectos de suas vidas pessoais e profissionais sem intermediários, alterando a maneira como são percebidos pelo público.

A teoria dos usos e gratificações, desenvolvida por Katz, Blumler e Gurevitch (1973), proporciona uma estrutura robusta para analisar como indivíduos utilizam as mídias sociais para satisfazer necessidades específicas. Esta teoria destaca que os

usuários são ativos na escolha de mídias que atendem às suas necessidades pessoais e sociais. No contexto das celebridades do esporte, como Neymar Jr., as mídias sociais servem não apenas para entretenimento, mas também como ferramentas estratégicas para manutenção da relevância pública e engajamento direto com os fãs.

Neymar Jr. utiliza suas plataformas de mídia social para promover suas marcas pessoais e interagir com seus fãs, o que exemplifica a aplicação prática da teoria dos usos e gratificações. Ele ativamente escolhe conteúdos e formas de interação que não só reforçam sua imagem pública, mas também fortalecem sua influência e conexão com o público. Este comportamento está alinhado com a ideia de que as mídias são usadas para gratificar necessidades de integração social e pessoal, além de servirem como meio para a liberação de tensão e obtenção de prazer emocional e estético (Rubin, 2002; Palmgreen, 1984).

Sendo assim, a utilização das mídias sociais por figuras públicas como Neymar Jr. reflete uma abordagem estratégica para satisfazer diversas necessidades. Ele não apenas reforça sua imagem pública, mas também se engaja diretamente com sua base de fãs, evidenciando como a teoria dos usos e gratificações oferece insights valiosos sobre o consumo de mídia na era digital, revelando as complexas interações sociais e psicológicas que orientam a escolha e o uso da mídia.

Em contraste, na teoria da espiral do silêncio desenvolvida por Noelle-Neumann (1974), podemos compreender a relutância dos atletas em discutir temas controversos nas mídias sociais. Essa teoria propõe que indivíduos tendem a se abster de expressar opiniões que percebem ser minoritárias por receio do isolamento social e de repercussões negativas que possam impactar suas carreiras (Noelle-Neumann, 1974). Assim, a dinâmica das mídias sociais, reforçada por uma constante observação e avaliação pública, pode significativamente restringir a liberdade de expressão dos atletas, fazendo com que muitos optem pelo silêncio em vez de enfrentar potenciais contratemplos profissionais (Noelle-Neumann, 1974).

Baseando-se na teoria da autoapresentação de Goffman (1959), é possível analisar como figuras públicas, como o jogador Zlatan Ibrahimovic, utilizam plataformas de mídia social para moldar e gerenciar a percepção pública sobre si mesmos. Conforme Goffman (1959), indivíduos em diversas situações sociais atuam como atores em um palco, ajustando suas expressões e comportamentos para

projetar uma imagem desejável perante os outros. No caso de Ibrahimovic, ele escolhe projetar uma imagem de confiança e força em suas redes sociais, o que não apenas reforça sua marca pessoal, mas também estabelece expectativas que podem ser desafiadoras de manter constantemente.

Essa autoapresentação estratégica envolve tanto "expressões dadas" (verbais e intencionais) quanto "expressões emitidas" (não verbais e muitas vezes involuntárias), onde a autenticidade percebida dessas últimas pode impactar significativamente a credibilidade da imagem projetada (Goffman, 1959). Goffman (1959) enfatiza que o sucesso dessas interações não se baseia apenas na habilidade do indivíduo de se apresentar eficazmente, mas também na disposição dos outros em aceitar e sustentar a imagem projetada. Portanto, para um atleta celebridade como Ibrahimovic, as mídias sociais se tornam um palco crucial para o manejo de impressões, exigindo um equilíbrio cuidadoso entre mostrar-se autêntico e gerenciar as expectativas do público.

Durante a pandemia de COVID-19, a importância das interações nas comunicações sociais foi particularmente evidenciada, complementando as relações face a face que foram limitadas devido às restrições de saúde pública. Jogadores e outras personalidades públicas lideraram ao vivo no Instagram e outras plataformas para manter os fãs engajados, um exemplo claro de como as mídias sociais podem fortalecer comunidades de fãs na ausência de interações físicas. A Teoria da Gestão Coordenada do Significado (CMM), desenvolvida por Pearce (1985), oferece uma perspectiva útil para compreender como essas interações digitais contribuem para a construção de significados compartilhados e o fortalecimento de vínculos comunitários.

De acordo com o CMM, a comunicação é vista como um processo ativo pelo qual os participantes criam e gerenciam o significado através de suas interações (Pearce, 1985). No contexto das comunicações sociais durante a pandemia, isso significou que, mesmo à distância, os indivíduos puderam negociar e construir um sentido de comunidade e pertencimento. As histórias ao vivo dos jogadores funcionaram como episódios comunicativos em que os fãs não apenas consumiram conteúdo, mas participaram ativamente através de comentários e reações, colaborando na construção de uma narrativa coletiva.

Essas interações são reguladas por regras implícitas e explícitas que governam o comportamento online, destacando como a coordenação de significado

pode ocorrer mesmo sem contato físico direto. A teoria enfatiza como os contextos (culturais, relacionais, episódicos) moldam e são moldados pela comunicação. No caso das parcerias ao vivo, o contexto digital proporcionou um novo espaço para interações que permaneceram e até mesmo intensificaram os laços entre jogadores e fãs, apesar dos desafios impostos pelo isolamento social (Pearce, 1985).

As mídias sociais transformaram radicalmente a maneira como informações e notícias são disseminadas no mundo do futebol, impactando diretamente jogadores, clubes e fãs. Plataformas como Facebook, Twitter, Instagram e WhatsApp permitem que notícias sobre transferências, lesões ou performances se espalhem rapidamente, atingindo uma audiência global em questão de segundos.

Por exemplo, quando Cristiano Ronaldo transferiu-se para a Juventus, a notícia viralizou instantaneamente nas mídias sociais, alcançando milhões de fãs antes mesmo de ser amplamente reportada pela mídia tradicional (Vosoughi et al., 2018). Da mesma forma, Lionel Messi usa suas redes para compartilhar momentos pessoais e profissionais, influenciando tanto a percepção pública quanto a disseminação de informações relacionadas ao seu estado físico e transferências (Metzger & Flanagin, 2015).

Essa capacidade de compartilhamento peer-to-peer também apresenta desafios, como a disseminação de desinformação. Notícias falsas sobre lesões de jogadores ou rumores de transferências podem se espalhar rapidamente, muitas vezes sem verificação factual adequada (Lazer et al., 2018). Dito isso, é importante recordar o caso de Neymar, sobre rumores que frequentemente circulavam sobre seu retorno ao FC Barcelona, alimentados por compartilhamentos e comentários nas redes sociais, mesmo quando não há fundamentos sólidos por trás dessas especulações.

Além disso, os algoritmos que priorizam conteúdo com alto engajamento podem intensificar a disseminação de notícias falsas, criando bolhas de “filtro” que reforçam crenças pré-existentes dos fãs, levando a polarizações entre torcedores de diferentes clubes (Pariser, 2011).

Os jogadores também usam as mídias sociais para agir como jornalistas cidadãos, oferecendo uma visão interna de suas vidas e carreiras. Isso não só democratiza a produção de notícias sobre futebol, mas também oferece aos fãs perspectivas mais autênticas e pessoais (Joseph et al., 2019).

Em momentos de crise ou campanhas de caridade, jogadores como Marcus Rashford usam suas plataformas para mobilizar apoio significativo, demonstrando a eficácia das mídias sociais para comunicação rápida e mobilização em larga escala (Houston et al., 2018).

3.3 Mídias sociais e seus efeitos psicológicos e sociais nos atletas

As mídias sociais exercem um papel cada vez mais complexo e influente na vida dos atletas, afetando seus aspectos psicológicos e sociais. Essas plataformas oferecem uma rede de apoio social essencial para o bem-estar psicológico, especialmente durante períodos de competições intensas ou treinamentos árduos (Lundqvist, 2011; Sheridan et al., 2014). A interação social mediada pelas mídias sociais pode aumentar a autoestima e a resiliência dos atletas, ao prover suporte emocional e motivacional, bem como reconhecimento e feedback positivo (Rosen et al., 2013; Lundqvist, 2011; Sheridan et al., 2014). Além disso, as mídias sociais possibilitam aos atletas uma ferramenta poderosa para autoexpressão e engajamento público, permitindo-lhes construir e gerenciar suas próprias imagens públicas (Li et al., 2017; Mann et al., 2016).

Gledhill et al. (2017) apontam que o uso de mídias sociais também pode se tornar uma fonte significativa de estresse. A necessidade de manter uma imagem pública idealizada e a exposição constante a críticas podem aumentar o estresse psicológico e afetar a autoaceitação, contribuindo para uma percepção distorcida do próprio desempenho e habilidades. Moreland et al. (2018) contribuem dizendo que, quando os atletas enfrentam a pressão para manter uma imagem positiva e atrativa nas redes sociais, isso pode aumentar os níveis de ansiedade e impactar negativamente o desempenho. Adicionalmente, Elbe et al. (2005) afirmam que a comparação social, frequentemente exacerbada por essas plataformas, pode diminuir a autoestima e elevar a ansiedade, principalmente entre atletas jovens que estão em processo de formação de identidade.

O apoio emocional e motivacional proveniente de interações nas mídias sociais pode melhorar significativamente a autoestima e a resiliência dos atletas (Rosen et al., 2013). Ivarsson et al. (2017) destacam a importância do suporte social no manejo do estresse e na prevenção de lesões em atletas, sublinhando que uma rede de apoio forte pode mitigar os efeitos do estresse. Contudo, as mídias sociais

também ampliam as críticas e o escrutínio público, desafios estes que se intensificam em períodos de baixo desempenho ou lesões (Williams; Andersen, 1998). Gould e Udry (1994) também apoiam essa visão de Williams e Andersen, destacando em sua pesquisa como as percepções negativas podem levar a respostas ao estresse mais prejudiciais.

Além disso, um estudo americano realizado por Zhang, Tang e Liu (2023) evidencia os riscos do cyberbullying, que pode comprometer drasticamente o bem-estar psicológico, causando problemas como isolamento social, ansiedade e outros distúrbios de saúde mental, impactando negativamente no desempenho e na qualidade de vida dos atletas (Ybarra et al., 2007).

O ambiente motivacional dentro das equipes pode ser afetado positiva ou negativamente pela dinâmica das mídias sociais. Interações positivas online podem fortalecer a solidariedade e o apoio entre colegas, enquanto interações negativas ou competitivas podem criar um ambiente tóxico, prejudicando a coesão da equipe e o bem-estar dos jogadores (Alvarez et al., 2012; Ntoumanis et al., 2012).

Em um estudo publicado em 2014 e dirigido por Garrett Bireline, é examinado como os atletas utilizam as mídias sociais e como isso afeta suas experiências pessoais e percepções. O artigo aborda os benefícios e desafios do uso dessas plataformas, incluindo o suporte social, a pressão para manter uma imagem pública e os impactos emocionais associados. O artigo discute o quanto essas plataformas midiáticas influenciam a interação dos atletas universitários com as mídias sociais, uma questão multidimensional que afeta não apenas a forma como eles são percebidos publicamente, mas também a maneira como eles se percebem e se relacionam em seus ambientes sociais e esportivos.

Este fenômeno, ao proporcionar plataformas para expressão de identidade e comunicação, também gera desafios significativos relacionados à privacidade, gestão de imagem e pressões psicológicas, conforme destacado por Smith et al. (2010) e Vlahovic et al. (2012). Os atletas enfrentam um escrutínio constante, amplificado pela natureza imediata e onipresente das redes sociais. A imagem que apresentam nessas plataformas pode tanto elevar seu status quanto sujeitá-los a críticas duras e, às vezes, injustas, particularmente em momentos de performance subótima ou erros em competições. Este cenário é complicado pela necessidade de equilibrar suas responsabilidades como estudantes, o que Duggan e Brenner (2013)

notam ser uma pressão adicional que pode exacerbar o estresse e impactar o bem-estar mental.

Marwick e Boyd (2011) discutem como as mídias sociais incentivam uma "performance performativa", onde os usuários sentem a necessidade de se apresentar de forma estratégica para satisfazer as expectativas de uma audiência. Para atletas universitários, isso muitas vezes significa apresentar uma imagem de força, competência e infalibilidade, o que pode estar em desacordo com suas experiências e sentimentos reais. Esse desalinhamento entre a persona online e a identidade real pode levar a um conflito interno e afetar a autenticidade, resultando em um aumento do estresse e diminuição da satisfação pessoal.

A transparência e a visibilidade que as mídias sociais fornecem também têm um duplo efeito sobre a coesão da equipe. Por um lado, podem promover um senso de comunidade e apoio entre os atletas; por outro, podem ser fontes de conflitos e mal-entendidos se as postagens forem interpretadas de maneira errada ou se surgirem competições sobre quem recebe mais atenção ou reconhecimento online. Williams (1994) indica que essa dinâmica pode influenciar profundamente a dinâmica de equipe, impactando tanto positiva quanto negativamente o ambiente esportivo.

3.4. O papel do psicólogo do esporte no desenvolvimento do bem-estar e desempenho dos jogadores de futebol

O papel do psicólogo do esporte é essencial no desenvolvimento do bem-estar psicológico e no desempenho dos atletas, particularmente entre os jogadores de futebol. Segundo Hoare et al. (2022), os atletas de alto desempenho enfrentam tanto riscos universais quanto específicos relacionados ao esporte para a saúde mental, como pressões de desempenho, escrutínio nas mídias sociais e risco de lesões físicas. Jogadores de futebol de alto desempenho, além desses riscos, também enfrentam os desafios do período de desenvolvimento da adolescência e início da vida adulta, tornando a prevenção e a promoção da saúde mental crucial para este grupo.

A promoção do bem-estar psicológico no esporte competitivo é fundamental para o desempenho e a longevidade da carreira esportiva dos jogadores de futebol (Lundqvist, 2011). O psicólogo do esporte desempenha um papel vital na criação de

um clima motivacional positivo e no fortalecimento das relações interpessoais entre atletas, treinadores e familiares. Estas relações, quando bem desenvolvidas, contribuem significativamente para a autoaceitação e o senso de propósito dos jogadores de futebol, fatores essenciais para seu crescimento pessoal e desempenho atlético (Reverberi et al., 2020). Para isso, estratégias como a promoção de emoções positivas e o engajamento dos atletas em atividades que os mantenham focados no presente são fundamentais (Seligman, 2018).

A relação entre o atleta e o treinador é especialmente importante para o bem-estar e o desempenho esportivo. Treinadores que mantêm uma relação de proximidade emocional com seus atletas promovem um clima de apoio que melhora tanto o desempenho quanto o bem-estar geral dos atletas (Jowett et al., 2012). A motivação e o engajamento dos atletas são positivamente influenciados por um ambiente de treinamento que valoriza o esforço e a melhoria contínua (Bruner et al., 2014). O psicólogo do esporte também atua como mediador dessas relações e implementa estratégias que promovem a resiliência e a capacidade de enfrentamento dos jogadores de futebol diante de desafios e transições na carreira esportiva.

Os pais também desempenham um papel crucial no desenvolvimento esportivo dos jogadores de futebol, e o psicólogo do esporte pode trabalhar com eles para fomentar um clima motivacional que valorize a aprendizagem e o esforço, ao invés de apenas o sucesso competitivo. Estudos mostram que um clima motivacional promovido pelos pais está fortemente associado à autoestima, à motivação autônoma e à redução da ansiedade entre os jogadores de futebol (O'Rourke et al., 2014). A criação de um ambiente familiar que apoie a participação esportiva dos jogadores de maneira saudável e positiva é essencial para que eles possam equilibrar as demandas esportivas e acadêmicas, além de manter um desenvolvimento psicológico saudável.

A pressão para o sucesso e as expectativas elevadas podem ser fatores de estresse significativo para os jogadores de futebol, especialmente em níveis competitivos mais altos. O psicólogo do esporte pode ajudar a gerenciar essas pressões, fornecendo suporte emocional e estratégias de enfrentamento para lidar com o estresse e a ansiedade (DiFiori et al., 2014). A transição de uma carreira esportiva júnior para uma carreira sênior é um momento crítico que pode ser particularmente desafiador, e o suporte psicológico adequado pode facilitar essa

transição, promovendo um ajuste mais saudável e sustentável ao longo da carreira do atleta (Wylleman et al., 2013). Além disso, o desenvolvimento de habilidades de enfrentamento e resiliência é crucial para ajudar os atletas a lidar com o estresse competitivo (Longshore & Sachs, 2015).

O psicólogo do esporte desempenha um papel importante na prevenção e intervenção em problemas de saúde mental. A prática esportiva, embora benéfica, pode às vezes levar a sentimentos de desconforto e exaustão se não for bem gerenciada. A intervenção precoce e o suporte contínuo são cruciais para garantir que os jogadores de futebol mantenham uma saúde mental positiva e evitem o burnout (Bergeron et al., 2015). O desenvolvimento de programas de bem-estar psicológico específicos para jogadores de futebol pode incluir a promoção de habilidades de enfrentamento, resiliência e técnicas de relaxamento que ajudam a mitigar os efeitos negativos do estresse competitivo.

A construção de uma identidade positiva e saudável é outro aspecto importante do trabalho do psicólogo do esporte. Durante a adolescência, os jovens estão em um processo crítico de formação de identidade, e o esporte pode desempenhar um papel significativo nesse processo. O psicólogo do esporte pode ajudar os jogadores de futebol a integrar suas identidades esportivas com outras áreas de suas vidas, promovendo um senso de equilíbrio e autocompreensão (Larson et al., 2019). Isso é particularmente importante para evitar a sobreidentificação com o papel de atleta, o que pode levar a dificuldades de ajustamento caso a carreira esportiva não prospere conforme o esperado.

O apoio do psicólogo esportivo também se estende à educação e ao desenvolvimento de habilidades de vida. Os jogadores de futebol frequentemente enfrentam desafios ao tentar equilibrar suas responsabilidades esportivas e acadêmicas. O psicólogo do esporte pode oferecer orientação sobre gerenciamento de tempo, estabelecimento de metas e desenvolvimento de habilidades de estudo, ajudando os atletas a manter um desempenho acadêmico satisfatório enquanto perseguem suas metas esportivas (Ntoumanis et al., 2012). Essa educação e desenvolvimento de habilidades de vida são fundamentais para a formação de um atleta completo e bem-sucedido, tanto dentro quanto fora do esporte.

O uso de mídias sociais pelos atletas é um fenômeno complexo e multifacetado que exerce uma influência significativa sobre sua vida psicológica e social. Enquanto essas plataformas proporcionam uma rede de apoio essencial, que

pode aumentar a autoestima, a resiliência e oferecer suporte emocional, elas também apresentam desafios consideráveis. A pressão para manter uma imagem pública idealizada e a exposição constante a críticas podem amplificar o estresse psicológico, afetar a autoaceitação e contribuir para uma percepção distorcida do desempenho e habilidades dos atletas.

A dinâmica das mídias sociais pode tanto fortalecer a coesão e a solidariedade dentro das equipes quanto criar um ambiente tóxico e competitivo que prejudica o bem-estar dos jogadores. Portanto, é crucial que atletas e suas equipes gerenciem ativamente a presença online para maximizar os benefícios enquanto minimizam os riscos.

Nesse contexto, o papel do psicólogo do esporte torna-se essencial. Esses profissionais são vitais na promoção do bem-estar psicológico dos atletas, ajudando-os a desenvolver estratégias de enfrentamento eficazes para lidar com as pressões das mídias sociais e do ambiente competitivo. Além disso, os psicólogos do esporte auxiliam no desenvolvimento de uma identidade equilibrada, prevenindo a sobreidentificação com o papel de atleta e promovendo um senso de autocompreensão que transcende o campo esportivo.

A integração dos esforços dos psicólogos do esporte com o apoio dos treinadores e dos pais pode criar um ambiente positivo que valoriza o esforço e o crescimento contínuo, tanto no aspecto esportivo quanto no pessoal. Com um suporte adequado, os atletas podem enfrentar os desafios das mídias sociais de forma saudável, mantendo seu bem-estar psicológico e desempenho esportivo em altos níveis.

Essa análise sublinha a importância de uma abordagem holística na gestão da carreira dos atletas, considerando tanto os benefícios quanto os desafios das mídias sociais. O equilíbrio entre autoexpressão e gerenciamento de imagem, combinado com um forte sistema de apoio, é fundamental para a saúde mental e o sucesso contínuo dos atletas no cenário competitivo contemporâneo.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho examinou os efeitos multifacetados das mídias sociais no desempenho dos jogadores de futebol, demonstrando que essas plataformas possuem tanto o potencial de elevar quanto de comprometer a carreira dos atletas. Através da revisão bibliográfica e análise qualitativa, foi identificado que a exposição nas mídias sociais pode afetar significativamente a saúde mental, a interação social, a gestão de crises e a imagem pública dos jogadores.

Destaca-se que, enquanto as mídias sociais facilitam uma comunicação direta e personalizada entre atletas e fãs, elas também expõem os jogadores a uma pressão pública intensa e contínua. Este aspecto dual das mídias sociais sugere a necessidade de uma gestão cuidadosa, onde estratégias eficazes de comunicação digital se tornam cruciais para mitigar os impactos negativos.

A pesquisa contribui para o campo da psicologia do esporte ao enfatizar a importância do suporte psicológico e da educação midiática para atletas, ajudando-os a navegar melhor no complexo ambiente das mídias sociais. Além disso, os insights obtidos podem orientar as instituições esportivas na criação de programas de treinamento e políticas que protejam e melhorem o bem-estar e o desempenho dos jogadores.

Futuras pesquisas podem expandir este estudo ao explorar intervenções específicas que os clubes podem implementar para apoiar os atletas no manejo de sua presença online e no enfrentamento das pressões decorrentes da exposição nas redes sociais. Além disso, estudos longitudinais poderiam fornecer uma compreensão mais aprofundada dos efeitos a longo prazo da exposição às mídias sociais no desempenho atlético e na trajetória de carreira dos jogadores.

Em conclusão, à medida que a digitalização continua a moldar o cenário esportivo, torna-se imperativo que tanto os atletas quanto as organizações esportivas estejam equipados para usar as mídias sociais de maneira que promova o sucesso atlético e pessoal, ao mesmo tempo em que minimiza os riscos associados à sua utilização.

REFERÊNCIAS

- ALCÂNTARA, C. **Cumplicidade Virtual**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2013.
- ALVAREZ, M. S. et al. O clima motivacional criado pelo treinador, o bem-estar dos jovens atletas e as intenções de continuar a participar. *Journal of Clinical Sport Psychology*, v. 6, n. 2, p. 166-179, 2012.
- BAGNI, G.; MORÃO, K. G.; VERZANI, R. H.; MACHADO, A. A. Jovens atletas e as mídias sociais.
- BERGERON, M. F. et al. The young athlete: health-related issues and management. *British Journal of Sports Medicine*, v. 49, n. 15, p. 1170-1176, 2015.
- BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 13, n. 1, p. 210-230, 2008.
- BRUNER, M. W. et al. The relationship between team cohesion and team success in elite sport. *Journal of Sports Sciences*, v. 32, n. 2, p. 138-148, 2014.
- DIFIORI, J. P. et al. Overuse injuries and burnout in youth sports: a position statement from the American Medical Society for Sports Medicine. *British Journal of Sports Medicine*, v. 48, n. 4, p. 287-288, 2014.
- DUGGAN, M.; BRENNER, J. The demographics of social media users-2012. Pew Research Center's Internet & American Life Project. Disponível em: <http://pewinternet.org/Reports/2013/Social-media-users.aspx>. Acesso em: 14 fev. 2013.
- ELBE, A.; SZYMANSKI, B.; BECKMANN, J. O desenvolvimento da volição em jovens atletas de elite. *Psychology of Sport and Exercise*, v. 6, p. 559-569. doi: 10.1016/j.psychsport.2004.07.004, 2005.
- GLEDHILL, A.; HARWOOD, C.; FORSDYKE, D. Fatores psicossociais associados ao desenvolvimento de talentos no futebol: uma revisão sistemática. *Psychology of Sport and Exercise*, v. 31, p. 93-112. doi: 10.1016/j.psychsport.2017.04.002, 2017.
- GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Anchor Books, 1959.
- GOULD, D.; UDRY, E. Habilidades psicológicas para melhorar o desempenho: estratégias de regulação da excitação. *Medicine and Science in Sports and Exercise*, v. 26, p. 478-485, 1994.
- GRINBERG, N. et al. Notícias falsas no Twitter durante as eleições presidenciais dos EUA em 2016. *Ciência*, v. 363, n. 6425, p. 374-378. <https://doi.org/10.1126/science.aau2706>, 2019.

HANSEN, D.; SHNEIDERMAN, B.; SMITH, M. A. **Analyzing Social Media Networks with NodeXL: Insights from a Connected World**. Burlington: Morgan Kaufmann, 2011.

HEINONEN, K. Consumer activity in social media: Managerial approaches to consumers' social media behavior. *Journal of Consumer Behaviour*, v. 10, n. 6, p. 356-364. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1002/cb.376>, 2011.

HEINRICHS, J. H.; LIM, J. S.; LIM, K. S. Influence of social networking site and user access method on social media evaluation. *Journal of Consumer Behaviour*, v. 10, n. 6, p. 347-355. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1002/cb.377>, 2011.

HOARE, E.; COUSTON, N.; HALL, K. Case Report: An Application of Wellbeing Science for the Development of Adolescent High-Performance Athletes in the Australian Football League. *Frontiers in Psychology*, v. 13. DOI: 10.3389/fpsyg.2022.856241, 2022.

HOUSTON, J. B. et al. The twitterization of journalism: User perceptions of news tweets. *Journalism*, v. 21, n. 5, p. 614-632. <https://doi.org/10.1177/1464884918764454>, 2018.

IVARSSON, A. et al. Fatores psicossociais e lesões esportivas: meta-análises para previsão e prevenção. *Medicina Esportiva*, v. 47, p. 353-365. doi: 10.1007/s40279-016-0578-x, 2017.

JOWETT, S.; TIMSON-KATCHIS, M. Social networks in sport: Parental influence on the coach-athlete relationship. *The Sport Psychologist*, v. 19, n. 3, p. 267-287, 2012.

KAPLAN, A. M.; HAENLEIN, M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, v. 53, n. 1, p. 59-68, 2010.

KATZ, E.; BLUMLER, J. G.; GUREVITCH, M. Utilização da comunicação de massa pelo indivíduo. In: BLUMLER, J. G.; KATZ, E. (Eds.). **Os usos das comunicações de massa: Perspectivas atuais na pesquisa sobre gratificações**. Beverly Hills, CA: Sage, p. 19-32, 1974.

KEEN, A. **O culto do amador: como blogs, MySpace, Youtube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

LAZER, D. M. et al. A ciência das notícias falsas. *Ciência*, v. 359, n. 6380, p. 1094-1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>, 2018.

LENHART, A. et al. Social media & mobile internet use among teens and young adults. Pew Research Center's Internet & American Life Project. Disponível em: <http://pewinternet.org/Reports/2010/Social-Media-and-Young-Adults.aspx>. Acesso em: 3 fev. 2010.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2009.

LI, H. et al. Ansiedade na pré-temporada e sintomas depressivos e risco potencial de lesões em atletas universitários. *American Journal of Sports Medicine*, v. 45, p. 2148-2155. doi: 10.1177/0363546517702847, 2017.

LONGSHORE, K.; SACHS, M. L. Mindfulness training for coaches: A mixed-method exploratory study. *Journal of Clinical Sport Psychology*, v. 9, n. 2, p. 116-137, 2015.

LUNDQVIST, C. Bem-estar nos esportes competitivos – o fator de bem-estar? Uma revisão da consideração conceitual do bem-estar. *International Review of Exercise and Sport Psychology*, v. 4, p. 109-127. doi: 10.1080/1750984X.2011.584067, 2011.

LUNDQVIST, C. Well-being in competitive sports—The feel-good factor? A review of conceptual considerations of well-being. *International Review of Sport and Exercise Psychology*, v. 4, n. 2, p. 109-127, 2011.

MACHADO, D. F. C. Fotografias de viagens nas redes sociais: um estudo sobre os efeitos da visualização de fotografias na imagem do destino e na intenção futura de visita. 2015. 233 f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

MADIANOU, M.; MILLER, D. Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication. *International Journal of Cultural Studies*, v. 16, n. 2, p. 169-187. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1177/1367877912452486>, 2013.

MANN, J. B. et al. Efeito do estresse físico e acadêmico sobre doenças e lesões em jogadores de futebol universitário da primeira divisão. *Journal of Strength and Conditioning Research*, v. 30, p. 20-25. doi: 10.1519/JSC.0000000000001055, 2016.

MARWICK, A.; BOYD, D. I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, v. 13, n. 1, p. 114-133, 2011.

MOIOLI, A. A Relação das Novas Mídias de Comunicação e o Esporte: rupturas e conflitos para a formação moral a partir da representação social do futebol. Tese (Doutorado) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Instituto de Biociências de Rio Claro, 2013.

MORÃO, K. G.; OLIVEIRA, V. A exposição dos atletas diante das novas mídias digitais. In: ARONI, A. L. **A relação das novas mídias de comunicação e o esporte: rupturas e conflitos para a formação moral a partir da representação social do futebol**. Tese (Doutorado) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Instituto de Biociências de Rio Claro, 2013.

MORELAND, J. J. et al. Utilização de serviços de saúde mental por atletas universitários: uma revisão sistemática de conceituações, operacionalizações, facilitadores e barreiras. *Journal of Sport Health Science*, v. 7, p. 58-69. doi: 10.1016/j.jshs.2017.04.009, 2018.

NOELLE-NEUMANN, E. A. Espiral do Silêncio: Uma Teoria da Opinião Pública. *Revista de Comunicação*, v. 24, n. 2, p. 43-51, 1974.

NToumanis, N. et al. A review of coaching effectiveness research in sport. *International Review of Sport and Exercise Psychology*, v. 1, n. 2, p. 66-84, 2012.

OLIVEIRA, G. C.; FROSSARD, M. S. A sociedade do espetáculo e o ato de fotografar nas viagens. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, v. 15, p. 261-272, 2017.

OLIVEIRA, S. L. **Tratado de Metodologia Científica: Projetos de Pesquisas, TGI, TCC, Monografias, Dissertações e Teses**. Pioneira, 2007.

O'REILLY, T. What is Web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software. *Design*, v. 65, p. 17-37, 2007.

O'ROURKE, D. J. et al. Parental support and pressure and children's motivational orientations in youth sport: A review of research. *Psychology of Sport and Exercise*, v. 15, n. 2, p. 161-171, 2014.

PALMGREEN, P. A abordagem de usos e gratificações. In: BRYANT, J.; ZILLMANN, D. (Eds.). **Efeitos da mídia: Avanços na teoria e na pesquisa**. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, p. 255-281, 1984.

PARISER, E. **The filter bubble: what the Internet is hiding from you**. New York: Penguin Press, 2011.

PASQUETTO, I. et al. Combatendo a desinformação: o que os pesquisadores poderiam fazer com os dados das mídias sociais. *Revisão de desinformação da Harvard Kennedy School (HKS)*. Disponível em: <https://doi.org/10.37016/mr-2020-49>, 2020.

PEARCE, W. B. Scientific research methods in communication studies and their implications for theory and research. In: BENSON, T. (Ed.), **Speech communication in the 20th century**. Carbondale: Southern Illinois University Press, p. 255-281, 1985.

REVERBERI, A. et al. Self-compassion and sport: An intervention for female athletes. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, v. 42, n. 1, p. 18-30, 2020.

ROSEN, L. D. et al. A escala de atitudes e uso de mídia e tecnologia: uma investigação empírica. *Computers in Human Behavior*, v. 29, n. 6, p. 2501-2511. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.06.006>, 2013.

RUBIN, A. M. A perspectiva de usos e gratificações dos efeitos da mídia. In: BRYANT, J.; OLIVER, M. B. (Eds.). **Efeitos da mídia: Avanços na teoria e na pesquisa**. 3. ed. Nova York: Routledge, 2002.

SELIGMAN, M. E.P. **Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being**. New York: Free Press, 2018.

SHERIDAN, D.; CAFÉ, P.; LAVALLEE, D. Uma revisão sistemática do apoio social no desporto juvenil. *International Review of Exercise and Sport Psychology*, v. 7, p. 198-228. doi: 10.1080/1750984X.2014.931999, 2014.

TOMASELLO, T. K. et al. 'New media' research publication trends and outlets in communication, 1990–2006. *New Media & Society*, v. 12, n. 4, p. 531-548. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1177/1461444809342762>, 2010.

VLAHOVIC, T. A.; ROBERTS, S.; DUNBAR, R. Effects of duration and laughter on subjective happiness within different modes of communication. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 17, p. 436-450, 2012.

VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. A disseminação de notícias verdadeiras e falsas online. *Ciência*, v. 359, n. 6380, p. 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>, 2018.

WILLIAMS, J. M.; ANDERSEN, M. B. Antecedentes psicossociais de lesões esportivas: revisão e crítica do modelo de estresse e lesão. *Journal of Applied Sport Psychology*, v. 10, p. 5-25. doi: 10.1080/10413209808406375, 1998.

WILLIAMS, P. **The sports immortals: Deifying the American athlete**. Bowling Green, OH: Bowling Green State University Popular Press, 1994.

WYLLEMAN, P.; ALFERMANN, D.; LAVALLEE, D. Career transitions in sport: European perspectives. *Psychology of Sport and Exercise*, v. 4, n. 1, p. 7-20, 2013.

YBARRA, M. L.; ESPALAGE, D. L.; MITCHELL, K. J. A coocorrência de assédio na Internet e vitimização e perpetração de solicitação sexual indesejada: associações com indicadores psicossociais. *The Journal of Adolescent Health*, v. 41, n. 6, S31-S41, 2007.

ZHANG, C.; TANG, L.; LIU, Z. How social media usage affects psychological and subjective well-being: testing a moderated mediation model. *BMC Psychology*. Disponível em: <https://bmcp psychology.biomedcentral.com/articles/10.1186/s40359-023-01311-2>. Acesso em: 29 maio 2024, 2023.