



SOCIAL REPRESENTATIONS ELEMENTS OF ATHLETE ON FACEBOOK

Ana Carla Crispim¹

Universidade Federal de Santa Catarina, Brazil

Cássia Roettgers

Universidade Federal de Santa Catarina, Brazil

Brigido Vizeu Camargo

Universidade Federal de Santa Catarina, Brazil

Carlos Henrique Sancineto da Silva Nunes

Universidade Federal de Santa Catarina, Brazil

Roberto Moraes Cruz

Universidade Federal de Santa Catarina, Brazil

RESUMO

O objetivo do artigo foi identificar os elementos caracterizadores das representações sociais de usuários do *Facebook* sobre o “atleta”. Para isso, solicitou-se aos respondentes que escrevessem as cinco primeiras palavras que lhe vinham à cabeça ao pensar nesse termo. Participaram desse estudo 203 sujeitos, com idade entre 18 e 61 anos. A análise dos dados fundamentou-se na abordagem estrutural das representações sociais e teve o auxílio dos softwares EVOC e IRAMUTEC. Os resultados indicam que as pessoas tendem a associar a imagem do atleta à ideia de saúde, ainda que lesões e comportamentos contrários ao conceito de saúde sejam comuns no contexto esportivo. Conclui-se a existência de incoerências nos elementos aqui encontrados, os quais podem ser justificados pela influência da mídia na formação dessas representações.

Palavras-chave

Representações sociais; atleta; *Facebook*.

ABSTRACT

This article aims to identify the social representations elements of athlete from Facebook users. To that end, the participants were asked to write the first five words that came to their minds when thinking about the aforementioned term. The sample has 203 participants aged between 18 and 61 years. Data analysis was based on the structural approach of social representations and were performed with EVOC and IRAMUTEC softwares. The results showed that people tend to associate the figure of the athlete to the idea of health, even though in reality, athletes suffer injuries in a daily basis and often perform behaviors that are not considered healthy. We concluded that there are inconsistencies in the elements found here when the athletes reality is taken in consideration, and these inconsistencies may be explained by the influence of media in shaping these representations.

Key words

Social representations; athletes; Facebook.

¹ Correspondence: Ana Carla Crispim, School of Psychology, Keynes College, University of Kent, Canterbury, Kent, Reino Unido, CT27NP. Email: anacarlacrispim@gmail.com. Telefone: (+44) 0122782(3181).

ELEMENTOS CARACTERIZADORES DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DE ATLETA NA REDE SOCIAL FACEBOOK

As representações sociais são um conjunto de conceitos, afirmações e explicações originadas das comunicações das pessoas durante a vida cotidiana. Na sociedade atual, elas são equivalentes aos mitos e sistemas de crenças das sociedades tradicionais e podem ser vistas como uma nova versão do senso comum (Moscovici, 1976). Essas representações são produzidas coletivamente e compartilhadas por grupos; são decorrentes da interação e da comunicação no interior de um grupo social, o que confere o atributo social às representações (Vala, 2004).

O contexto social em que um indivíduo está inserido, sua história, o lugar que ele ocupa dentro de um grupo e os valores que permeiam as relações sociais influenciam o conteúdo dessas representações. Dessa forma, as representações sociais não são apenas um reflexo da realidade que os sujeitos ao mesmo tempo criam e se apropriam, mas se referem ainda a reorganização na qual se estruturam o pensamento cotidiano e as práticas sociais (Moscovici, 2012; Jodelet, 2001; Sá, 2001).

No contexto do esporte, observam-se várias incoerências no que se refere às representações que as pessoas apresentam sobre determinadas modalidades esportivas e, principalmente, sobre a figura do atleta. Estereótipos, crenças e preconceitos permeiam o imaginário social a respeito do atleta. A ideia de que o atleta é um herói, um modelo de comportamento saudável e um exemplo para a sociedade são algumas das significações que as pessoas fazem sobre esse sujeito. Nesse sentido, destaca-se a importância midiática na construção dessas representações, já que estas são amplamente exploradas pelos veículos de informação que se valem disso em favor de seus próprios interesses.

Ainda em relação à questão midiática, observa-se que novas tecnologias de comunicação tem surgido nos últimos anos. As mídias sociais, por exemplo, destacam-se como um fenômeno do mundo moderno, especialmente em razão do crescimento das redes sociais na atualidade. Diante desse cenário, não há dúvidas de que as redes sociais, com as suas facilidades e o seu alcance universal, transformaram a forma de se comunicar da sociedade contemporânea. Essas redes, mais do que possibilitar a comunicação instantânea entre os seus usuários, tem o poder de influenciar opiniões, criar e mobilizar grupos, ultrapassando os limites da *internet*, atingindo até mesmo aqueles que não fazem parte dessas redes.

Diante do atual nível de utilização e da ampla capacidade de abrangência das redes sociais, entende-se que esses espaços se tornam ambientes interessantes de pesquisa dada a quantidade de informação que nele se encontra e a rapidez com que a informação circula nesse meio. Dessa forma, o fato de novos estudos (Bachrach, Kosinski, Graepel, Kohli, & Stillwell, 2012; Cheung, Chiu, & Lee, 2011; De Fruyt & Van Leeuwen, 2014; Golder & Wacy, 2013) terem utilizados redes sociais para obterem nela os seus participantes de uma forma rápida e eficaz atenta para a existência de um novo panorama de pesquisa, uma vez que o mundo virtual está se constituindo como um contexto pouco explorado nas ciências humanas.

Entender os elementos caracterizadores das representações sociais sobre o atleta nas mais diversas dimensões do convívio social, torna-se relevante tendo em vista que essas representações orientam os comportamentos e as condutas desses indivíduos nos seus meios sociais. Posto isso, o objetivo dessa pesquisa foi identificar os elementos caracterizadores das representações sociais de usuários da rede social *Facebook* sobre o atleta.

Redes sociais e suas utilizações em pesquisas na psicologia

As redes sociais podem ser compreendidas como redes que permitem os seus usuários a se comunicarem uns com os outros, por meio de postagem de informações, comentários, mensagens, imagens, entre outros (“Social media”, 2014). Certas redes sociais são mais comuns em países específicos, todavia algumas delas atingiram todo o globo e são internacionalmente utilizadas, como o *Twitter*, *Instagram*, *Google+*, *MySpace*, *LinkedIn* e o *Facebook*.

A rede social *Facebook*, fundada em 2004 nos Estados Unidos, conta hoje com 1,10 bilhões de



usuários ativos mensalmente, sendo que 48% desses usuários, com idade entre 18 e 34 anos, acessam a rede social ao acordarem e gastam, em média, 20 minutos na página a cada visita (Statistic Brain, 2013). Frente a expressividade desses números, o *Facebook* se tornou uma grande ferramenta de pesquisa, como já evidenciado em alguns estudos (Gosling, Augustine, Vazire, Holtzman & Gaddis, 2011; Quercia et al, 2012; Kosinski, Stillwell & Graepel, 2013). Diante da ampla possibilidade de exploração desses meios, as mídias sociais se apresentam como um ambiente de pesquisa promissor, possibilitando o estudo de grandes populações (Golder & Wacy, 2013).

Dentre as pesquisas recentemente realizadas por meio do *Facebook*, são destacadas aquelas relacionadas a personalidade dos usuários da rede. Variáveis como traços de personalidade, orientação sexual e visão política foram preditas por meio dos chamados “likes” no *Facebook* recentemente, mostrando a potencialidade que a rede social possui para a ciência (Kosinski, Stillwell & Graepel, 2013). Em outro estudo, foi observado que determinadas variáveis, como frequência de postagem e compromisso com o site, podem ser preditas pelo traço de extroversão (Gosling et al., 2011). Além da personalidade, outro estudo investigou o bem estar dos usuários a partir do índice *Facebook's Gross National Happiness* (FGNH), utilizando a *Diener's Satisfaction with Life Scale* (SWLS) (Wang, Kosinski, Stillwell, & Rust, 2012).

O fato de as pesquisas em psicologia adentrarem o âmbito da tecnologia é tido como um avanço nos estudos do comportamento humano. Contudo, ainda há uma gama de caminhos a serem explorados (Golder & Wacy, 2013). Uma possível forma de contribuir para a exploração desse novo nicho teria como base o desenvolvimento de estudos que contemplem também esses novos meios de comunicação, os quais chamamos de redes sociais.

O atleta e as Representações Sociais

Tanto nas mídias mais tradicionais quanto nas mídias do mundo moderno, a figura do atleta é objeto das mais distintas significações. Uma pesquisa realizada por Santos e Medeiros (2009) encontrou resultados que vinculavam o atleta não somente a imagem de herói como também a imagem de vilão. O *doping* da nadadora Rebeca Gusmão, nos Jogos Pan-Americanos do Rio de Janeiro, por exemplo, fez com que a o país perdesse as suas primeiras medalhas de ouro conquistadas na natação feminina, gerando revolta na população. Esse mesmo estudo verificou ainda a existência de associações da figura do atleta a um modelo de comportamento exemplar, como no caso do jogador de futebol Kaká.

Percebe-se, assim, que o atleta de hoje não carrega consigo apenas a vestimenta de esportista. A significação da imagem do atleta circunda também a ideia de um personagem mítico, heroico, exemplar ou até mesmo transgressor. A identidade de herói, fortemente atrelada à imagem do atleta, vem desde os tempos da Grécia Antiga, quando aqueles que participavam das competições, também lideravam exércitos nas guerras, sendo então atribuído a esta pessoa, o título de herói. Por mais que centenas de anos tenham se passado, o atleta ainda é visto como um indivíduo especial, o atleta é o ser humano que se atreve a ultrapassar seus próprios limites constantemente (Rubio, 2001).

A repercussão do comportamento dos atletas extrapola a temática esportiva e mobiliza debates mais amplos que versam sobre a cultura do ídolo esportivo a qual é fomentada e mediada pelas mídias (Santos & Medeiros, 2009). A constante exploração da imagem do atleta para os mais diversos objetivos da mídia, por vezes, relaciona-se ao lado comercial, de vendas de algum produto ou campanha (Rubio, 2006; Testa, 2008). Entende-se que a mídia contribui para o desenvolvimento de novos processos de formação de condutas. E quando a mídia divulga o conteúdo de determinado fenômeno, via jornal, televisão e/ou revista, as pessoas passam a olhar diferente para este fenômeno, possivelmente ressignificando-o.

A interferência do esporte e de grandes eventos na rotina das pessoas se mostra evidente. Espectadores quando assistem aos jogos, não assistem simplesmente a um espetáculo, mas posicionam-se frente ao mesmo (Rubio, 2006). Como Farr (1995) coloca, o indivíduo é fruto e agente de mudança na sociedade em que vive, e a Teoria das Representações Sociais (TRS) vem a complementar o

entendimento dessa relação. Assim, TRS é de grande valia pois possibilita olhar o fenômeno que se deseja, em sua dimensão social. As Representações Sociais (RS) são produzidas coletivamente, e contribuem para os processos de formação de condutas, orientando as comunicações sociais (Moscovici, 1976).

Abordagem Estrutural da Representações Sociais

A abordagem estrutural das representações sociais foi desenvolvida por Abric (1993) e posteriormente complementada por Flament (2001) com base na ideia da existência de “um campo de representação” ou de “uma imagem” que expressa “uma unidade hierarquizada de elementos” os quais dimensionam e orientam os pontos que o compõem (Moscovici, 1976). Essa abordagem propõe que as representações sociais são formadas por um núcleo central e um sistema periférico. O núcleo central é “estável, coerente, consensual e historicamente determinado” a medida que o sistema periférico é flexível, adaptativo e de conteúdo heterogêneo (Sá, 2001, p. 77). A abordagem estrutural entende que essas representações se organizam em torno deste núcleo central. Ele possui três funções essenciais: função geradora, função organizadora e função estabilizadora. A função geradora é responsável pela atribuição significados as representações, enquanto a função organizadora se refere a interligação e unificação dos termos periféricos dessas representações. Por fim, como o núcleo central é composto por elementos de maior estabilidade, estes são mais resistentes no que se refere às mudanças das representações, essa é a função estabilizadora do núcleo central (Deschamps & Moliner, 2009; Galli, 2006).

Abric (2003) considera que o núcleo central é responsável pela consistência, permanência e pelo significado das representações. Modificações no núcleo central provocam modificações também na representação. Entende-se que, para que uma representação seja diferente de uma outra, estas devem se organizar em torno de núcleos diferentes, ou seja: que possuem elementos distintos.

Já o sistema periférico, constitui-se de elementos que se organizam em volta do núcleo central. Trata-se da parte mais acessível e viva de uma representação. As funções desse sistema podem ser resumidas em: concretização, regulação, prescrição de comportamentos, proteção do núcleo e personalização (Abric, 2003; Campos & Rouquette, 2003). Os elementos do sistema periférico são responsáveis pelo ajustamento da representação ao seu contexto, à realidade concreta e às práticas sociais de um grupo específico.

Método

Participantes

Participaram desse estudo 203 usuários da rede social *Facebook*, sendo 88 homens (43,4%) e 115 mulheres (56,6%). A idade dos participantes variou entre 18 e 61 anos, com média de 25,9 anos (DP=7,01). Desses participantes, 32% assistiam eventos esportivos com frequência, 44% assistiam eventos esportivos eventualmente e 24% não costumavam assistir essas competições.

Instrumento

Foi utilizado um questionário *online*, desenvolvido com base nos critérios de pesquisa de evocação e composto de quatro questões: 1- Qual é o seu sexo? 2- Qual é a sua idade?; 3- Você costuma assistir eventos esportivos? e 4- Escreva as cinco primeiras palavras que lhe vem à cabeça quando pensa em “atleta”. As questões 1, 2 e 3 se referiam às variáveis de contexto. A questão 4 teve o objetivo de coletar os dados sobre as representações sociais dos participantes acerca do tema em questão. Caracterizava-se como uma pergunta de evocação livre com o termo indutor “atleta”. Para a elaboração do instrumento, utilizou-se o aplicativo “Formulários” do *Google Drive*. Antes de iniciar o estudo, os participantes tiveram acesso a uma página com um termo de consentimento e uma breve explicação sobre o estudo.

Coleta de dados

Após a elaboração do instrumento, o *link* para este foi disponibilizado *online* nas páginas do



Facebook das autoras da pesquisa. Por meio dessa publicação, os participantes foram apresentados ao estudo e convidados a participar do mesmo. Caso concordassem em participar do estudo, os participantes encontravam as quatro questões e, após responderem a elas, eram agradecidos pela participação.

Análise de dados

Para a análise dos dados, foram utilizadas as ferramentas disponíveis no *Google Drive*, os *softwares* EVOC 2005 (Vergès, 2006) e IRAMUTEQ (Camargo & Justo, 2013). A estatística descritiva das variáveis de contexto foi realizada por meio do *Google Drive*, enquanto a pergunta de evocação livre teve seus resultados analisados pelo EVOC 2005 e a análise de similitude foi efetuada pelo IRAMUTEQ.

O EVOC possibilita a identificação dos elementos do núcleo central e do sistema periférico das representações sociais, com base nas respostas dadas ao estímulo indutor: "atleta" (Abric, 1998; Sá, 1998; 2001). Por meio desse programa foram consideradas a frequência e a ordem de evocação das palavras. Estes critérios permitem uma aproximação da noção de prototipicidade dos elementos de uma representação. Também foi realizada, por meio do EVOC, uma comparação entre as palavras evocadas pelos participantes dos sexos masculino e feminino. O teste do qui-quadrado foi utilizado com o objetivo de verificar a existência de diferenças significativas nas frequências das palavras evocadas em cada um dos grupos (Vergès, 2006).

Por fim, foram realizadas duas análises de dados textuais por meio do programa IRAMUTEQ: a análise de similitude e a nuvem de palavras. A análise de similitude baseia-se na teoria dos grafos e possibilita identificar a co-ocorrência de palavras e seu resultado apresenta informações acerca da conexão entre as palavras evocadas. A nuvem de palavras agrupa as palavras e as organiza graficamente de acordo com a sua frequência. Assim, palavras visualmente maiores indicam maior frequência nas ocorrências (Camargo & Justo, 2013).

Resultados e discussão

Os dados analisados foram obtidos de um *corpus* em que o conteúdo se referia a representação social de atletas de usuários da rede social *Facebook*. Visando analisar apenas o conhecimento que é compartilhado socialmente, excluiu-se 25% das palavras com menor frequência. Foram obtidas, no total, 768 palavras citadas pelos participantes, em que 81 eram palavras diferentes. A ordem média de evocação das palavras ficou em 2.98, ou seja, na 3ª posição. A frequência média das palavras foi igual a 9.48.

Os resultados obtidos estão distribuídos em um diagrama de quatro quadrantes (Tabela 1), em que o eixo horizontal se refere à ordem média de evocação (valores menores para o lado esquerdo e valores maiores para o direito) e o vertical à frequência de evocação (valores maiores na parte superior e menores na inferior). Desta forma, o quadrante superior esquerdo teve como conteúdo às evocações de maior frequência e as mais prontamente enunciadas, ou seja, ali se encontram os possíveis elementos núcleo central. Os elementos do quadrante superior direito e inferior esquerdo ocupam uma posição intermediária, visto que tratam de elementos os quais apesar de não estarem compondo o núcleo central, mantêm uma relação de proximidade com o mesmo (Vergès, 2006). Os elementos do quadrante inferior direito compõem o sistema periférico da representação social do atleta.

Tabela 1

Diagrama de quadrantes relativo as representações sociais de atleta.

	Elemento	OME < 3 <i>f</i>	OME	Elemento	OME ≥ 3 <i>f</i>	OME	
<i>f</i> ≥ 9	Saúde	74	2.378	Superação	34	3.118	
	Força	43	2.047	Competição	30	3.633	
	Dedicação	32	2.750	Treino	26	3.500	
	Esporte	31	2.194	Suor	14	3.571	
	Esforço	27	2.741	Vitória	12	3.917	
	Corrida	26	2.154	Foco	11	4.091	
	Disciplina	22	2.818	Persistência	10	3.300	
	Futebol	21	2.238	Agilidade	9	3.111	
	Músculos	20	2.300	Beleza	9	3.444	
	Determinação	19	2.158				
	Corpo	14	2.643				
	Exercício	13	2.538				
	Desempenho	9	2.556				
	Olimpíadas	9	2.333				
	<i>f</i> < 9	Físico	8	2.375	Alimentação	8	3.250
		Garra	8	2.375	Resistência	8	3.375
Bola		7	2.143	Dor	7	3.571	
Velocidade		7	2.143	Cansaço	6	3.333	
Doping		7	3.000	Sacrifício	5	3.400	
Rendimento		6	2.000	Medalha	5	4.200	
Natação		6	2.400	Tênis	5	4.200	
Disposição		6	2.833				
Atletismo		6	3.000				
Ginástica		5	3.000				
Lesão		5	2.800				
Musculação		5	2.400				
Perseverança		5	1.800				

Legenda: Ordem Média de Evocação (OME).

No primeiro quadrante, o elemento *saúde*, com ordem média de evocação correspondente a 2ª posição, teve destaque em razão da sua alta frequência ($f=74$). Isso significa que ao pensar no atleta, a maior parte dos participantes desta pesquisa trouxe em suas evocações a palavra *saúde*, o que se associa ao fato de atletas terem uma imagem que inspira uma vida saudável por conta da constante prática de exercício físico. Esse resultado converge com pesquisa recente em que foi identificado que a maior motivação dos jovens para a prática esportiva, é a saúde (Interdonato, Miarka, Oliveira, & Gordatti, 2008). Como o imaginário social tende a enxergar o atleta como um herói, é comum que as pessoas não atentem para o fato de que o corpo de um atleta também possui limites. Esses limites levam o atleta a se lesionar frequentemente e adotar comportamentos em sua rotina de treinos e competições que são controversos à visão de saúde. Acrescenta-se que essa imagem do atleta saudável é constantemente explorada pela mídia, por meio de comerciais com produtos relacionados ao corpo e a saúde (Rubio, 2006; Testa, 2008).

Os outros elementos apresentados com frequência maior que a média e ordem média de evocação menor que 3, fazem referência à *força*, *dedicação*, *esporte*, *esforço*, *corrida*, *disciplina*, *futebol*, *músculo*, *determinação*, *corpo*, *exercício*, *desempenho* e *Olimpíadas*. Esses elementos se

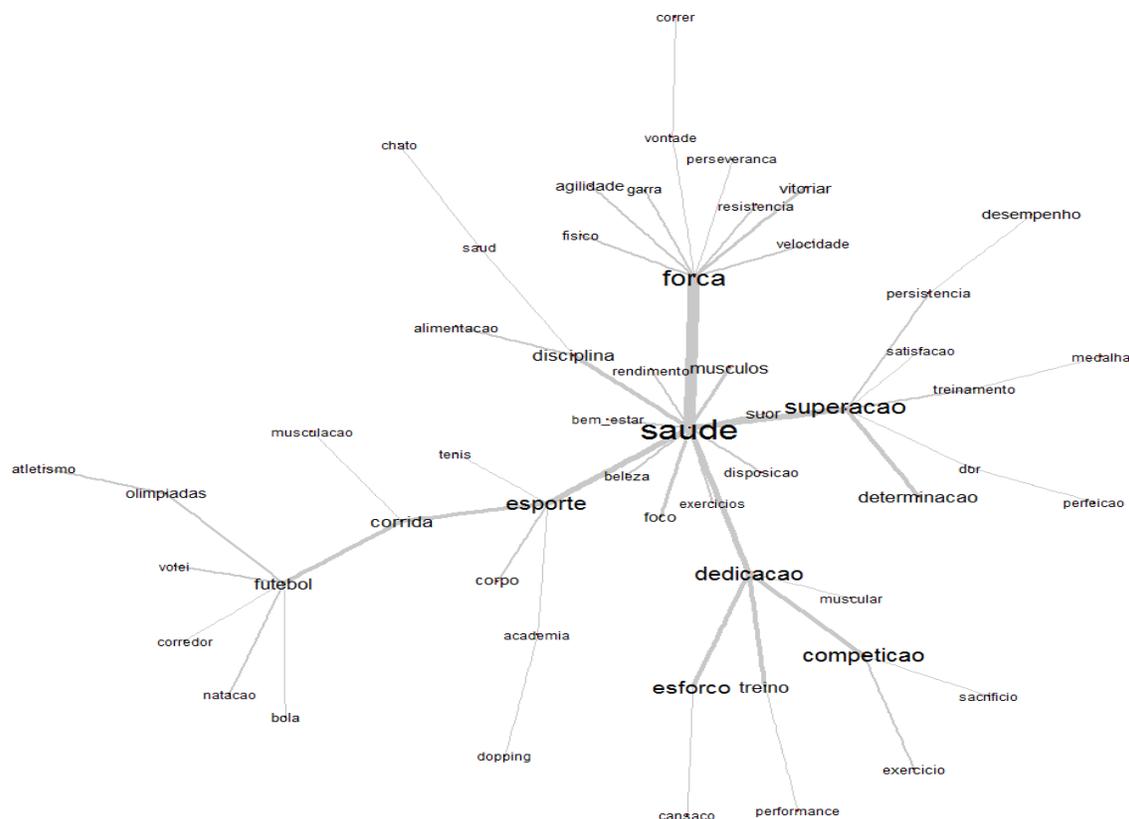


Figura 2. Árvore de similitude

Os elementos periféricos *superação*, *persistência*, *treino* e *suor* obtiveram frequências maiores ou iguais a 9 e sua ordem média de evocação foi 4 ou 5. Esses elementos flexíveis das representações sociais evidenciam o aspecto referente aos obstáculos e dificuldades da carreira de um atleta. É interessante destacar que essas palavras co-ocorreram com palavras como *determinação*, *persistência*, *dor* e *perfeição*. Esses elementos aparecem, inclusive no próprio discurso dos atletas quando eles falam sobre a importância de terem persistido, perseverado e buscado outras alternativas para lidarem com as adversidades ao longo da sua carreira (Silva & Rubio, 2003).

Outros elementos periféricos referidos pelos participantes foram: *superação*, *competição*, *vitória*, *foco*, *agilidade*, *beleza*, *desempenho*, *físico*, *garra*, *bola*, *velocidade*, *doping*, *rendimento*, *natação*, *disposição*, *atletismo*, *ginástica*, *lesão*, *musculação*, *perseverança*, *alimentação*, *resistência*, *cansaço*, *sacrifício*, *medalha* e *tênis*. Esses elementos, por serem periféricos se conectam a outros elementos nucleares, como apresentado na Figura 2. Os elementos *corredor*, *atletismo*, *bola* e *natação* se conectam ao elemento nuclear *futebol* que por sua vez se conecta ao elemento nuclear *esporte*. É possível identificar que essas conexões parecem apontar para uma categoria de modalidades.

Com essa análise, foi possível concluir que certos elementos das representações sociais sobre os atletas são permeados por pontos controversos. A questão da saúde no esporte, por exemplo, é discutível, já que no universo esportivo é comum que se encontrem atletas com transtornos alimentares, ou outros transtornos como a vigorexia. Destaca-se, ainda, o fato de que há uma alta incidência de lesão no universo esportivo. Pesquisas indicam que 6,1 milhões de pessoas foram hospitalizadas em decorrência de alguma lesão no campo esportivo na Europa (Eurosafé, 2013). Contudo, nesse estudo a palavra *lesão* ocorreu apenas 5 vezes.

No que se refere aos termos *beleza*, *corpo* e *perfeição*, verifica-se uma nova contradição. Sabe-se que o corpo está associado a padrões de beleza que exigem medidas precisas (Shohat & Stam, 1996). Porém, embora as pessoas vinculem a palavra “atleta” a esses elementos, é interessante destacar a



existência de esportes cujas características físicas dos atletas fogem dos atuais padrões de beleza da sociedade. A luta japonesa sumô, por exemplo, é comumente praticada por atletas acima do seu peso ideal. Outro exemplo é a ginástica artística, modalidade em que os competidores costumam apresentar estatura mais baixa do que a média. Nesse contexto, entende-se que a cultura midiática de associar o esporte a elementos como saúde, beleza e perfeição tem uma participação relevante na produção das incoerências que foram encontradas nas representações sociais a respeito do atleta.

Ao separar esses resultados entre homens e mulheres, identificou-se que havia 82 palavras que apenas os homens tinham citado, 106 palavras que apenas mulheres haviam citado e 83 palavras em comum entre os dois sexos (Tabela 2). No geral, os elementos em comum apresentaram frequências similares entre homens e mulheres. Por exemplo, a palavra *força* obteve 22 ocorrências por homens e 21 ocorrências por mulheres e a palavra *competição* obteve 15 ocorrências tanto em homens quanto em mulheres. No entanto, o termo *saúde*, o mais citado entre todos, obteve 29 ocorrências por homens e 45 ocorrências por mulheres, demonstrando que o sexo feminino aparentemente pensa em esporte como algo mais relacionado à saúde. Mas deve-se considerar que a amostra de mulheres foi superior a amostra de homens, o que pode ter interferido no número superior de ocorrências da palavra *saúde* e também de outros termos comuns aos dois sexos.

Tabela 2

Elementos caracterizadores em comum nas evocações de homens e mulheres

Homens Frequência	Evocações em comum	Mulheres Frequência
29	Saúde	45
22	Força	21
15	Competição	15
16	Corrida	10
4	Corpo	10
12	Dedicação	20
7	Disciplina	15
4	Determinação	15
8	Esforço	19
16	Esporte	15
16	Futebol	15
3	Suor	11
13	Superação	21
11	Treino	15

No sexo feminino, exclusivamente, ocorreram palavras como *habilidade, movimento, campeonato, coragem, desafio, malhação, obstáculos, magro, bonito, competência e motivação*. Ao conectar essas palavras com a ocorrência maior da palavra *saúde* por mulheres, é possível inferir que mulheres identificam atletas como um estímulo de estética e de superação de obstáculos. Tal inferência pode levar a pensar que o fato de que ser saudável para mulheres remete a um corpo bonito e magro. Já o sexo masculino, obteve ocorrências únicas de palavras como *corredor, surf, água, conquista, longevidade, jogador, condicionamento, salto e triathlon*. Essas palavras parecem remeter a um aspecto mais relacionado a prática esportiva.

Para finalizar, foi realizada uma categorização dos elementos. As categorias foram: modalidades (f=103), saúde (f=101), ausência de saúde (f=18), estética (f=73), esporte (f=229), núcleo afetivo (f=26), qualidades pessoais (f=280), transgressão (f=9), juízo de valor (f=11) e alimentação (f=20). A categoria prevalente foi a referente às qualidades pessoais, com 280 ocorrências. Essa

categoria tem palavras como determinação (f=19), disciplina (f=22), esforço (f=27), dedicação (f=32), superação (f=34) e força (f=43). Essa categoria evidencia indicadores relacionados a qualidades que os participantes indicam ao pensarem em atletas.

Considerações finais

Com base nas análises aqui discutidas, foi possível observar que o atleta tende a ser visto como um ser humano disciplinado, em constante superação dos seus próprios limites e com qualidades que sustentam tal traço. Além disso, os participantes parecem associar a imagem do atleta com a consequência da prática esportiva. A palavra “saúde”, por exemplo, foi amplamente citada nesse estudo. No entanto, a questão da saúde está relacionada a prática equilibrada de exercícios físicos e não necessariamente a prática do esporte profissional, o qual visa o alto desempenho para competições. Conclui-se, por fim, que a visão atual do atleta é enviesada na sociedade, tanto pelos meios midiáticos quanto pelos elementos nucleares que permeiam há muito tempo as representações sociais que a sociedade apresenta quando se trata do atleta.

O espectro do ambiente esportivo perpassa diversas ramificações da sociedade. Grandes eventos como os Jogos Olímpicos e a Copa do Mundo de Futebol há muito tempo impressionam e mobilizam a sociedade. Desse modo, a compreensão de como esses processos são suscitados deve ser um campo mais explorado pela Psicologia.

Esse estudo fixou-se em dois alicerces consideradas recentes no campo do conhecimento científico para a compreensão de alguns aspectos do universo esportivo e suas relações com a sociedade: o estudo de representações sociais e o uso do ambiente virtual para a realização da coleta de dados. Tal tecnologia permitiu que o estudo atingisse uma amostra considerável de uma forma rápida e eficaz e ainda possibilitou uma exploração inicial do ponto de vista da Psicologia nesse novo cenário onde se estabelecem as relações sociais. Assim, esse artigo tem um papel exploratório nas pesquisas nacionais, no que se refere uso das redes sociais para produção do conhecimento em Psicologia.

Como limitações do estudo, primeiramente, não foi realizado do teste de confirmação do núcleo central, feito a partir da marcação das palavras que os participantes consideravam as mais importantes. No entanto, é sugerido que pesquisas futuras incluam no seu instrumento de coleta esta marcação. Outro ponto a ser destacado diz respeito a não equivalência da amostra no que se refere ao sexo dos participantes, dessa forma, as comparações entre os participantes do sexo masculino e feminino devem ser melhor investigadas para que se obtenha conclusões mais seguras.

Referências

- Abrie, J.C. (1993). Central system, peripheral system: their functions and roles in the dynamics of social representations. *Papers on Social Representations*, 2, 75-78.
- Abrie, J. C.(1998). A abordagem estrutural das representações sociais. Em A. S. Moreira & D. C. Oliveira. (Orgs.). *Estudos interdisciplinares de representações sociais*. Goiânia: AB, p. 27-38.
- Abrie, J. C. (2003). Abordagem estrutural das representações sociais: desenvolvimentos recentes. In Campos, P. H. F. & Loureiro, M. C. S. (Orgs). *Representações sociais e práticas educativas*.Goiânia: Ed. da UCG, p. 37-57.
- Camargo, B. V. & Justo, A. M. (2013). IRAMUTEQ: Um software gratuito para análise de dados textuais. *Temas em Psicologia*, 21(2), 513-518.
- Bachrach, Y., Kosinski, M., Graepel, T., Kohli, P., & Stillwell, D. (2012). *Personality and patterns of Facebook usage*.
- Camargo, B. V. & Justo, A. M. (2013). IRAMUTEQ: Um software gratuito para análise de dados textuais. *Temas em Psicologia*, 21(2), 513-518.
- Camargo, B. V., Goetz, E. R., Barbará, A., & Justo, A. M.(2007). Representação social da beleza de estudantes de Educação Física e de Moda. In: *Resumos de comunicações científicas online*, V Jornada Internacional e III Conferência Brasileira sobre Representações Sociais. Brasília.
- Campos, P.H.F. & Rouquette, M. L. (2003). Abordagem estrutural e componente afetivo das representações sociais. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 16(3), 435-445.



- Cheung, C. M. K., Chiu, P.-Y., & Lee, M. K. O. (2011). Online social networks: Why do students use facebook? *Computers in Human Behavior*, 27(4), 1337-1343. Retirado de <http://wiki.stoa.usp.br/images/e/e6/Whyfacebook.pdf>
- De Fruyt, F., & Van Leeuwen, K. (2014). Advancements in the field of personality development. *J Adolesc*, 1-7. doi:10.1016/j.adolescence.2014.04.009
- Deschamps, J. C. & Moliner, P. (2009). *Identidade em psicologia social*. Petrópolis: Vozes.
- European Association for Injury Prevention and Safety Promotion (Eurosafe) (2013). *Injuries in the European Union: Summary of injury statistics for the years 2008-2010*. 4^aed. Amsterdam: Eurosafe.
- Farr, R. M. (1995). Representações Sociais: a teoria e sua história. In: Guareschi, P. & Jovchelovitch, S. (Orgs). *Textos em Representações Sociais*. Petrópolis: Vozes, p. 30-59.
- Flament, C. (2001). Estrutura e dinâmica das representações sociais. In D. Jodelet (Org.). *As representações sociais*. Rio de Janeiro: UERJ, p. 173-186.
- Galli, I. (2006). *La teoria delle rappresentazioni sociali*. Bologna: Il Mulino.
- Gamboa, J. A. J., Tura, L. F. R., & Burszty, I. (2009). Representações sociais do corpo em estudantes do ensino médio. In: *Anais IV Conferência Brasileira sobre representações sociais*.
- Golder, S. C., & Wacy, M. W. (2013). Social media as a research environment. *Cyberpsychology, behavior and social networks*, 16 (9), 627-628.
- Gosling, S. M.; Augustine, A. A.; Vazire, M. S. S.; Holtzman, N., & Gaddis, S. (2011). Manifestations of personality in online social network: Self-reported facebook-related behaviors and observable profile information. *Cyberpsychology, behavior and social networks*, 14 (9), 483-488.
- Hamm, S. (2009). Online interest in UFC skyrockets while Nascar, NFL and NHL fall. *Newswire*. Disponível em: <<http://www.nielsen.com/us/en/newswire/2009/online-interest-in-ufc-skyrockets-while-nascar-nfl-and-nhl-fall-2.html>>. Acesso em: 02 de agosto de 2013.
- Interdonato, G. C., Miarka, B., Oliveira, A. R., & Gordatti, M. G. (2008). Fatores motivacionais de atletas para a prática esportiva. *Motriz*, v.14, n.1, p.63-66.
- International Test Commission. (2006). International guidelines on computer-based and Internet-delivered testing. *International Journal of Testing*, 6(2), 143-171. Retirado de <http://www.intestcom.org/upload/sitefiles/62.pdf>
- Jodelet, D. (2001) Representações sociais: um domínio em expansão. In D. Jodelet (Org.). *As representações sociais* (pp. 17-44). Rio de Janeiro: UDUERJ.
- Jodelet, D., Ohana, J., Bessis-Moñino, C., & Dannenmüller, E. (1982). Systeme de representation du corps et groupes sociaux (Tech. Rep. No. 1). Paris: École des Hautes Études en Sciences Sociales.
- Jones, M. V.; Coffee, P.; Sheffield, D.; Yangués, M. & Barker, J. B. (2012) Just a game? Changes in English and Spanish soccer fans' emotions in the 2010 World Cup. *Psychology of Sport and Exercise*, 13, 162-169.
- Moscovici, S. (1976). *La psychanalyse, son image et son public*. Paris: PUF.
- Moscovici, S. (2012). *A psicanálise, sua imagem e seu público*. Petrópolis: Vozes (originalmente publicado em 1961).
- Nunes, C. H. S. S. & Primi, R. (2009). Teoria de Resposta ao Item: Conceitos e Aplicações na Psicologia e na Educação. In: C. S. Hutz. (Org.). *Avanços e polêmicas em avaliação psicológica* (pp. 25-69). São Paulo: Casa do Psicólogo.
- Social Media [Def. 1]. (n.d.) In *Oxford Dictionaries Online* (2014). Acesso em: 23 de julho de 2014. Disponível em: <http://www.oxforddictionaries.com/us/definition/american_english/social-network?q=social+network>
- Pasquali, L. (org). (2001). *Técnicas de Exame Psicológico – TEP – Manual*. São Paulo: Casa do psicólogo, Conselho Federal de Psicologia.
- Quercia, D.; Lambiotte, R.; Stillwell, D.; Kosinski, M. & Crowcroft, J. (2012). The Personality of popular Facebook users. *ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work*.

Proceedings of the ACM 2012 Conference on Computer Supported Cooperative Work, pp 955–964

- Rubio, K (2001). *O atleta e o mito do herói: O imaginário esportivo espontâneo*. São Paulo: Casa do Psicólogo.
- Rubio, K. (2006). O imaginário da derrota no esporte contemporâneo. *Psicologia & Saúde*, v.18, n.1, p. 86-91.
- Sá, C. P. (1998). *A construção do objeto de pesquisa em representações sociais*. Rio de Janeiro: UERJ.
- Sá, C. P. (2001). *Núcleo central das representações sociais*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Vozes.
- Santos, D.S. & Medeiros, A. G. A. (2009). O discurso midiático e as representações sociais do esporte: o atleta como modelo de comportamento. *Revista Pensar a Prática*, v. 12, n.3, p.1-11.
- Shohat, E., & Stam, R. (1996). *Unthinking eurocentrism: Multiculturalism and the media*. New York: Routledge.
- Silva, M.L. & Rúbio, K. (2003). Superação no esporte: limites individuais ou sociais? *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto*, 3 (3), 69-76.
- Statistic Brain (2013). Facebook statistics. Disponível em: <<http://www.statisticbrain.com/facebook-statistics/>>. Acesso em: 25 de setembro de 2013.
- Testa, A. F. (2008). Super-homens, narcisos do ringue e cultura da violência. *Educação física em revista*, v.2, n.1.
- Vala, J. (2004). Representações sociais: Para uma psicologia social do pensamento social. In J. Vala & M. B. Monteiro. *Psicologia Social*. 2a ed. (353-384). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Vergès, P. (2006). Ensemble de programmes permettant l'analyse des évocations, EVOC2005. Aix em Provence: *Manuel d'utilisateur*.
- Wang, N.; Kosinski, M.; Stillwell, D. J. & Rust, J. (2012). Can well-being be measured using facebook status updates? Validation of Facebook's Gross National Happiness Index. *Social Indicators Research*.

Received:05/16/2016

Accepted:07/10/2016