



TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS: PERTINÊNCIA PARA AS PESQUISAS EM COMUNICAÇÃO DE MASSA

Rosana Nantes Pavarino

Universidade Católica de Brasília

Os meios de comunicação de massa ocupam uma posição privilegiada na organização social e na construção da realidade social contemporânea. Importância que propiciou uma grande convergência de interesses de diferentes disciplinas das ciências sociais, particularmente da Psicologia Social. Este artigo se propõe a apontar novas contribuições teóricas e metodológicas deste campo de pesquisa tomando como eixo de análise a Teoria das Representações Sociais de Serge Moscovici.

1. Comunicação de massa e as ciências sociais

Analisando os livros sobre teorias da comunicação normalmente utilizados nas escolas no Brasil é possível verificar, no mínimo, duas características:

- não há uma única forma de classificar as teorias existentes: há autores que as descrevem cronologicamente; há os que preferem por linhas de pesquisas; há os utilizam conceitos (efeitos) ou modelos (lingüístico-funcional, semiótico etc.);
- considerando o caráter socializador dos *mass media*, as teorias correspondentes não possuem uma origem comum. A influência, os efeitos e as mudanças de comportamento provocadas pelos *mass media* estão presentes em várias disciplinas das Ciências Sociais como a Sociologia e a Psicologia. No entanto, as origens e preocupações são tão distintas que não há concorrência entre as pesquisas, mas simultaneidade nos objetos investigados.



Responder a pergunta *quais são as teorias da comunicação?* é uma tarefa que apresenta algumas dificuldades – entre elas, a impossibilidade de uma resposta objetiva ou sistemática – e também um risco: chegar à conclusão que não há teorias *da* comunicação, mas *sobre* comunicação. Mauro Wolf (1999: 13), por exemplo, relaciona alguns aspectos que constituem os *mass media* tornando-os instigantes para os mais diferentes campos de pesquisa: podem ser considerados como setores industriais, meios de informação, mediadores e agregadores culturais, parte de uma experiência individual ou um grande evento social. DeFleur segue o mesmo raciocínio:

Embora as explicações da influência da comunicação de massa estejam alicerçadas nos paradigmas gerais das ciências sociais, as linhas de influência entre as duas não foram de forma alguma perfeitamente esclarecidas. Frequentemente, estudiosos da mídia reinventam a roda quando não se dão conta de que determinada forma de comportamento tem sido estudada há décadas pelas ciências sociais. Por outro lado, amiúde os cientistas sociais têm ignorado jovialmente o papel da comunicação de massa ao adotarem paradigmas que relacionam símbolos, comunicação, a ordem social e o comportamento individual. Não obstante, as linhas de influência estão ali, embora às vezes seja difícil delineá-las (1993: 165).

Essas circunstâncias provocaram uma espécie de “não-nascimento” de uma teoria da comunicação, o início de uma situação que se prolonga aos dias de hoje, onde outros campos de pesquisa elaboram teorias próprias sobre o tema como chama a atenção Marques de Melo: “*ao analisar o fenômeno comunicativo, cada ciência filosófica utiliza a sua própria perspectiva, a sua própria terminologia, os seus conhecimentos específicos*” (apud MARTINO, 2001a: 378). Entre eles, destaca-se o interesse da psicologia social que toma para si a comunicação de massa como campo de pesquisa por excelência (ROUQUETTE, 1998: 516). Um exemplo é o artigo *Un siècle de théories de l’influence: histoire du procès de medias* de Marie-Pierre Fourquet (1999) que, ao apresentar um resumo das teorias sobre a influência dos *mass media*, não apenas coloca a psicologia social como pano de fundo de sua análise como ainda, ao final, apresenta a seguinte questão: “*Doit-on laisser aux psychologues sociaux le*



*monopole des études rigoureuses sur la réception?*¹” (p.116). Para os comunicólogos, fica a dúvida: como os psicólogos sociais poderiam deixar de monopolizar os estudos sobre recepção se isto não ocorre²?

Confusões como esta são próprias da dificuldade que ocorre em se delimitar exatamente onde diferem as abordagens da Psicologia Social da Comunicação, principalmente no que se refere ao papel dos efeitos dos *mass media*. A primeira surge com o interesse no comportamento do indivíduo sob influência do social — numa tentativa em desvendar como os conhecimentos são compartilhados e transformados em prática —, e não do indivíduo isolado, como no caso da psicologia. Neste caso, o papel esperado para os *mass media* é o de mais um elemento que influenciará a percepção, a compreensão e a interpretação que este mesmo indivíduo tem si e da realidade onde se encontra. Para a Comunicação, entretanto, os *mass media* são o terceiro e importante elemento entre o indivíduo e a sociedade. Esta linha tênue fez com que pesquisas sobre *mass media* sempre recebessem influência da psicologia social como pode ser constatado no terceiro volume de *The American Soldier*, obra fundamental para o desenvolvimento desta ciência, totalmente dedicado à comunicação de massa: *Experiments on Mass Communication*.

É interessante observar, que mesmo caminhando separadamente, estas duas ciências apresentam interesses semelhantes ao longo do tempo. Os anos 50 ficaram conhecidos na psicologia social como o período de uma “revolução cognitivista” tal a dedicação ao assunto. Como resposta, em 1961, o psicólogo social Serge Moscovici desenvolve a Teoria das Representações Sociais, uma proposta de psicossociologia do conhecimento onde, ao mesmo tempo em que critica o behaviorismo e a psicologia cognitivista, propõe a investigação da

¹ Deve-se deixar aos psicólogos sociais o monopólio dos estudos rigorosos sobre a recepção?

² Armand Mattelard classifica o artigo “Encoding/Decoding” de Stuart Hall como um marco em direção aos estudos sobre recepção. (1999: 109). Ao mesmo tempo, Mauro Wilton Sousa (1995: 13-38) explica que as mudanças políticas que ocorreram nas décadas de 70 e 80 colocaram o indivíduo em uma “*zona limite e conflitiva*” instigando o desenvolvimento de pesquisas onde o sujeito não limita ao determinismo emissor/receptor, “mas resgata-se nele também um espaço de produção cultural”.

construção do senso comum para que seja possível compreender a relação de interferência do social, incluindo o papel dos meios de comunicação, nos indivíduos e nos grupos sociais.

Já na Comunicação Social, o fim dos anos 60 e a década de 70 são marcados e a fase da renovação dos paradigmas, quando ocorre o interesse pelas teorias cognitivas e o retorno da defesa do poderes dos *mass media*. Nesta terceira fase, destacam-se as críticas de Elizabeth Noelle-Neumann – elaboradas a partir da teoria da Espiral do Silêncio –, às teorias dos efeitos limitados e indiretos e ao conceito de *exposição seletiva*. É também do mesmo período a teoria cognitiva da *Agenda-Setting* cujo foco são os processos de significação e a análise destes processos:

os *mass media*, descrevendo e precisando a realidade exterior, apresentam ao público uma lista daquilo sobre que é necessário ter uma opinião e discutir. O pressuposto fundamental é que a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo, pelos *mass media*. (E. SHAW in WOLF, 1999: 145)

A hipótese da *Agenda Setting* e a Teoria das Representações Sociais têm em comum o interesse na relação do indivíduo com a sociedade, com seu grupo e com sua identidade e o papel de organizador social que dos *mass media*. E se diferenciam pela forma como analisam os efeitos dos *mass media*: a primeira têm os *mass media* como objeto principal e a segunda os observa como mais um elemento influenciador e não seu objeto principal.

2. A teoria das representações sociais

O conceito das representações sociais, bastante utilizado nas pesquisas em ciências sociais, é encontrado com definições significativamente diferentes. O psicólogo Celso Sá (1998) cita, por exemplo, o uso como derivação genérica de representação para o campo do



pensamento social, como vinculação teórica com outras perspectivas microsociológicas e ainda, sob a perspectiva de Berger e Luckmann: *construção social da realidade*.

A teoria das representações sociais de Serge Moscovici nasce em 1961 com a publicação de *Psychanalyse: son image et son public* e se distingue por sugerir a existência de um pensamento social resultante das experiências, das crenças e das trocas de informações presentes na vida cotidiana, visando desenvolver uma teoria menos individualista que a psicologia social norte-americana e, também, um posicionamento mais sociológico para a psicologia social, mediadora entre o homem e o seu meio (MOSCOVICI, 1961: 10-11). Sua análise foi desenvolvida a partir da confiança que a sociedade atual, mais técnica e complexa, necessitaria de um outro conceito, menos genérico que as representações coletivas de Durkheim, para acompanhar, explicar e tentar compreender como ocorre a formação do pensamento e do conhecimento social. Opinião que converge com a de Georges Friedmann:

Hoje, a visão do mundo que tem o adulto das cidades não é explicável somente pela ação geral da sociedade, das “representações coletivas”. É indispensável colocá-las em cada caso em relação com o lugar concreto que o indivíduo ocupa na sociedade e com os caracteres particulares do meio técnico (1968: 47).

Para Moscovici o fenômeno das representações sociais é próprio das sociedades pensantes – “*thinking society*” –, onde os acontecimentos ocorrem em ritmo acelerado, onde não há tempo suficiente para que as representações se tornem uma tradição, ou seja, das sociedades contemporâneas. Não se resumindo aos acontecimentos culturais ou políticos, este fenômeno constitui uma forma de pensamento social que inclui as informações, experiências, conhecimentos e modelos que, recebidos e transmitidos pelas tradições, pela educação e pela comunicação social, circulam na sociedade.

Com este argumento, Moscovici refuta, simultaneamente, os principais argumentos do behaviorismo e da psicologia cognitivista (onde a representação é vista como um elemento estático). Para os behavioristas, a mente era apenas uma lousa branca onde nossas

experiências sensoriais podem ser escritas (SCHULTZ, 1992: 410). Para os cognitivistas esta lousa se transforma numa caixa preta onde as informações, palavras e pensamentos poderiam ser totalmente manipulados ou previsíveis, a depender do estímulo dado. Para compreender o indivíduo, bastaria medir os estímulos, não havendo diferença entre as reações dos “indivíduos normais” e dos cientistas (MOSCOVICI, 2001: 29). Moscovici defende que indivíduos ou grupos não são receptores passivos, mas participantes importantes desta uma sociedade pensante, elaboradores de um pensamento social onde constantemente (re)avaliam seus problemas e soluções.

Para provar suas hipóteses, Moscovici procura desvendar como ocorria a apropriação do conceito científico da psicanálise pela sociedade francesa, pois acreditava que a guerra e a instabilidade social, a inquietude e ansiedade fariam com que o público leigo adaptasse conceitos formais divulgados pelos meios de comunicação e pelas pesquisas científicas em algo mais tangível e diferente do pretendido pela comunidade científica. Assim, o conceito formal da psicanálise — uma ciência que se propõe a “*esclarecer a natureza social*” —, é transformado em um conceito diferente do original, ou seja, em uma representação social.

Moscovici conclui (1961: 308) que esta re-significação possui um fim prático ao indivíduo e ao grupo: desenvolver algo que fosse mais simples de compreender (pela lógica não científica) e que pudesse, ao mesmo tempo, dar chance às pessoas na resolução de seus próprios problemas e conflitos. No entanto, permitir que problemas pessoais ou do grupo possam ser resolvidos a partir da elaboração de um senso comum não justifica a existência de uma representação. Quando uma re-significação torna-se necessária é porque há conflitos entre o que foi dito e o efetivamente compreendido. As representações expõem estes conflitos, apresentam uma nova compreensão e permitem que discursos diferentes convivam num mesmo ambiente:

La représentation facilitant l'énoncé de nombreux conflits normatifs, nationaux, sociaux, permet en même temps une transposition des langages hétérodoxes, de

concepts et de théories réputés como ésoétriques et qui, de ce fait, deviennent des *instruments* pour la communication et le comportement collectif. (1961: 309)³

Dessa forma, as representações sociais explicariam o fato de ainda encontrarmos em nossa sociedade a sobrevivência, apesar das explicações científicas que procuram demonstrar o contrário como a crença em horóscopos e curandeiros: os conhecimentos científicos são familiarizados a partir do conhecimento já existente de forma a não colidirem ou ameaçarem a realidade pré-existente. O resultado é que as representações exercem o papel de intermediárias entre o conceito e sua percepção, entre o sistema cognitivo e a estrutura social, tornando-os intercambiáveis (MOSCOVICI, 2001: 127).

It considers man in so far as he tries to solve the commonplace enigmas of his own birth, his bodily existence, his humiliations, of the sky above him, of the states of mind of his neighbors and of the powers that dominate him: enigmas that occupy and preoccupy him from the cradle, and of which he never ceases to speak. (2001: 28)⁴

Com estas características, Moscovici conclui que o propósito das representações sociais seria “*to make something unfamiliar, or unfamiliarity itself, familiar*” (MOSCOVICI, 2001: 37)⁵, prevalecendo a memória sobre a tradição e a lógica. Um possível distúrbio ou problema é avaliado, classificado com relação aos registros anteriores e adaptado ao ambiente já convencionado, legitimando o poder das representações sociais em alimentar as práticas culturais em vigor na sociedade, perpetuando-as ou transformando-as (SÁ, 1998: 50), e exercendo o papel de integração, de estruturação das identidades individuais e grupais e de comunicação social.

³ A representação facilitando o enunciado de numerosos conflitos normativos, nacionais, sociais, ao mesmo tempo permite uma transposição das linguagens heterodoxas, de conceitos e de teorias reputados como esotéricos e que, por consequência, se tornam instrumentos para a comunicação e o comportamento coletivos.

⁴ Ela [a teoria das representações sociais] considera o homem no que ele tenta solucionar os enigmas lugares-comuns, do seu próprio nascimento, da sua existência corpórea, das suas humilhações, do céu acima de si, dos estados mentais dos seus vizinhos e dos poderes que o dominam: enigmas que ocupam e preocupam-no, desde o berço, e dos quais ele nunca deixa de falar.

⁵ Fazer algo não-familiar, ou tornar a própria não-familiaridade, em algo familiar.

Dois universos de pensamento compõem as representações sociais: o consensual e o reificado. O primeiro é o lugar onde as representações sociais são produzidas, o conhecimento é espontâneo e “*each individual is free at behave as an ‘amateur’ and a ‘curious observer’*”⁶ (MOSCOVICI, 1981: 186), elaborando suas opiniões e respostas sobre política, ciências, educação, ecologia, violência, racismo, doença, desigualdade social, ou seja, as noções apreendidas e compartilhadas na escola, em casa, na rua ou pela mídia (MOSCOVICI, 1981: 187). Esse universo está em contínuo movimento e os indivíduos são transformados em cúmplices, podendo falar em nome do grupo e protegido por ele. Esta arte da convivência é que torna possível a vida social.

O universo reificado, por outro lado, é o científico, onde há o certo e o errado, o verdadeiro e o falso, o autorizado e o não autorizado, o qualificado e o não qualificado. Há papéis e categorias determinadas de acordo com os contextos apresentados. Os conceitos re-significação que resultam em representações sociais se encontram no universo reificado enquanto as representações sociais, no consensual. Esta re-significação deve ser observada de maneira imparcial: o que, em um primeiro momento pode parecer inapropriado ou errado, tem como mérito nos mostrar qual foi o raciocínio empregado, qual a sua lógica.

Sua metodologia consistiu em entrevistas, em questionários e na análise de conteúdo dos meios de comunicação de massa com o objetivo de “*confrontar a opinião pública e a opinião dos organismos de imprensa, entre o público e as relações de interação e de expressão*” (MOSCOVICI, 1961: 21). Moscovici também analisou casos da propaganda, da difusão dos modelos de utilização da psicanálise dentro da crítica literária, arte e publicidade como, por exemplo, entre a imprensa católica e a marxista.

⁶ cada indivíduo é livre para se comportar como um “amador” e um “observador curioso”.

2.1 Algumas contribuições

Uma das grandes contribuições da teoria das representações sociais como proposta para se compreender a construção social da realidade é unir, numa mesma explicação, dimensões cognitivas e sociais (IBAÑEZ, 1988: 25). Para ilustrar sua teoria, Moscovici desenvolveu alguns conceitos que podem oferecer algumas contribuições significativas para os trabalhos sobre *mass media* (SÁ, 1998: 68-72), como seus processos formadores (ancoragem e objetivação), o princípio da transformação do não-familiar em familiar, os sistemas de comunicação: difusão, propagação e propaganda⁷, além de serem, ao mesmo tempo, produto social e parte do processo de construção desta realidade.

O grande interesse pela proposta teórica fez com que a proposta original – a “*grande teoria*” –, se desmembrasse em outras “*correntes teóricas complementares*” onde três se destacaram (SÁ, 1998: 80): a de Denise Jodelet, mais próxima a teoria original; a de Willem Doise, que possui uma perspectiva sociológica; e a de Jean-Claude Abric, “*que enfatiza a dimensão cognitivo-estrutural das representações*” (SÁ, 1998: 67). Destas abordagens, a que mais tem se destacado é a do psicólogo francês Jean-Claude Abric, desenvolvida em 1976 em Aix-en-Provence e conhecida como *Teoria do Núcleo Central*. Os pesquisadores desta região ficaram conhecidos como o *Grupo do Midi* e, segundo Denise Jodeled, “*foi o único a desenvolver uma metodologia própria e adequada às suas proposições teóricas*” (SÁ, 1998: 67).

Sua essência (ABRIC, 1994) consiste na elaboração de uma estrutura para a representação social formada por um núcleo central e elementos periféricos onde sua organização estrutural, e não seu conteúdo, é o diferencial entre uma representação e outra. A

⁷ Moscovici desenvolveu estes sistemas de comunicação ressaltando a influência dos meios de comunicação de massa nas relações simbólicas entre os indivíduos. Essa divisão reflete o papel da imprensa francesa da época apresentando o seguinte paralelo : difusão/opinião pública, propagação/atitude e propaganda/estereótipo (SÁ, 1996: 37). A primeira referindo-se ao controle de opinião (com enfoque político); a segunda, a um instrumento de regulação de crenças e atitudes (como a religião); e a última, à imprensa jornalística que, segundo o autor, caracteriza-se por criar um interesse comum sobre determinado assunto, diminuindo ao máximo a distância entre a fonte e a recepção



diferença entre os dois é que, enquanto o núcleo central, estável e resistente as mudanças, está relacionado a memória coletiva dando significação, consistência e permanência a representação, os elementos periféricos permitem a adaptação a realidade e proteção ao núcleo central. Procuram, portanto, explicar as características contraditórias e complementares das representações sociais, de estabilidade/flexibilidade e de consenso/diferença, a partir de seu funcionamento.

Uma outra contribuição se refere aos processos de ancoragem e objetivação, campos pouco pesquisados entre os psicólogos sociais. O processo de ancoragem, que lida com a fase simbólica da representação, interpreta e assimila os elementos familiares, classificando-os e nomeando-os. A objetivação, a fase figurativa, por sua vez, é o resultado da capacidade que o pensamento e a linguagem possuem de materializar o abstrato, elaborando um novo conceito a partir dos registros individuais existentes. Como afirma Celso Sá:

No que se refere à objetivação, em vez de buscar pesquisá-la junto a sujeitos específicos do grupo estudado, talvez seja mais viável tentar evidenciá-la nos meios de comunicação de massa. Além de constituírem importantes fontes de formação das representações no mundo contemporâneo, é neles – na televisão, em especial – que melhor se configura a tendência à concretização das idéias em imagens. Como já assinalamos, esta não é uma prática corrente de pesquisa, cabendo pois incentivá-la junto aos novos pesquisadores das representações sociais (1998: 71).

Além de confirmar o papel dos *mass media* como um terceiro elemento intermediário entre os indivíduos e a sociedade, esta afirmação está, ao mesmo tempo, de acordo com a afirmação de Jovchelovitch que considera esses processos como mediações, “*trazendo para um nível quase material a produção simbólica de uma comunidade e dando conta da concreticidade das representações sociais na vida social*” (1994: 81).

3. Agenda-setting e a Teoria das Representações sociais

A hipótese da *Agenda-Setting* propõe que aquilo que é comentado, discutido, pensado na esfera social deve-se, em grande parte, aos *mass media*. São o principal elo entre os fatos e a opinião pública, entre o real, o compreendido e imaginado; são eles que dizem ao público, portanto, “*what to think about*” e “*how to think about it*” (KOSLICKI, 1993: 104), direcionando a opinião pública, dando sentido à realidade social.

Elaborada ao fim da década de 60 por M. McCombs e D. Shaw, a hipótese da *agenda-setting* nasce a partir da constatação pelos autores de um “*alto grau de correspondência entre a dose de atenção dada à determinada questão pela imprensa e o nível de importância a ela atribuído por pessoas da comunidade que estiveram expostas à mídia*” (DEFLEUR, 1993: 284).

A primeira proximidade conceitual com a teoria das representações sociais é que a agenda não se restringe ao conteúdo dos *mass media*: tão importante quanto saber o que os meios desejam que opinião pública pense, discuta e se preocupe, é saber *o que* o público realmente pensa, *se discute* e *se se preocupa* com o que os meios mantêm em suas pautas. Assim, a hipótese de McCombs possibilita investigações coerentes com o pensamento de Moscovici: sobre como os agentes produtores organizam as informações que serão divulgadas e como a opinião pública absorve estas informações.

A abordagem estrutural também apresenta algumas semelhanças conceituais em relação à *agenda-setting* que podem ser pertinentes aos estudos sobre influência dos *mass media*. Nesta última, a escolha dos temas que estão em sintonia (*centralidade*) com experiências pessoais do público revelou-se essencial em várias pesquisas relatadas por Wolf (1999). Esta característica está relacionada com a distância que o público possui sobre o assunto e não o contrário: quanto menor a “*experiência direta, imediata e pessoal*” que público tiver com o tema, mais influência ele receberá. Assim, ao identificar o conhecimento público sobre o assunto, verificando se há alguma representação social sobre ele, se há relação



entre os elementos periféricos ou centrais desta representação, pode ser possível avaliar a capacidade de influência dos *mass media*. Há aqui, outra relação coincidente entre as teorias da agenda-setting e as representações sociais quando ambas se ocupam “*pelo modo como as pessoas organizam e estruturam a realidade circundante*”, frase de McCombs (WOLF, 1999: 165), mas que não causaria surpresa se fosse de Moscovici: para a teoria das representações sociais, as experiências pessoais são seu alicerce: surgem como uma forma de resolver os problemas do dia-a-dia, “*commonplace puzzles*” (MOSCOVICI, 1981: 182).

O conceito de Abric vem ao encontro de uma necessidade colocada por Mauro Wolf: a de um modelo que seja “*capaz de explicar como é que a nova informação, absorvida através dos mass media, se transforma em elementos da enciclopédia dos destinatários, ou seja, do conjunto dos seus conhecimentos acerca do mundo*” (1999: 167). Pode, por exemplo, apresentar uma possível solução para alguns problemas metodológicos da Agenda-setting tais como reconhecer qual é a natureza da influência, o que realmente determina o que as pessoas pensam e sobre o que pensam, como definir o poder de cada meio ou como ocorre a influência em públicos distintos. No caso, por exemplo, da influência em públicos distintos, encontrar os elementos centrais e periféricos do tema agendado em cada público ou grupo que se deseja pesquisar e também nos discursos dos meios, possibilitaria identificar a influência em cada um deles a partir de uma comparação entre estes elementos. Outra possibilidade seria identificar os elementos que determinam o que as pessoas pensam e sobre o que pensam comparando elementos centrais e periféricos do tema agendado com outros temas correlacionados.

Um outro aspecto é que ambas estão interessadas na produção e na compreensão dos conteúdos. A distância entre elas é explicada pelo mesmo motivo que as aproxima: o papel dos meios de comunicação de massa. O elemento principal da agenda-setting, apenas mais uma entre tantas fontes para a outra e o “*modo como as pessoas organizam e estruturam a realidade circundante*” (WOLF, 1999: 165) unindo-as.



4. A teoria das representações sociais e as pesquisas sobre comunicação de massa

Desempenhando a importante função de elo entre o indivíduo e a sociedade, os *mass media* estão presentes na sociedade atual de maneira tão atuante quanto fundamental em sua organização, representando um diferencial quantitativo e qualitativo na construção da realidade social. Entretanto, a simples existência destes meios não indica o real alcance desta influência, demandando pesquisas que investiguem, identifiquem e avaliem as variáveis que podem influenciar estes efeitos tais como tecnologia, acesso, diferenças culturais sociais e econômicas que influenciam na escolha e no acesso aos meios e do papel que cada meio possui na sociedade. Por outro lado, observando as definições dos processos de ancoragem e objetivação e dos sistemas de comunicação – propaganda, propagação e difusão –, percebe-se que as variáveis acima não possuem para a teoria das representações sociais o mesmo peso que nas teorias da comunicação de massa (*agenda-setting*): eles dividem com as experiências comuns do dia-a-dia, com o convívio social, e com as conversas interpessoais a responsabilidade da produção e manutenção destas representações sociais:

In the streets, in cafés, offices, hospitals, laboratories, etc, people analyse, comment, concoct spontaneous, unofficial ‘philosophies’ which have a decisive impact on their social relations, their choices, the way they bring up their children, plan ahead and so forth. Events, sciences and ideologies simply provide with ‘food for thought’ (MOSCOVICI, 2001: 30)⁸.

Portanto, os *mass media* são elementos complementares⁹ aos estudos das representações sociais cujo foco se concentra nos aspectos comunicativos interpessoais, relegando a investigação das condições de eficácia dos *mass media* a poucos pesquisadores,

⁸ Nas ruas, nos cafés, escritórios, hospitais, laboratórios, etc, as pessoas analisam, comentam, forjam espontaneidade “filosofias” não oficiais que têm um impacto decisivo em suas relações sociais, em suas escolhas, na maneira que educam seus filhos, planejam antecipadamente e assim por diante. Eventos, ciências e ideologias que simplesmente produzem “alimento para o pensamento”.

A expressão “*alimento para o pensamento*” é bastante apropriada com o que ocorre nos agendamentos midiáticos: os temas agendados se tornam alimentos para as conversações cotidianas.

⁹ Tornando as variáveis – público-alvo, diferenças sociais, econômicas, tecnológicas etc –, coadjuvantes.



mais interessados na imprensa escrita. Um levantamento no Caderno de Resumo da *II Jornada Internacional das Representações Sociais* constatou que, das 9 Mesas Redondas e dos 121 posters, não houve pesquisa envolvendo os *mass media*; dos 151 trabalhos dos GTs, apenas 11 trataram dos meios de comunicação: um trabalho teórico, duas pesquisas sobre representações sociais em revistas, cinco em jornais, uma sobre campanhas educativas e uma sobre cinema.

Estas pesquisas não consideram os meios tanto produto quanto processo: apenas quatro trabalhos¹⁰ os apresentam como colaboradores no desenvolvimento das representações. Na maioria, o sujeito – representação de *quem?* –, não fica claro, pois, na verdade, para estes pesquisadores, não há um sujeito específico e sim, um grupo social. Desta forma, consideram a imprensa como um todo, ignorando as regiões em que os jornais são produzidos, a linha editorial, o público que se espera atingir, quem realmente tem acesso às informações e se, os conteúdos propostos são compreendidos. Os *mass media* são observados no todo, como uma dimensão social em si mesma, sem que sejam levados em conta suas particularidades (por ex., que os jornais Estado de São Paulo x Folha de São Paulo possuem propostas editoriais distintas), suas contradições e as condições de possibilidades que os tornam eficazes.

Confirmando esta tendência encontramos a posição do psicólogo social Michel-Louis Rouquette, um dos principais pesquisadores sobre representações sociais e comunicação de massa. Rouquette observou que normalmente os dois temas envolvem as seguintes questões (1996: 223): *Como e quanto os meios de comunicação de massa influenciam as representações sociais e Como e quanto os meios de comunicação de massa refletem as representações sociais?* Para ele, além de serem questões ingênuas, elas também são armadilhas metodológicas que apenas nos levam de uma resposta à outra, de um conteúdo ao outro, ou seja, das representações sociais para a comunicação de massa e da comunicação de massa para as representações sociais, num constante círculo vicioso.

¹⁰ GT D1.08, GT D1.12 e D2.07



Essa postura difere da encontrada na comunicação social onde uma única variável já é o suficiente para que os efeitos sejam distintos. Dessa maneira, um mesmo conteúdo, se difundido pela TV, pelo telefone, por uma conversa informal ou por um outdoor, pode provocar interpretações e reações diferentes em seus públicos-alvo. No caso da *Agenda-setting*, que pretende investigar poder de agendamento das conversações ordinárias em função dos conteúdos dos *mass media*, as pesquisas podem revelar muito sobre o que a opinião pública pensa e como pensa a respeito de temas para os quais dá destaque. Já para a teoria das representações sociais, o interesse não é avaliar estes efeitos separadamente. Apenas busca-se uma compreensão compartilhada do discurso que é (re) produzido pelos *mass media* reforçando o senso comum. Todo o interesse dos teóricos das representações sociais se volta, assim, para o processo de transformação do não-familiar em familiar. Assim, os meios de comunicação de massa funcionam como estabilizadores (MOSCOVICI, 2000: 67) ou, como prefere Ibañez, eles são a terceira fonte de determinação das representações sociais, ao lado do fundo cultural acumulado na sociedade e dos mecanismos de ancoragem e objetivação:

Es, en efecto, en los procesos de comunicación social donde se origina principalmente la construcción de las representaciones sociales. Esto no puede sorprender a quienes saben de la importancia que tienen los medios de comunicación de masas para transmitir valores, conocimientos, creencias y modelos de conductas. Tanto los medios que tienen un alcance general, al estilo de la televisión, como los que se dirigen a categorías sociales específicas, al igual que las revistas de divulgación científica por ejemplo, desempeñan un papel fundamental en la conformación de la visión de la realidad que tienen las personas sometidas a su influencia. (IBAÑEZ, 1998: 41)

Estas diferenças apontam problemas que, na verdade, sugerem uma indefinição quanto aos limites entre a psicologia social – aqui, sob a ótica das representações sociais – e a comunicação social. A posição de Roquette ao afirmar que o processamento de conteúdos não vai além do trabalho de uma documentação, transformando a psicologia social numa espécie



de psicografia, “*even to journalism, which is perhaps not exactly our ambition*”¹¹, ele está, de certo modo, definindo esses limites para a psicologia social. Entretanto, se considerarmos que a opinião pública e as representações sociais exercem tanto o papel de produtores quanto de produtos, e que os *mass media* agem, seja no sentido de falar algo não familiar, seja no sentido de tornar o desconhecido familiar, esta afirmação e as questões apresentadas acima passam a não ser tão ingênuas como sugerido por Roquette.

Na verdade, observando as pesquisas já relatadas, parece que mesmo na psicologia social não há uma produção significativa para que as dúvidas apresentadas por este autor tenham sido discutidas de uma forma conclusiva: ainda não está claro a definição dos limites dessas disciplinas, o que, na prática, repercute sobre a compreensão do real papel dos meios de comunicação nos processos de cognição social.

5. Conclusão

O modo peculiar que cada ciência observa a ocorrência dos efeitos dos meios de comunicação de massa na sociedade sugere uma interpretação semelhante à de McCombs sobre as diferenças entre a Agenda-setting e a Espiral do Silêncio¹². A psicologia social e a comunicação social são ciências com propósitos diferentes e que, conseqüentemente, utilizam ferramentas de análise distintas. Isto não impede, entretanto, que possa haver contribuições entre uma e outra. Conceitos desenvolvidos por Moscovici, como ancoragem e objetivação, por exemplo, podem se tornar instrumentos significativos para os trabalhos de análise da audiência, típicos da Comunicação Social, que por sua vez pode fornecer um aparato conceitual que permita uma maior precisão da análise da atividade mediática, simplificada pelos psicólogos sociais. Trata-se de uma verdadeira relação de complementaridade, a qual

¹¹ Comparada ao jornalismo, o que talvez não seja exatamente nossa ambição (ROUQUETTE, 1996: 223).

¹² “*The two theories’ seemingly disparate views of the world are akin to two travelers riding the same train but looking out the windows on opposite site*”



não descarta, ao contrário, ressalta, a necessidade de se reconhecer os limites e competências dessas disciplinas.

Os meios de comunicação de massa, difusores dos valores, conhecimentos e das representações sociais, exercem grande influência na organização e na construção social fazendo com que as teorias da comunicação de massa se caracterizassem por uma intensa interdisciplinaridade. Esta, por sua vez, enriqueceu a Comunicação Social ao mesmo tempo que o campo se desenvolvia em outras disciplinas como a psicologia social. O interesse desta pelo comportamento do indivíduo sob influência do social (o processo de produção de conhecimentos compartilhados e as práticas resultantes) certamente a induz à avaliação da participação dos *mass media* nestes processos, aproximando-a, assim, do foco de interesse da Comunicação social.

O fato é que, apesar de algumas afinidades e de um interesse comum pelos efeitos provocados pelos *mass media*, a Psicologia social e a Comunicação Social se distinguem menos pelo modo como observam esta relação entre os indivíduos, pela análise que fazem dos grupos sociais e dos conteúdos mediáticos e ferramentas metodológicas utilizadas, que pelo real foco de interesse que constitui o objeto de estudo de cada uma delas (respectivamente processos psicológicos sob influência do coletivo e processos mediáticos). Perspectiva oportuna tanto na definição dos limites entre estas disciplinas – principalmente para a Comunicação Social –, mas principalmente, quanto às inúmeras contribuições que estas disciplinas podem apresentar uma a outra. Contribuições que embora não tenham recebido a devida atenção da parte dos pesquisadores, com certeza não se esgotam e, certamente, devem ser aprofundadas.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRIC, Jean Claude. (1998). “Abordagem Estrutural das representações sociais: desenvolvimentos recentes”. In: IV Conferência Internacional sobre as Representações Sociais, México. Trad.: Paulo França. Não publicado (fotocópia).
- . (1994). “A organização das representações sociais: sistema central e sistema periférico”. Trad. Angela M. O de Almeida, com a colaboração de Adriana Gionani e Diana Lúcia Moura Pinho. Trabalho fotocópia, não publicado. Traduzido de: J. C. Abric. “L’organisation interne des représentations sociales: système central et système périphérique”. In: C. H. Guimelli. *Structures et transformations des représentations sociales*. Lausanne: Delachaux et Niestlé. p. 73-84.
- DEFLEUR, Melvin & BALL-ROKEACH, Sandra (1993). *Teorias da comunicação de massa*. Rio de Janeiro : Jorge Zahar ed.
- DURKHEIM, Emile.(1989) *As formas elementares de vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália*. São Paulo: Paulinas.
- FARR, Robert (1998). *As raízes da psicologia social moderna (1872-1954)*. Petrópolis: Vozes.
- . (2002). “Representações Sociais: a teoria e sua história”. In: GUARESCHI, P. & JOVCHELOVITCH, S. (orgs). *Textos em representações sociais*. 7a. ed. Petrópolis: Vozes. pp.31-62
- FOURQUET, Marie-Pierre. (1999). “Un siècle de théories de l’influence: histoire du procès des medias”. *Médiation et information*. Paris: L’Harmattan, no. 10. p. 101-116.
- FRIEDMANN, Georges. (1968). *Estudos sobre a técnica*. São Paulo: Difel.
- GUARESCHI, P. & JOVCHELOVITCH, S. (orgs) (2002). *Textos em representações sociais*. 7^a. Ed. Petrópolis: Vozes.
- IBAÑEZ, T. (1988). “Representaciones sociales, teoria y metodo”. In: T. Ibañez. *Ideologias de la vida cotidiana*. Barcelona: Sendai. P. 33.
- JODELET, D. (1989). “Représentations sociales: un domaine en expansion”. In: Jodelet, D. (org). *Les représentations sociales*. Paris: PUF. pp 31-61.



- JORNADA INTERNACIONAL SOBRE REPRESENTAÇÕES SOCIAIS. (2001). Caderno de resumos: questões metodológicas. Florianópolis. 225p.
- JOVCHELOVITCH, S. (2002). “Vivendo a vida com os outros: intersubjetividade, espaço público e representações sociais”. In: GUARESCHI, P. & JOVCHELOVITCH, S. (orgs). *Textos em representações sociais*. 7ª. Edição. Petrópolis: Vozes. pp 63-88.
- KOSICKI, Gerald M. (1993). “Problems and opportunities in Agenda-setting research”. *Journal of communication*. Minneapolis: UMP. Vol. 43, No. 2, p. 100-127.
- MARTINO, Luiz C. (2001a) “Cepticismo e Inteligibilidade do Pensamento comunicacional”. In: *Compós 2001: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. Brasília: FAC. no. 10, 2001, p. 377-385. CD-ROM.
- . (2001b) “Elementos para uma Epistemologia da Comunicação”, in A. Fausto Neto, S.D. Porto, J.L. Aidar Prado (orgs) – *Campo da Comunicação: caracterização, problematização e perspectivas*. Editora Universitária/UFPB. João Pessoa.
- MATTELART A. & M. (1999) *História das teorias da comunicação*. 2ª. ed. SP: Ed. Loyola.
- MCCOMBS, M. (1993). “The evolution of Agenda-Setting research: twenty-five years in the marketplace of ideas”. *Journal of communication*. Vol. 43 N°. 2, p. 58-67.
- MOSCOVICI, Serge. (1985). “A era das representações sociais”. Trad. de Maria Helena Fávero do original “L’ère des représentations sociales” In: DOISE & PALMONARI, A. (eps) *L’études des représentations sociales*. Neuchatel. Paris : Delachaux et Nietlé, pp334-80. (fotocópia)
- . (Org.) (1972). *Introduction à la psychologie sociale*. Vol. 2, Paris: Librairie Larousse.
- . (1961). *La psychanalyse, son image et son public: étude sur la représentation sociale de la psychanalyse*. Paris : Presses Universitaires de France.
- . (1981). “On social representations”. In: J. P. Forgas (ed.). *Social cognition; perspective on everyday understanding*. London : Academic Press. pp: 181-209.
- . (org.) (1998). *Psychologie sociale*. Paris: Presses Universitaires de France.



- . (2001). *Social representations: explorations in social psychology*. New York : New York University Press.
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. (1974). “The spiral of silence: a theory of public opinion”. *Journal of Communication*. Vol. 24, No. 3, p. 43-51.
- ROUQUETTE, Michel-Louis. (1998). “Les communications de masse”. In: MOSCOVICI, S. (1998). *Psychologie sociale*. Paris: Presses Universitaires de France. p.501-518.
- . (1996). “Social representations and mass communication research”. *Journal for the theory of social behaviour*. Vol. 26, p. 221-231, junho.
- SÁ, Celso P. (1996). *Núcleo central das representações sociais*. Petrópolis: Vozes.
- . (1995). “Representações Sociais: o conceito e o estado atual da teoria”. In: SPINK, Mary Jane (org.). *O conhecimento cotidiano: as representações sociais na perspectiva da psicologia social*. São Paulo: Brasiliense. pp. 19-45
- . (1998). *A construção do objeto de pesquisa em representações sociais*. RJ: EdUERJ.
- SAPERAS, Enric (1993). *Os efeitos cognitivos da comunicação de massas: as recentes investigações em torno dos efeitos da comunicação de massas: 1970/1986*. Portugal: Edições Asa.
- SCHULTZ, D. & SCHULTZ, S. E. (1992) *História da psicologia moderna*. 5 ed. SP: Cultrix.
- SPINK, Mary Jane. (org.) (1995). *O conhecimento no cotidiano: as representações sociais na perspectiva da psicologia social*. São Paulo: Brasiliense.
- STOETZEL, J. (1967) *Psicologia social*. São Paulo: Companhia Editora Nacional. Tradução de Haydée Camargo Campos. Título original: *La Psychologie sociale* (1978).
- STREY, Marlene Neves | et al. |. (2000). *Psicologia social contemporânea: livro-texto*. 4a. ed. Editora Vozes : Petrópolis.
- WOLF, Mauro (1994). *Los efectos sociales de los media*. 1ª. Ed. Barcelona: Ediciones Paidós.
- (1999). *Teorias da comunicação*. 5ª. ed. Lisboa : Editorial Presença.