

## A Mídia e as Representações Sociais<sup>1</sup>

Kalyne MENEZES,  
Universidade Federal de Goiás<sup>2</sup>  
Claudomilson F. BRAGA,  
Universidade Federal de Goiás<sup>3</sup>

### Resumo

Este artigo apresenta, de modo breve, as relações entre as Representações Sociais e a mídia, a partir de uma abordagem teórica. As representações sociais são compartilhadas socialmente, o que só é possível e viável no contexto da comunicação. A maneira como o homem se comporta em sociedade, bem como o processo de transformar o conhecimento em prática, tem influência dos meios de comunicação, já que a mídia, com suas dinâmicas e simbologias, influencia a sociedade na construção da realidade social e, conseqüentemente, nas representações sobre o mundo.

**Palavras-chave:** mídia, representação social, comunicação.

### Introdução

Os meios de comunicação de massa merecem destaque na sociedade, especialmente no estudo das representações, porque modificaram as formas de interação social, as relações na sociedade e contribuíram para a transformação do espaço e do tempo. Com a mídia, um novo tipo de esfera pública é formada, a esfera midiática, na qual a proporção, o alcance e as imagens de um acontecimento são ampliadas e largamente difundidas.

Por sua característica dinâmica, global e de circulação de informação, a Comunicação figura como suporte para as Representações Sociais, pois difunde o saber de várias sociedades

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT do VIII Seminário de Mídia e Cidadania (SEMIC) – Faculdade de Informação e Comunicação – Universidade Federal de Goiás. 20 e 21 de outubro de 2014. Este artigo é parte integrante da dissertação de mestrado

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social -- Jornalismo pela Universidade Federal de Goiás, UFG, e especialista em Assessoria de Comunicação e Marketing. Mestranda em Comunicação, linha Mídia e Cidadania, UFG, email: [mkskalyne@gmail.com](mailto:mkskalyne@gmail.com).

<sup>3</sup> Graduado em Comunicação Social - Relações Públicas pela Universidade Fernando Pessoa. Porto/Portugal. Doutor em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás PUC Goiás. Professor da Pós-Graduação em Comunicação (Especialização / Mestrado) da Faculdade de Informação e Comunicação e do curso de Comunicação Social – Relações Públicas da Universidade Federal de Goiás - UFG, e-mail: [milsonprof@gmail.com](mailto:milsonprof@gmail.com).

e cria – e recria – as representações existentes na sociedade, em diversos grupos. As representações sociais fazem parte do pensamento social, dizem respeito de um conteúdo estruturado acerca de um fenômeno ou objeto socialmente relevante. Fazem parte das representações sociais aspectos simbólicos, cognitivos, afetivos e outros que são compartilhados socialmente.

Neste artigo vamos abordar a relação entre a Comunicação e a Teoria das Representações Sociais, que tem destaque pela valorização do conhecimento cotidiano, do saber popular e de senso comum. As representações sociais, conforme define Moscovici (2003), criador da teoria, estão sempre em circulação, visto que são dinâmicas e se cruzam, perpassam uma às outras por meio da linguagem, e se consolidam no dia a dia em sociedade. A mídia é a instituição simbólica que permite, por meio da sua linguagem, a difusão das representações sociais e a interferência nessas representações.

### **O homem como sujeito social**

A globalização, aliada ao processo de urbanização e à mobilidade populacional, ampliou de maneira extraordinária o contato cultural entre as culturas e o hibridismo entre diferentes modos de vida. Como fruto disso, essa interculturalidade das sociedades trouxe grandes desafios em diversas áreas, como comunicação, saúde e gestão da diversidade cultural (RAMOS, 2008), e influenciou o processo de construção das representações sociais, que são resultados de interação em sociedade e só são possíveis por meio de grupos que compartilham o mesmo pensamento social sobre um ou outro objeto social.

A cultura afeta nosso modo de ver o mundo, produzindo diferentes percepções (como também questionamentos), posta que é transpassada por valores, crenças, atitudes, dentre outros. Como reflexo, também as representações dos indivíduos e grupos sobre o mundo são influenciadas pelo contexto cultural.

A representação é uma construção do sujeito enquanto sujeito social. Sujeito que não é apenas produto de determinações sociais nem produtor independente, pois que as representações são sempre construções contextualizadas, resultados das condições em que surgem e circulam. Spink argumenta que as representações nunca podem ser interpretações de um objeto, visto que são sempre representações de um sujeito *sobre* um objeto.

Dois aspectos são particularmente relevantes neste segundo eixo do campo de estudos das representações sociais. Em primeiro lugar, o posicionamento sobre a relação indivíduo sociedade, que foge tanto ao determinismo social — onde o homem é produto da sociedade — quanto ao voluntarismo puro,

que vê o sujeito como livre agente. Busca um posicionamento mais integrador que, embora situando o homem no processo histórico, abre lugar para as forças criativas da subjetividade. Em segundo lugar, ao abrir espaço para a subjetividade, traz para o centro da discussão a questão do afeto: as representações não são, assim, meras expressões cognitivas; são permeadas, também, pelo afeto (SPINK, 1995, p. 304).

Duveen (2005) assinala que as representações são sempre construtivas e que apresenta o mundo como ele é conhecido. Para o autor, as identidades que sustentam essas representações são a garantia ao sujeito do seu lugar no mundo.

Assim, ao serem internalizadas, as representações passam a expressar a relação do sujeito com o mundo que ele conhece e, ao mesmo tempo, elas o situam nesse mundo. É essa dupla operação de definir o mundo e localizar um lugar nele que fornece às representações o seu valor simbólico. Moscovici refere-se a isso quando fala de representações sociais estabelecendo ‘uma ordem que permite aos sujeitos orientar-se no seu mundo material e social, e comandá-lo’ (1973). Sendo assim estabelecida, a ordem que é fornecida pelas representações assume um caráter fixo e objetivo. Elas assumem a estabilidade que garante segurança para os sujeitos encontrarem um lugar próprio no mundo. (DUVEEN, 2005, p. 267)

Compartilhando o mesmo pensamento dos autores, Jovcheloviych (1995) afirma que:

A Teoria das Representações Sociais se articula tanto com a vida coletiva de uma sociedade, como com os processos de constituição simbólica, nos quais os sujeitos sociais lutam para dar sentido ao mundo, entendê-lo e nele encontrar o seu lugar, através de uma identidade social. Isso significa deixar claro como as representações sociais, enquanto fenômenos psicossociais, estão necessariamente radicadas no espaço público e nos processos através dos quais o ser humano desenvolve uma identidade, cria símbolos e se abre para a diversidade de um mundo de Outros (JOVCHELOVIYCH, 1995, p.65).

A autora destaca a esfera pública como lugar que fornece às representações sociais o subsídio para que elas sejam cultivadas e estabelecidas. Assim, a esfera pública se configura como um espaço de “pluralidade humanas” (JOVCHELOVIYCH, 1995), que sustenta as diversidades da sociedade e se consolida como um espaço de transparência, diálogo, prestação de contas, ação comunicativa entre os vários sujeitos. É nesse espaço, afirma a autora, que a sociedade desenvolve e sustenta saberes e símbolos sobre si mesma, ou seja, representações.

A partir dos estudos de Wagner (1998), Vala (2006) apresenta cinco critérios das representações sociais. O primeiro é a manutenção da unidade do grupo, orientando a autocategorização e a interações de seus membros. A relevância aparece como segundo ponto, visto que as representações sociais sempre se referem a objetos socialmente relevantes para os atores sociais em questão.

O terceiro critério é que esse objeto é orientado em práticas, especialmente em práticas comunicativas. Outro ponto é que as representações sociais sempre têm referências ao grupo o qual pertencem, pois fazem de uma identidade social. Por último, o consenso, a relevância, o objeto e as práticas sociais contêm referências do grupo social. Nem todos esses critérios estão presentes em todas as representações, pois existem diferenças estruturais e funcionais em cada representação.

Assim a Teoria das Representações Sociais, afirma Jovcheloviych (1995), é construída com base em uma teoria de símbolos. Conforme Moscovici apontou, as representações são consideradas formas de conhecimento social que implicam em duas faces profundamente interligadas, que são o lado figurativo (ou imageante) e o lado simbólico.

O espaço potencial é portanto o espaço dos símbolos. Símbolos pressupõem a capacidade de evocar presença apesar da ausência, já que sua característica fundamental é que eles significam, uma outra coisa. Nesse sentido, eles criam o objeto representado, construindo uma nova realidade para a realidade que já está lá. Eles provocam uma fusão entre o sujeito e o objeto porque eles são expressão da relação entre sujeito e objeto. Através de símbolos, coisas diferentes podem significar umas as outras e podem mergulhar umas nas outras; eles permitem uma variabilidade infinita, e, ainda assim, são referenciais. Assim é a essência da atividade simbólica – da atividade do espaço potencial – o reconhecimento de uma realidade compartilhada – a realidade de outros. Mas, é um reconhecimento criativo que leva a um envolvimento com outros e com o objeto que é o mundo. É a referência do mundo que garante a natureza criativa da atividade simbólica, de tal forma que a experiência de um, ao se mesclar com a experiência de outro, cria continuamente a experiência que constitui a realidade de todos (JOVCHELOVIYCH, 1995, p. 74-75).

Spink (1995) complementa Moscovici dizendo que as representações sociais são, portanto, lugar de multiplicidade, diversidade e contradição, tendo alcance e repercussão histórica a curto e a longo prazo.

O imaginário social seria, assim, o conjunto cumulativo das produções culturais que circulam numa determinada sociedade sob formas as mais variadas: iconografia, literatura, canções, provérbios, mitos. Estas produções são filtradas pelas representações hegemônicas constitutivas da episteme (Foucault, 1987), ou visão de mundo, de uma determinada época histórica. São, ainda, reinterpretadas pelo grupo, ou, mais especificamente, pelo habitus, entendido, conforme definido por Bourdieu (1983), como disposições adquiridas em função de se pertencer a determinados grupos sociais (SPINK, 1995, p. 304).

A partir do pensamento de Jodelet, Jovcheloviych (1995) explica que o ato de representar transpassa os rígidos limites entre o que é interno e o que é externo, envolvendo também elementos de construção e de reconstrução das representações sociais. Ora, isso quer dizer que o homem é autor da construção mental e o único capaz de transformar essa mesma construção à medida em que ela é desenvolvida. Jovcheloviych (1995) argumenta que:

Sua análise [a do homem] do ato da representação também delimita cinco características que vêm a ser fundamentais na construção das representações sociais. Essas características são o aspecto referencial da representação, quer dizer, o fato de que elas sempre são a referencia de alguém para alguma coisa; seu caráter imaginativo e construtivo, que a faz autônoma e criativa e finalmente sua natureza social [...]. Parece claro aqui o quanto o ato da representação é crucial para a própria construção das representações sociais e como esta relação pode ser vista no seu processo de desenvolvimento nas noções de espaço potencial e atividade simbólica [...] (JOVCHELOVIYCH, 1995, p. 76).

Jovcheloviych (1995) também considera que as representações permitem a existência de símbolos, definidos pela autora como “pedaços de realidade social mobilizados pela atividade criadora de sujeitos sociais para dar sentido e forma às circunstâncias nas quais eles se encontram” (Jovcheloviych, 1995, p.79). Esses símbolos são perpassados pela linguagem e pela mídia, que influencia, altera, constrói e modifica símbolos em uma sociedade.

### **Comunicação no contexto das representações**

Moscovici (2003) utiliza o termo comunicação social para exemplificar as variadas formas de interação humana, resultantes de uma construção social da realidade. Todas as informações que temos são distorcidas, em maior ou menor grau, por conta da sua representação. Para o autor, essa distorção tem como fim tornar objetos convencionais, naturalizados e adequados a categorias já existentes na sociedade. Nenhum de nós está isento dos efeitos dessas distorções anteriores acerca do objeto, que se apresenta a nós já carregado de representações, linguagem, cultura (MOSCOVICI, 2003).

O comportamento do homem social e a maneira como ele partilha, compartilha e transforma o conhecimento na prática é influenciada pelos meios de comunicação, já que a mídia, com suas dinâmicas e simbologias, influencia a sociedade na construção da realidade social e, conseqüentemente, nas representações sobre o mundo.

A construção social da realidade por meio da mídia é um processo de formação de cultura. Precisa, assim, ser invisível para ser eficaz [...]. A questão que não pode ser deixada de lado é que o conhecimento advindo da mídia não é oferecido ao público como um dos possíveis, mas como o único possível. As representações difundidas pela mídia adquirem o peso de serem consideradas objeto de conhecimento comum, recíproco, óbvio (AMARAL, *sd*, p. 10-11).

Amaral (*sd*) enfatiza, ainda, que esse poder da mídia na construção da realidade ainda requer ser mais estudado. Com base em outros autores, dentre eles Spink e Medrado (2002), A autora ressalta que além da circulação de bens simbólicos a mídia carrega um poder transformador na reestruturação dos espaços de interação, estimulando novas configurações oriundas dos esforços de produção de sentidos.

Aqui a linguagem é destacada como fator essencial para a construção social da realidade, especialmente pela linguagem midiática. Nesse mesmo sentido, Amaral (*sd*) autora assinala os estudos de Wolf (1994), argumentando que o estudo da maneira que a mídia contribui para a construção social da realidade é uma análise do impacto das relações simbólicas dos meios de comunicação na percepção subjetiva da realidade social.

Os espectadores dependem cada vez mais da mídia para formar suas imagens de realidade, em especial daquela realidade que não podem ver diretamente. Como as representações midiáticas não são automaticamente transportadas para o conhecimento dos destinatários, deve-se sempre considerar como variável a competência no tratamento das informações. Diferentes espectadores vão receber as mesmas informações de formas diversas. Distinguem-se também os modos como os espectadores se enfrentam com os conteúdos televisivos, ou seja, se são passivos ou assumem uma postura crítica – estes últimos avaliam os conteúdos ativamente, entendem que há exceções àquilo que é mostrado e lembram melhor os assuntos apresentados. (AMARAL, *sd*, p. 8)

Campos (2012) argumenta que a Teoria das Representações Sociais despertou um grande interesse em diversos campos de estudo devido ao seu potencial de explicação do conhecimento cotidiano, das práticas sociais dos grupos e suas concepções de sociedade. Assim, a teoria vem para entender melhor a relação entre o pensamento e a ação dos grupos, permitindo tanto a sua análise quanto a sua intervenção.

As representações sociais vêm para compreender fatores sócio-cognitivos que interferem no posicionamento do sujeito à determinadas questões e contextos sociais, principalmente quando estes estão em posição de vulnerabilidade. Citando Moscovici, Campos (2012) enfatiza que:

Concebidas como “sistemas complexos de ação”, as práticas estão longe de constituir objetos claramente distintos das representações: tanto uma prática pode ser tomada como “objeto representado”, como uma dada representação pode conter elementos, conteúdos, esquemas referentes às práticas. As próprias representações são inseridas em processos de construção, de re-apropriação da realidade, de onde se pode considerá-las como “ações” sobre a realidade (CAMPOS, 2012, p.15).

Campos (2012) destaca que atualmente, no estudo das representações sociais, é plenamente aceito que a representação seja um sistema cognitivo, agindo tanto nos indivíduos que a elaboram como no contexto em que a representação está inserida. As representações impõem sobre nós atitudes e práticas comunicativas com uma intensidade, uma força preexistente, de maneira que uma tradição pode decretar o que deve ser pensado sobre um objeto. As crenças da sociedade são construções sociais, aceitadas como verdade sem necessariamente uma evidência objetiva.

As representações sociais se combinam entre si, formando novas representações sociais, representações de segundo nível e que, estas por sua vez, se transformam sim, mas observam uma certa organização. Todo sujeito constrói também em seu sistema cognitivo um conjunto organizado de “crenças” que operam como uma “teoria ingênua e cotidiana” [...] para explicar esta realidade e poder agir sobre ela (CAMPOS, 2012, p.15).

Morigi (2004) enfatiza que a relação entre sociedade e comunicação faz emergir novas questões – e também problemas - em sociedade, especialmente mais visíveis a partir do século XX, com a expansão industrial e cultural dos meios de comunicação de massa no mundo.

As condições de produção da representação afirmam com veemência a marca social das representações, assim como seu estatuto epistemológico marca a sua função simbólica, e os processos e estados, o seu caráter prático. [...] Em resumo, ao ser produção simbólica destinada a compreender e balizar o mundo, ela provém de um sujeito ativo e criativo, tem um caráter cognitivo e autônomo e configura a construção social da realidade. A ação e a comunicação são seu berço e chão: delas provém e a elas retorna a representação social. (ARRUDA, 2002, p.142)

Na sociedade contemporânea, o papel da comunicação de massa é central para as representações sociais, visto que são um componente cultural de forte influencia nas representações da sociedade. Nos estudos de outros autores, como Farr (2003), Morigi (2004) acrescenta que nos estudos de representações sociais é comum a análise das coberturas de mídia sobre diversos temas, já que a representação se encontra tanto na mente das pessoas

como nos meios de comunicação, daí a necessidade de analisar essas representações nesses espaços de manifestação.

Com os efeitos da globalização, destaca o autor, vivemos cotidianamente com o excesso de informações, que atuam na produção da realidade, contribuindo para a banalização dos sentidos, ideias e pensamentos circulantes nos espaços públicos como mercadorias produzidas em serie para serem consumidas instantaneamente após a produção (MORIGI, 2004).

A midiatização é um fenômeno complexo constituído e constitutivo de um conjunto de interações sociais e discursivas. Ela representa a instância das relações sociais à medida que transforma a ordem da vida cotidiana, criando novos valores, novas formas de interação que constituem as práticas sociais, culturais e as formas de exercícios do poder. As representações sociais disseminadas pelos meios de comunicação passam a se constituírem realidades as quais passam a integrar o perfil da opinião pública em forma de discurso da atualidade, tornando parte do senso-comum. As influências sociais da comunicação no processo das representações sociais servem como meio para estabelecer ligações e conexões significativas com as quais nos relacionamos e interagimos uns com os outros (MORIGI, 2004, p.6).

A midiatização seria um “um *post*o avançado de observação e de construção dos sentidos”, como denomina o autor. Isso significa uma interação social complexa da mídia com os diversos campos, sendo resultado de uma articulação entre a tecnologia e a lógica de produção midiática e as condições específicas dessa produção. Morigi (2004) define a midiatização como uma “fala intermediária” de muitos contextos, que te poder de articulação, enquadramento e fomentação social a partir do que está cultural e ideologicamente implícitos nesses contextos.

Dessa forma, o discurso midiático se configura como sendo um produtor de sentidos a partir dos inúmeros discursos produzidos socialmente. A grande força da mídia encontra-se no caráter de persuasão dos meios, que torna visível fatos, acontecimentos e interpretações, contribuindo para um acesso generalizado da sociedade às mensagens e sentidos produzidos socialmente (MORIGI, 2004).

Portanto, a midiatização é um processo no qual o “real” se produz sociotecnicamente e, através dele, se tem acesso à experiência da vida cotidiana, em forma de representação do mundo que se sujeita a lógica do mundo midiático e a sua espetacularização. Entre os dois reais, o virtual e o de referência, existe sempre uma lente que ora aumenta ora reduz o foco. Através dessa lente, contagiada pela visão de mundo do veículo, é que os campos e os atores sociais têm acesso às informações sobre a realidade social. Entretanto, esse agendamento midiático não impossibilita possíveis interpretações dos sujeitos. No processo de decodificação das mensagens e

criação de sentidos existem mais brechas do que se pode imaginar (MORIGI, 2004, p. 9).

A realidade produzida pela mídia é, por sua vez, fruto de diversas interações, movimentos e produção de sentidos. O real é atravessado por estilos, estéticas, discursos, culturas e outros fatores sociais que têm origem em diversos campos. Assim, o acontecimento, no processo de construção, reconstrução e, conseqüentemente, de representação, “é submetido a um *tratamento técnico-estético* até atingir o *modelo* socialmente consumido na atualidade” (MORIGI, 2004, p. 9).

As representações sociais são subsidiadas com base em valores e princípios morais em que os indivíduos, grupos e sociedade se guiam para construir, reconstruir e validar o sentido das suas ações (MORIGI, 2004). No mundo contemporâneo - diante da crise de valores, fragmentação das relações e novo modelo de sociedade pós-moderna – os meios de comunicação, aliado aos movimentos sociais e à sociedade civil, é responsável pela formação de uma nova configuração da política e da moral públicas.

Assim, a mediação da informação pelos meios de comunicação ligadas a direitos variados, à diversidade cultural, a movimentos sociais (ambientais, trabalhistas, feministas e outros) pode contribuir para criar e recriar novas representações sociais, contribuindo para uma mobilização coletiva pelo interesse geral e público. Morigi (2004) destaca a contribuição da Teoria das Representações Sociais nos estudos da Comunicação na medida em que:

[...] podem ser estabelecidos os elos e os nexos entre as partes isoladas com o conjunto da sociedade. Isso ocorre quando ela mostrar de que modo as representações sociais são organizadas pelos meios na construção de produtos midiáticos e como a cultura dos meios produz o senso comum, participando da construção da cultura geral. Portanto, a teoria social pode fornecer mapeamentos que nos permitem visualizar o modo como a sociedade organiza e dissemina as formas de pensamento. Assim, através do modo como a mídia combina e utiliza as suas estratégias de comunicação, podemos desvendar e compreender como se formam as estruturas, os processos internos e as dinâmicas da lógica da produção e criação dos sentidos que dão sustentação a determinadas formas de conceber o mundo, às instituições, seus discursos e suas práticas, e, finalmente interferem nos modos de interagir socialmente. (MORIGI, 2004, p. 11)

Conforme afirma Moscovici (2003, p. 48) temos uma necessidade constante de reconstituir a nossa compreensão do mundo, as imagens e sentidos, o senso comum. Sem esse processo dificilmente uma sociedade pode se estabelecer, pois o coletivo cria representações

sociais baseadas em ideologias, que transformar as realidades compartilhadas. O autor destaca o papel da comunicação na compreensão do mundo:

A compreensão é a faculdade humana mais comum. Acreditava-se antigamente que esta faculdade fosse estimulada, primeira e principalmente, pelo contato com o mundo externo. Mas aos poucos nós nos fomos dando conta que ela na realidade brota da comunicação social (MOSCOVICI, 2003, p. 43).

Lahlou (2011) destaca que “as representações vão ser percebidas e mobilizadas pelos atores dos sistemas de produção e regulação, como meios de influenciar a *demandas*, o *eleitorado*, a *clientela*, a *sociedade*” (2011, p. 102). Assim, a socialização e a difusão do saber também são fatores econômicos, e não apenas cognitivos. Existe em torno das representações o que a autora denomina de “competição entre representações rivais” para um mesmo objeto.

Segundo Lahlou (2011) essa competitividade tem por objetivo produzir e controlar comportamentos sociais, relacionando opiniões, atitudes, estereótipos. A autora conta que Moscovici descreveu essa competição em seus estudos sobre as representações sociais da psicanálise, quando abordou a difusão, a propagação e a propaganda do objeto.

Na sociedade contemporânea, movida pela produção em massa de bens e serviços, é possível perceber uma *indústria da modelagem das representações* (LAHLOU, 2011, p.102), na qual uma rede estruturada de organizações e de profissionais oferecem serviços de marketing, imprensa, publicidade e outras estruturas de comunicação tanto a nível individual como coletivo. Lahlou (2011) enfatiza a criação de uma “tecnologia da fabricação e difusão de representações, cujo último avatar é a internet” (2011, p.103).

A sociedade está formada por um conjunto de grupos culturais, e o enlace social que os constitui está feito de significações compartilhadas construídas por interações comunicativas. Nessa interação comunicativa, o sujeito tem uma posição ativa, é um observador [...] que discerne para atuar no e sobre o mundo produzindo e reproduzindo conhecimento, mas não a partir de uma tabula rasa, e sim de conhecimentos prévios e da observação que se atualiza, se transmite e praticamente modifica o sentido comum de um grupo; e o leva a descobrir novos estados do mundo dos quais é, paradoxalmente, o construtor. (PATIÑO E ÁVILA, 2005, p. 207-208)

Spink (1995) afirma que, no contexto das comunicações sociais, as representações sociais são necessariamente estruturas dinâmicas. Essa é a característica de flexibilidade e permeabilidade que distingue o conceito de Moscovici (1981) das representações coletivas de

Durkheim e de outros modelos de representação. Contudo, as representações sociais não se resumem a combinações e recombinações de conteúdos pela pressão e forças dos grupos sociais, “elas são também alimentadas pelos produtos da **ciência**, que circulam publicamente através da mídia e das inúmeras versões populares destes produtos” (SPINK, 1995, p.17). E ainda:

As representações sociais não são um agregado de representações individuais da mesma forma que o social é mais que um agregado de indivíduos. Assim, a análise das representações sociais deve concentrar-se naqueles processos de comunicação e vida que não somente as engendram, mas que também lhes conferem estrutura peculiar. Esses processos, eu acredito, não processos de mediação social. Comunicação é a mediação entre um mundo de perspectivas diferentes, trabalho é a mediação entre necessidades humanas e o material bruto da natureza [...] (JOVCHELOVIYCH (1995, p. 80-81).

Dessa forma, as mediações sociais é que geram as representações sociais. Jovcheloviych (1995) considera que as representações sociais são estratégicas dos sujeitos para encarar a diversidade e a mobilidade do mundo, que apesar de social transcende a nível individual. Nesse sentido, as representações são um espaço comum e em potencial de fabricação de realidades onde cada sujeito vai além da sua individualidade, adentrando e compartilhando pensamentos no espaço público.

Braga e campos (2012), no estudo de autores como Tajfel e Doise, argumentam, considerando as imagens produzidas, reproduzidas e reelaboradas nas relações e interações grupais, na centralidade dos conteúdos relevantes, nas representações cognitivas e outros fatores, que a mídia parece ser um elemento ativador que sustenta essas representações e também que gera os “processos relacionais” entre os grupos.

A compreensão da representação social é fundamental por ter um papel central na formação de condutas e práticas, situando simbolicamente os sujeitos nas suas relações sociais. Nesse sentido, Campos e Braga (sd) explicam a aproximação da Comunicação Social com a Teoria das Representações Sociais, considerando que o comportamento e a ação podem ser modeláveis e que o fluxo interação a nível global é resultante de uma rede comunicativa. “As representações sociais são elaboradas e transmitidas a partir da comunicação, indicando um caminho de análise e oferecendo a Comunicação Social um lugar privilegiado na compreensão das Representações Sociais” (CAMPOS e BRAGA, sd).

As representações sociais são características das sociedades modernas, em detrimento do desenvolvimento tecnológico e das comunicações. Esse avanço global permitiu que a

produção e a legitimação do conhecimento social fosse descentralizadas, ampliando a esfera e as possibilidades da pesquisa de maneira geral. Vala (2006) conclui bem ao dizer que “as representações sociais apresentam estabilidade variada, mas devido à fluidez da comunicação dos tempos atuais, alteram suas configurações de conteúdo e estrutura continuamente” (VALA, 2006, p. 383).

## Considerações

Na sociedade contemporânea, as representações sociais são possíveis pelo caminho da comunicação, estrutura simbólica que faz circular as representações entre os sujeitos. As representações sociais fazem parte do pensamento social, dizem respeito de um conteúdo estruturado acerca de um fenômeno ou objeto socialmente relevante. Fazem parte das representações sociais aspectos simbólicos, cognitivos, afetivos e outros que são compartilhados socialmente.

Nesse contexto, a mídia assume o lugar de mediação, visibilidade, compartilhamento de experiências e representação do real. Tais representações são um reflexo das representações sociais, que circulam em sociedades dinâmicas e flexíveis e têm na comunicação o suporte para a circulação, apropriação e reflexão acerca dessas representações. A sociedade dá relevância a essas experiências mediadas pelos meios de comunicação, pois são *representações do real*, assim é importante e necessário compreender as representações sociais e suas dinâmicas nas sociedades fluidas, flexíveis e permeáveis.

## Referências

- AMARAL, R. M. *Representações sociais e discurso midiático: como os meios de comunicação de massa fabricam a realidade [s/d]*
- BRAGA, C. F. & CAMPOS, P. H. F. *Representações sociais, situações potencialmente criativas e conflito: o caso da reserva Raposa do Sol (2005-2009)*. Curitiba: Appris, 2012.
- CAMPOS, P. H. F. Representações Sociais, risco e vulnerabilidade. Representações da saúde: abordagens contemporâneas. *Revista Tempus Actas de Saúde Coletiva*, 2012.

DUVEEN, G. Crianças enquanto atores sociais: as representações sociais em desenvolvimento. In: GUARESCHI, P. & JOVCHELOVITCH, S. (Orgs). *Textos em representações sociais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

JOVCHELOVIYCH, S. Vivendo a vida com os outros: intersubjetividade, espaço público e representações sociais. In: GUARESCHI, P. & JOVCHELOVITCH, S. (Orgs). *Textos em representações sociais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995

LAHLOU, S. Difusão das representações e inteligência coletiva distribuída. In: ALMEIDA, A. M. O.; SANTOS, M. F. S.; TRINDADE, Z. A. (Orgs.). *Teoria das Representações Sociais: 50 anos*. TecnoPolitik: Brasília, 2011.

MORIGI, V. J. Teoria social e comunicação: representações sociais, produção de sentidos e construção dos imaginários midiáticos. *Revista eletrônica E-compós*, edição 1, dezembro de 2004. Disponível em <http://www.compos.org.br/e-compos>.

MOSCOVICI, S. *Sobre representações sociais*. École des Hautes Etudes en Sciences Sociales: Paris, 1981.

MOSCOVICI, S. *Representações Sociais: investigações em psicologia social*. Editado em inglês por Gerard Duveen; traduzido do inglês por Pedrinho Guareschi. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

PATIÑO, F. J. U.; ÁVILA, M. T. A. Você disse justiça? Elementos de uma representação social. In: OLIVEIRA, D. C. & CAMPOS, P. H. F. (Orgs.). *Representações Sociais: uma teoria sem fronteiras*. Rio de Janeiro: Museu da República, 2005.

SPINK, M. J. Desvendando as teorias implícitas: uma metodologia de análise das representações sociais. In: GUARESCHI, P. & JOVCHELOVITCH, S. (Orgs). *Textos em representações sociais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

VALA, J. Representação Social e psicologia social do conhecimento cotidiano. In: VALA, J. & MONTEIRO, M. B. (Orgs). *Psicologia social*. Fundação Calouste Gulbenkian: Lisboa, 2006.

WOLF, M. *Teorias da Comunicação de Massa*. Rio de Janeiro: Martins Fontes, 2008.