

NARCISISMO E AUTOAVALIAÇÃO DE ATLETAS DE ALTA PERFORMANCE: UMA LEITURA PSICANALÍTICA DO DISPOSITIVO DAS MÍDIAS SOCIAIS

Prof. Dr. Odilon José Roble

Faculdade de Educação Física

Universidade Estadual de Campinas (FEF/UNICAMP)

Resumo

Esta comunicação propõe uma articulação teórica entre o conceito psicanalítico de narcisismo, tal como formulado por Freud, e o campo da ética esportiva, tendo como foco a autoavaliação de atletas de alta performance em contextos de exposição às mídias sociais. Argumenta-se que a circulação massiva da imagem do atleta nas plataformas digitais pode operar como um catalisador de dinâmicas narcísicas, produzindo distorções na percepção de si e enfraquecimento dos vínculos coletivos que sustentam a prática esportiva. Recorre-se à metapsicologia freudiana, à caracterização clínica da neurose narcísica e à literatura sobre cultura do narcisismo para fundamentar a hipótese de que as mídias sociais constituem um terreno propício à intensificação do sofrimento narcísico no esporte.

Palavras-chave: psicanálise; narcisismo; esporte; mídias sociais; ética esportiva.

Introdução

Esta comunicação tem como objetivo colocar em contato um conceito oriundo da Psicanálise com um campo consolidado da Filosofia do Esporte, o da ética esportiva. Trata-se, especificamente, do conceito de narcisismo, introduzido por Freud em texto seminal de 1914 e que, ao longo de mais de um século de apropriações clínicas e culturais, adquiriu tanto densidade metapsicológica quanto presença no vocabulário comum (FREUD, 2010). No senso comum, narcisismo costuma designar uma conduta autocentrada, marcada pela estima de si exagerada. A formulação psicanalítica, contudo, é consideravelmente mais complexa, constituída a partir de um arranjo específico entre ego e libido que possui desdobramentos

estruturais relevantes para o entendimento do sofrimento psíquico (LAPLANCHE; PONTALIS, 2001).

O esporte, fenômeno que mobiliza paixões e forças libidinais diversas, configura um domínio no qual a circulação de investimentos narcísicos é não apenas esperada, mas estruturalmente favorecida. A dinâmica competitiva, a exposição pública e a centralidade do corpo e da performance criam condições para que o narcisismo opere de forma intensa. O que esta comunicação se propõe a examinar é um agravante contemporâneo desse cenário: a presença massiva e praticamente inescapável das mídias sociais na vida dos atletas de alta performance, e as consequências que essa exposição pode ter sobre seus processos de autoavaliação.

Cabe explicitar, desde o início, os limites desta reflexão. Não se trata de um estudo empírico ou de uma intervenção de campo, mas de uma peça teórica que busca articular categorias psicanalíticas ao contexto esportivo contemporâneo, oferecendo um enquadramento conceitual que possa subsidiar investigações futuras. A proposição se inscreve no campo da Filosofia do Esporte e da Psicanálise aplicada ao esporte, dialogando com autores que sustentam a pertinência desse cruzamento disciplinar (ROBLE, 2024; BLACK et al., 2025).

Narcisismo: do mito à metapsicologia

A referência mítica do narcisismo é bem conhecida. Nas Metamorfoses de Ovídio, Narciso é um jovem de beleza extraordinária que, condenado pela profecia de Tirésias, somente poderá conhecer a si mesmo caso jamais contemple sua própria imagem. Ao deparar-se com seu reflexo nas águas de uma fonte, Narciso é capturado por uma fascinação que se revela mortal: a imagem que o seduz é a sua própria, e a impossibilidade de alcançá-la o condena à paralisia e à morte (OVÍDIO, 2017). A estrutura do mito já antecipa elementos centrais da formulação psicanalítica, quais sejam, a dependência do olhar externo, a angústia diante da impossibilidade de uma avaliação autônoma de si e o caráter mortífero da fixação na própria imagem.

Freud (2010) introduz o narcisismo como conceito metapsicológico em 1914, diferenciando um narcisismo primário, constitutivo do ego e necessário ao desenvolvimento psíquico, de um narcisismo secundário, no qual a libido anteriormente investida em objetos externos retorna ao ego. Essa distinção é fundamental: o narcisismo primário designa uma etapa do desenvolvimento libidinal na qual o ego se constitui como primeiro objeto de

investimento; o narcisismo secundário, por sua vez, assinala um movimento regressivo pelo qual a libido é retirada dos objetos e fixada no ego, configurando o que Freud denominará neurose narcísica. Green (1988) ampliou essa compreensão ao propor a dialética entre um narcisismo de vida, integrador e estruturante, e um narcisismo de morte, desintegrante e destrutivo, revelando que o narcisismo comporta tanto a possibilidade de coesão subjetiva quanto a de fragmentação.

A neurose narcísica, segundo a formulação freudiana, caracteriza-se pela fixação da libido no ego em detrimento de seu direcionamento a objetos externos. Kernberg (1975) contribuiu para o refinamento clínico dessa categoria ao descrever as oscilações típicas da personalidade narcísica entre estados de grandiosidade e momentos de vazio e vergonha intensa, configurando o que se pode chamar de uma estrutura de dupla imagem. O sujeito narcísico transita entre a inflação e o esvaziamento de si, entre a idealização e a depreciação, produzindo um regime de autoavaliação profundamente instável. É precisamente essa instabilidade que merece atenção quando transposta para o contexto do atleta de alta performance.

O atleta entre o campo e a tela: mídias sociais e autoavaliação

O ambiente interno de uma equipe esportiva de alto rendimento foi, historicamente, um espaço de avaliação especializada. O desempenho do atleta era mensurado por indicadores técnicos, táticos e físicos sob o controle de treinadores, preparadores e comissões técnicas. Os circuitos de feedback eram relativamente restritos e qualificados, mesmo quando a torcida e a imprensa exerciam influência externa. Esse quadro sofreu uma transformação substantiva com a massificação das mídias sociais. Estudos recentes sobre a autoapresentação de atletas nas plataformas digitais confirmam que a presença em redes como Instagram, X (antigo Twitter) e TikTok tornou-se praticamente hegemônica, não apenas como estratégia de gestão da imagem pública, mas como componente central da identidade atlética contemporânea (GEURIN-EAGLEMAN; BURCH, 2016).

É compreensível que os atletas percebam na consolidação de uma figura pública influente a possibilidade de melhores patrocinadores e contratos comerciais. Esta comunicação não se propõe a argumentar em torno de qualquer fantasia de eliminação das mídias sociais da equação esportiva. Tampouco parece razoável reduzir o papel dessas plataformas a uma única forma de influência. O que merece atenção, contudo, é que o processo de avaliação a que um atleta de alta performance costuma ser submetido pode estar

sendo significativamente contaminado por um fluxo de avaliação não especializada, não controlada e orientada por objetivos diversos. Em termos diretos: parece bastante provável que a autoavaliação dos atletas esteja sendo progressivamente moldada pela circulação de impressões sobre sua imagem nas mídias sociais, com a imagem do clube, do treinador e de companheiros de equipe exercendo, por extensão, influência comparável sobre a constituição de sua percepção de si.

Em termos psicanalíticos, esse cenário diz respeito diretamente ao conceito de narcisismo. A exposição contínua e massiva à própria imagem mediada pelas plataformas digitais replica, em escala amplificada, a estrutura do mito: o atleta se vê confrontado incessantemente com um reflexo de si que, tal qual a imagem na água, é ao mesmo tempo sedutor e inapreensível. A libido, que no contexto esportivo deveria encontrar parte significativa de seu destino em investimentos coletivos (o time, o projeto da equipe, os laços com companheiros e comissão técnica), pode ser desviada e fixada na imagem narcísica promovida e reiterada pelas redes sociais.

Dinâmicas narcísicas no esporte de alta performance

As consequências dessa fixação narcísica alimentada pelas mídias sociais podem ser analisadas em ao menos quatro dimensões.

Estrutura de dupla imagem:

A oscilação entre grandiosidade e vergonha, descrita por Kernberg (1975) como traço central da personalidade narcísica, encontra nas mídias sociais um dispositivo de reforço particularmente eficaz. É amplamente reconhecida a capacidade das redes de tanto exaltar quanto depreciar qualquer pessoa ou fato com velocidade e intensidade notáveis. A diversidade praticamente imoderada dos acessos e das avaliações, somada à tendência narcísica do sujeito, pode constituir essa estrutura de dupla imagem em um registro de ambivalência crônica e sofrida.

Relações de objeto exploratórias:

É produto típico das expectativas narcísicas a constituição de relações de objeto nas quais o sujeito não se sente amado como objeto de escolha, mas como um self especular,

alguém que só possui valor na medida em que reflete a personalidade ou os interesses do outro (GREEN, 1988). Transposta para o contexto das mídias sociais, essa dinâmica se manifesta na relação entre o atleta e seus seguidores. O atleta pode, inadvertidamente, ver-se clivado e explorado, submetido a um regime de demandas que não consegue atender, seja pela multiplicidade, seja pela diversidade. Cria-se uma cisão significativa entre a expectativa de que sua performance atlética seria suficiente para projetá-lo como sujeito desejado e a constatação de que ele só será valorizado na medida em que se converta em objeto de projeção dos interesses da audiência.

Enfraquecimento dos vínculos coletivos:

A fixação da libido no ego, que constitui o mecanismo central da neurose narcísica, implica necessariamente um empobrecimento do investimento libidinal em objetos externos. No contexto esportivo, esse empobrecimento pode se traduzir no enfraquecimento dos laços comuns que sustentam o funcionamento de uma equipe tais como a solidariedade tática, a confiança mútua, o comprometimento com um projeto coletivo. Essa dimensão é particularmente relevante para a ética esportiva, na medida em que autores como McNamee (2008) e Simon, Torres e Hager (2015) situam as virtudes cooperativas e os vínculos de reciprocidade no centro da experiência ética do esporte.

Dinâmica viciante:

A característica viciante do comportamento narcísico, na qual o sujeito se vê em uma busca incessante por validação que paradoxalmente o deixa cada vez menos satisfeito, encontra nas mídias sociais um potencializador expressivo. A literatura sobre o uso compulsivo de redes sociais documenta amplamente os mecanismos de reforço intermitente que sustentam o engajamento contínuo dos usuários (TWENGE; CAMPBELL, 2009). A conjunção de uma tendência narcísica com um dispositivo tecnológico estruturalmente orientado para a captura da atenção e a promoção da autorreferência constitui o que Lasch (1983), em sua análise cultural, antecipou como uma cultura do narcisismo, agora radicalizada pelas plataformas digitais.

Implicações para a ética esportiva

Se a Psicanálise nos permite identificar no narcisismo uma forma de sofrimento (e não apenas uma conduta autocentrada ou uma expressão de vaidade superficial), as consequências para a ética esportiva são relevantes. A percepção comum costuma esvaziar o sentido patológico do narcisismo, associando-o a uma autoestima elevada e, frequentemente, tratando-o com um misto de admiração e censura moral. O que a Psicanálise evidencia é que o narcisismo compromete estruturalmente a capacidade do sujeito de estabelecer relações de objeto consistentes, gerar avaliações de si minimamente estáveis e investir em projetos que ultrapassem os limites do ego. Quando essa condição se instala no interior de uma equipe esportiva de alta performance, os efeitos podem ser corrosivos tanto para o bem-estar psíquico do atleta quanto para a integridade ética das relações no interior da equipe.

A ética esportiva, em suas formulações mais consolidadas, apoia-se na ideia de que o esporte é uma prática social sustentada por valores como a cooperação, o respeito mútuo e a busca compartilhada pela excelência (SIMON; TORRES; HAGER, 2015). McNamee (2008) enfatiza que as virtudes esportivas são virtudes de caráter que se formam na prática e se expressam na relação com os outros. O narcisismo, na medida em que retira libido dos objetos e a fixa no ego, opera na contramão dessas virtudes: ele fragiliza o investimento no coletivo, distorce a autoavaliação e substitui a relação ética por uma busca compulsiva de validação.

Essa reflexão não pretende patologizar os atletas nem moralizar o uso das mídias sociais. Pretende, antes, oferecer um enquadramento conceitual que permita compreender certas dificuldades que podem emergir na autoavaliação e nas relações interpessoais no esporte de alta performance contemporâneo. A contribuição da Psicanálise, nesse sentido, consiste em identificar uma estrutura de sofrimento onde o olhar comum enxerga apenas conduta problemática ou déficit moral.

Considerações finais

Esta comunicação propôs uma articulação teórica entre o conceito psicanalítico de narcisismo e o campo da ética esportiva, tendo como eixo a autoavaliação de atletas de alta performance em contexto de exposição massiva às mídias sociais. A hipótese central sustenta que as plataformas digitais podem operar como catalisadores de dinâmicas narcísicas, amplificando a fixação da libido no ego e produzindo consequências adversas tanto para a saúde psíquica do atleta quanto para os vínculos coletivos que sustentam a prática esportiva.

Quatro dimensões dessa amplificação foram examinadas: a intensificação da estrutura de dupla imagem (grandiosidade e vergonha), a proliferação de relações de objeto

exploratórias, o enfraquecimento dos investimentos libidinais coletivos e o reforço da dinâmica viciante inerente ao comportamento narcísico. Cada uma delas encontra nas mídias sociais um terreno propício para sua radicalização.

Como peça teórica, esta comunicação teve a intenção de introduzir o assunto, convidando à reflexão sobre a autoavaliação de atletas de alta performance como possivelmente influenciada pelo dispositivo narcísico circulante nas mídias sociais. Investigações empíricas que possam testar e qualificar essas hipóteses constituem um desdobramento natural e necessário deste trabalho.

Referências

- BLACK, S., RONKAINEN, N., TÄNNSJÖ, T. et al. 2025. Psychoanalysis and Sport: A Scoping Review of Theoretical Foundations and Applied Perspectives. *Cogent Social Sciences*, 11 (1): 1–22.
- FREUD, S. 2010. Introdução ao narcisismo, ensaios de metapsicologia e outros textos (1914–1916). São Paulo: Companhia das Letras. (Obras Completas, vol. 12).
- GEURIN-EAGLEMAN, A. N.; BURCH, L. M. 2016. Communicating via Photographs: A Gendered Analysis of Olympic Athletes' Visual Self-Presentation on Instagram. *Sport Management Review*, 19 (2): 133–145.
- GREEN, A. 1988. *Narcissisme de vie, narcissisme de mort*. Paris: Les Éditions de Minuit.
- KERNBERG, O. 1975. *Borderline Conditions and Pathological Narcissism*. New York: Jason Aronson.
- LAPLANCHE, J.; PONTALIS, J.-B. 2001. *Vocabulário da Psicanálise*. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes.
- LASCH, C. 1983. *A cultura do narcisismo: a vida americana numa era de esperanças em declínio*. Rio de Janeiro: Imago. (Publicação original: 1979).
- McNAMEE, M. 2008. *Sports, Virtues and Vices: Morality Plays*. London: Routledge.
- OVÍDIO. 2017. *Metamorfoses*. Trad. Domingos Lucas Dias. São Paulo: Editora 34.
- ROBLE, O. J. 2024. Destiny of Drives and the Triangular Method: Starting Points for a Psychoanalytic Philosophy of Sport. *Sport, Ethics and Philosophy*, 18 (4): 449–465.
- SIMON, R.; TORRES, C.; HAGER, P. 2015. *Fair Play: The Ethics of Sport*. 4th ed. Boulder: Westview Press.
- TWENGE, J. M.; CAMPBELL, W. K. 2009. *The Narcissism Epidemic: Living in the Age of Entitlement*. New York: Free Press.