



O Uso da Teoria das Representações Sociais no Campo da Comunicação Social¹

Elisa Fabris de OLIVEIRA²
Manoela Pagotto MARTINS³

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

Resumo

O presente estudo pretendeu investigar o uso da teoria das representações sociais no campo da Comunicação Social. Realizou-se um levantamento em dez revistas científicas da área, onde foram selecionados sete artigos completos que abordavam assuntos de comunicação e utilizavam a teoria das representações sociais como aporte teórico. A partir da análise dos artigos encontrados, observou-se a predominância de pesquisas voltadas para as relações entre a mídia e as representações sociais e também a abordagem da função identitária das representações. Apesar de utilizarem os conceitos da teoria, os estudos dificilmente conseguiram abarcar todas as suas dimensões, restringindo-se, muitas vezes, a análises parcelares e descritivas das representações encontradas.

Palavras-chave: Representações sociais; teoria; comunicação social.

Introdução

A trajetória acadêmica em comum, como profissionais da Comunicação em busca de interfaces desse campo com a Psicologia, acabou por nos despertar o interesse por uma teoria da Psicologia Social que traz uma estreita relação com nossa área de atuação: a teoria das representações sociais (TRS). Serge Moscovici, considerado o “pai” da teoria, desde seu princípio, quando abordou a significação da psicanálise para grupos populares, dedicou parte de sua obra para discutir a importância dos meios de comunicação de massa na construção das representações.

Entendendo as representações sociais como manifestações próprias da cultura de uma sociedade, os meios de comunicação se colocam, então, como um componente cultural importante na sua formação. Como propõe Jodelet (2002) uma das condições de produção das representações sociais é a *comunicação*, seja ela intragrupo, entre grupos e, também, a

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2014.

² Graduada em Comunicação Social e Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Psicologia da UFES, e-mail: elisa.fbrs@gmail.com

³ Graduada em Comunicação Social e Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Psicologia da UFES, e-mail: manu_pagotto@yahoo.com.br



comunicação de massas. São, sobretudo, nesses meios que circulam os sentidos socialmente configurados e compartilhados e também a partir da qual os sujeitos significam a realidade e as relações constituídas no social.

Nesse sentido, não é difícil encontrarmos pesquisas do campo da Comunicação que utilizem a TRS como aporte teórico. Em contato corrente com esses estudos (seja em congressos, artigos, trabalhos de conclusão de curso, entre outros), nos inquietou o fato de apesar de se assumirem dentro da teoria, muitas pesquisas da área não a considerarem em sua totalidade, a partir de todos os aspectos envolvidos na construção dessas representações, o que acaba resultando, muitas vezes, em análises parcelares a partir da teoria.

Apesar de reconhecerem seu caráter multifacetado, muitos estudiosos da área apontam para a necessidade de pararmos para pensar na forma como utilizamos a teoria e a termos cuidado com o “vale-tudo” quando falamos em representações sociais (SÁ, 1998; TRINDADE; SANTOS; ALMEIDA, 2011). Como explicam Palmonari e Cerrato (2011), muito além de especificar os sujeitos e objetos de uma representação, é preciso estar atento às condições históricas, sociais e culturais específicas de sua vinculação.

Diante deste cenário, o presente estudo se propõe a investigar de que forma a teoria das representações vem sendo utilizada como aporte teórico no campo da Comunicação Social.

A Teoria das Representações Sociais

A teoria das representações sociais surgiu junto a uma nova Psicologia Social, que começou a aparecer na segunda metade do século XX, na Europa, como resposta aos estudos individualizantes desenvolvidos nos Estados Unidos. A insipiente corrente, que ao longo dos anos ganhou força principalmente na Europa e na América Latina, entendia que os estudos da Psicologia Social deveriam se situar na fronteira entre a Psicologia e a Sociologia, conferindo importância não só aos processos cognitivos, como também aos processos sociais e aos comportamentos coletivos (BERNARDES, 2011; FARR, 1995; SÁ, 1998; SÁ, 2002).

Neste contexto, Serge Moscovici, um dos principais responsáveis por conduzir essas mudanças, propôs novas concepções que reconheciam o homem como um ser social e ativo, com potencial para promover mudanças e que abandonavam a clássica separação estabelecida entre o sujeito e o objeto, ou seja, entre o universo interior e o universo exterior (ABRIC, 1998; ALMEIDA, 2005). Para o autor, o indivíduo vive e se comporta a partir da sua interpretação sobre o mundo e, portanto, a partir de uma realidade simbólica, que acaba por



se tornar a própria realidade para aquele sujeito. Assim, tendo essas ideias como a base de seus estudos, Moscovici apresenta, em 1961, a teoria das representações sociais, no livro intitulado *La psychanalyse: son image et son public*.

Esta teoria, que hoje assume grande importância nos estudos acadêmicos de diversas áreas – como a Comunicação Social –, caracteriza-se, assim, por ter como objeto de estudo o que poderia ser entendido como a realidade simbólica compartilhada por um determinado grupo, ou, como o autor prefere dizer, o conhecimento do senso comum.

Apesar de a conceituação das representações sociais ter sido originalmente e propositalmente apresentada de forma inacabada, e que, por isso, aceita estar em constante evolução, Moscovici esclarece de forma resumida que elas “restauram a consciência coletiva e lhe dão forma, explicando os objetos e acontecimentos de tal modo que eles se tornam acessíveis a qualquer um e coincidem com nossos interesses imediatos” (MOSCOVICI, 2003, p. 52). De maneira simples e direta, Menandro, Trindade e Almeida (2003) reafirmam essa ideia ao descrever que as representações sociais “são uma forma de conhecimento social que nos permite interpretar e pensar os acontecimentos de nossa vida cotidiana” (MENANDRO; TRINDADE; ALMEIDA, 2003, p. 44).

Para Arruda (2002), a definição mais consensual entre os pesquisadores do assunto é a de Denise Jodelet, que diz que as “representações sociais são uma forma de conhecimento socialmente elaborado e compartilhado, com um objetivo prático, e que contribui para a construção de uma realidade comum a um conjunto social” (2002, p. 22). Jodelet ainda esclarece que toda representação se origina de um sujeito (individual ou coletivo) e se refere a um objeto. Assim, toda representação é representação de alguém e de alguma coisa.

Portanto, entende-se que as representações são um fenômeno psicossocial, que se formam a partir de um processo cognitivo, que atua de forma conjunta à cultura e à aprendizagem histórico-social dos indivíduos. No entanto, além de serem processo, as representações sociais também são o produto desse fenômeno e, portanto, precisam ser compreendidas e estudadas abarcando todas as suas dimensões.

O objetivo principal das representações sociais é tornar o novo e o estranho em algo assimilável e de fácil compreensão, ou seja, é tornar o não familiar em familiar (MOSCOVICI, 2003). Isso porque, enquanto o familiar confere segurança e conforto, o



estranho intriga e provoca nos indivíduos o medo da perda de seus referenciais e da comunicação entre seus pares.

O contexto da sociedade moderna está diretamente ligado ao fenômeno descrito por Moscovici. A pluralidade de informações, o constante contato com diversas novidades e a estruturação e a valorização do conhecimento científico foram, e ainda são, fundamentais para a formação e a manutenção das representações sociais. Devido à existência delas, os sujeitos que vivem nesse meio complexo e difuso, conseguem se situar, interpretar a realidade e se comunicar.

Nesse sentido, Moscovici afirma que as representações sociais são responsáveis por abstrair sentindo do mundo, conferindo-lhe ordem e percepções, de modo que o os sujeitos possam reproduzi-lo – ou representá-lo - de forma mais significativa e clara (MOSCOVICI, 2003). As representações sociais, portanto, são dinâmicas, adequáveis às características multifacetadas dos grupos sociais contemporâneos e estão em constante movimento (SÁ, 1998; ARRUDA, 2002).

A palavra representação, conforme adotada na teoria, precisa ser entendida como algo que deixa de ser igual, copiado e passa a ser reconstituído, retocado, modificado. Assim, as representações tomam o lugar do objeto em si e passam a representá-lo a partir de um novo texto, ou melhor, a partir de uma realidade que não mais se refere à realidade objetiva, mas sim, à visão dos sujeitos e, portanto, à realidade simbólica. Por isso, as representações sociais assumem na vida cotidiana importância significativa e, assim, podem ser tomadas como objeto de estudo para se entender o próprio indivíduo e a sua ligação com alguns fenômenos da sociedade contemporânea.

Almeida (2005) também destaca as relações que as representações estabelecem com as práticas sociais. Segundo ela, as representações sociais devem ser entendidas como entidades modeladoras de pensamento e, conseqüentemente, como orientadoras de comportamentos e práticas. Isso significa que, ainda que necessariamente não exista uma relação de causa e efeito, as representações sociais de alguma forma tendem a orientar o modo como os sujeitos se colocam em diferentes situações, ou seja, como eles se comportam. No entanto, é preciso fazer um alerta sobre a importância de as representações sociais não serem resumidas a função de orientação de práticas. Como afirma Abric (2001), elas apresentam outras diversas funções importantes de serem consideradas, tais como a função de saber, de identidade e de justificação de comportamentos.



Em relação ao aparecimento das representações sociais, Moscovici (2003) explica que dentro das culturas sempre há pontos de tensão e que é ao redor desses pontos que as novas representações emergem. Assim, elas se formam a partir da necessidade dos próprios indivíduos de entenderem ou explicarem determinadas questões presentes em seu convívio. O autor ainda afirma que as representações são o produto de uma sequência de elaborações e mudanças que ocorrem no decurso do tempo e, portanto, são o resultado de sucessivas gerações.

Quanto à formação das representações sociais, devem-se mencionar os dois processos fundamentais, denominados por Moscovici de ancoragem e objetivação. O primeiro acontece através da integração cognitiva de uma informação ou objeto desconhecido em um conjunto de saber preexistente (ALMEIDA, 2005). Assim, a ancoragem é fruto da capacidade que temos de dar sentido e significado a algo estranho e não familiar, a partir de outros conhecimentos já existentes, organizados e categorizados de acordo com a forma pré-estabelecida de pensar.

Trindade, Santos e Almeida (2011) explicam esse processo ao afirmar que

A ancoragem permite ao indivíduo integrar o objeto da representação em um sistema de valores que lhe é próprio, denominando e classificando-o em função dos laços que este objeto mantém com a sua inserção social. Assim, um novo objeto é ancorado quando ele passa a fazer parte de um sistema de categorias já existentes, mediante alguns ajustes (TRINDADE; SANTOS; ALMEIDA, 2011, p. 110).

A objetivação, por sua vez, consiste no processo que torna uma ideia abstrata em algo concreto, visível. Isso quer dizer que a ela confere materialidade e, portanto, refere-se à face figurativa da interpretação de algo que, até então, era desconhecido e estranho. Este processo acarreta na simplificação do objeto, tornando-o menos complexo e informativo e mais claro e compreensível. Pode-se dizer que na objetivação “trata-se de privilegiar certas informações em detrimento de outras, simplificando-as, dissociando-as de seu contexto original de produção e associando-as ao contexto imagético do sujeito ou do grupo” (TRINDADE; SANTOS; ALMEIDA, 2011, p.109-110).

Entender esses processos e tomar consciência de que eles existem e provocam significativas consequências na vida dos indivíduos, é o que propõe Moscovici (2003) e o que torna os estudos de representações sociais tão importantes. O autor explicita essa ideia ao afirmar que:



Nós pensamos através de uma linguagem; nós organizamos nossos pensamentos, de acordo com um sistema que está condicionado, tanto por nossas representações, como por nossa cultura. Nós vemos apenas o que as convenções subjacentes nos permitem ver e nós permanecemos inconscientes dessas convenções. (MOSCOVICI, 2003, p.35)

É dessa forma, que o universo interno e o universo externo devem ser entendidos como uma coisa só. Como a realidade que os indivíduos assumem para si e que, portanto, pode se tornar o próprio objeto de investigação de estudos científicos. Com esse aporte teórico, portanto, acredita-se que seja possível detectar sentidos, significados e imagens que determinados grupos compartilham sobre um tema, bem como entender os papéis sociais que esse tema ou fenômeno assumem em suas vidas, orientando seus comportamentos e formando sua visão de mundo.

Método

Para a realização desta pesquisa, que teve como objetivo verificar o uso da teoria das representações sociais no campo da Comunicação Social, dez revistas científicas da área foram consultadas, a fim de que se conseguisse levantar os trabalhos nelas publicados que fizessem alguma referência à teoria em questão. Para isso, foi inserida na plataforma online de cada periódico a expressão “representações sociais” e solicitada a busca em todo material contido em sua base. As dez revistas consultadas foram: Comunicação e Sociedade (Metodista); Comunicação, Mídia e Consumo (ESPM); Contemporânea: Revista de Comunicação e Cultura (UFBA); Contracampo (UFF); E-Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação); Estudos em Jornalismo e Mídia (UFSC); Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação; Intexto (UFRGS); Matrizes (USO) e Rumores (USP).

A princípio, tinha-se como objetivo pesquisar também nas publicações online dos periódicos Contemporânea (UERJ); Culturas Midiáticas (UFP); Eco-Pós (UFRJ) e Logos (UERJ). No entanto, a plataforma online dessas revistas, que não contam com campo de busca, impossibilitou essa realização.

De acordo com o procedimento descrito foram encontrados ao todo dezesseis materiais, sendo dois deles referentes a resumos e catorze a artigos completos. Devido ao delineamento proposto, os resumos tiveram de ser eliminados, assim como seis artigos que, apesar de usarem o termo “representações sociais”, não se referiam diretamente à teoria proposta por



Moscovici e um artigo que não se relacionava diretamente com o campo da Comunicação. Dessa forma, a pesquisa foi realizada a partir da análise de sete artigos completos, todos eles sobre assuntos de comunicação e de alguma forma embasados na teoria das representações sociais.

Depois da coleta, seguiu-se com a etapa de leitura e de organização do material. A fim de viabilizar uma análise clara, optou-se por inserir as publicações em uma tabela, agrupando-as de acordo o suporte comunicacional abordado por elas (Produções Audiovisuais; Jornalismo; e Publicidade), e identificando cada estudo com um número, variando de um a sete. A numeração dos materiais foi realizada de modo a facilitar a descrição das análises e evitar que os títulos fossem mencionados repetitivamente ao longo do texto. A organização conforme descrita pode ser visualizada na Tabela 1:

TABELA 1- Artigos analisados⁴

Número	Título	Revista	Categoria
1	As ficções da representação: Discurso e construção de lugares	Rumores	Produções Audiovisuais
2	Cenas da periferia: Auto-representação como luta por reconhecimento	E-Compós	Produções Audiovisuais
3	“A própria mãe”: Jogos de luz e sombra em um caso de cobertura jornalística de violência contra crianças	Comunicação, mídia e consumo	Jornalismo
4	Imagem jornalística e representações sociais: A imagem dos Sertões	Intercom – Revista brasileira de ciências da comunicação	Jornalismo
5	As representações sociais e a auto-imagem do jornalista	Estudos em jornalismo e mídia	Jornalismo
6	Sedimentação, erosão, abalos e erupção de imagens: Reprodução e transformação de representações sociais	Estudos em jornalismo e mídia	Jornalismo
7	Absolut x Adbuster: Vínculos sociais da publicidade revelados pela antipublicidade	Comunicação, mídia e consumo	Publicidade

⁴ As referências completas dos artigos analisados encontram-se com as demais referências bibliográficas utilizadas neste estudo.



Resultados e Discussão

Os sete artigos analisados fizeram menção direta à teoria proposta por Moscovici, inclusive citando o autor. Alguns ainda mencionaram outros pesquisadores que trouxeram grandes contribuições para o desenvolvimento da teoria das representações sociais, tais como o brasileiro Celso Pereira de Sá – referenciado no artigo 4, Denise Jodelet – mencionada no artigo 7- e Sandra Jovchelovitch – citada no artigo 2.

Alguns trabalhos (5, 6 e 7) também tiveram a preocupação de situar a teoria em sua origem, deixando explícito que as representações sociais foram propostas no campo da Psicologia Social, ainda que atualmente sua utilização tenha superado essa barreira. Considera-se importante informar ao leitor sobre esse fato, uma vez que ele possibilita a contextualização dos estudos e da teoria, definindo de que modo diferentes campos científicos podem se interligar e, expressando a forma como isso é feito em cada trabalho especificamente.

Com satisfação, observou-se também que em todas as pesquisas analisadas, os autores procuraram definir o que seriam as representações sociais, como ilustra este trecho retirado do artigo 7:

(...) Compreendemos as representações como um modo de produzir sentidos sobre o mundo e sobre nossas práticas, tácita e socialmente elaborado, que fala dos valores, conhecimentos, moralidades e percepções partilhados intersubjetivamente e que orientam nosso ser e estar no mundo (ROCHA; SILVA, 2008, p. 171).

No entanto, apesar das definições, foi possível constatar que nos sete artigos apenas alguns aspectos da teoria foram abarcados. Segundo Jodelet (2002), as representações sociais referem-se simultaneamente a um produto e a um processo. Isso que dizer que a teoria descreve não só o resultado de fenômenos cognitivos, que envolvem a simplificação de informações e a formação de um tipo específico de conhecimento, como trata também e, principalmente, dos processos responsáveis por essa simplificação e a construção do senso comum.

Dessa forma, pode-se considerar que as representações sociais só alcançaram o reconhecimento de uma teoria científica, por descreverem o modo como as representações se originam, por explicarem os processos de ancoragem e de objetivação e por terem alcançado



metodologias claras que, na prática, possibilitam a verificação desses processos e de seus resultados.

Entretanto, apesar do duplo aspecto das representações sociais – processo e produto –, verificou-se que nos artigos analisados houve uma restrição na utilização da teoria, de modo que as representações foram associadas apenas ao seu caráter “produto”, ou seja, somente foram consideradas como um conhecimento do senso comum que permite interpretar o mundo a sua volta, sem, no entanto, descrever e considerar o modo como isso acontece.

Como consequência da escolha desse delineamento, verificou-se que os processos de ancoragem e de objetivação foram citados em apenas dois artigos (4 e 6), e ainda sim, a informação foi utilizada apenas como forma de complementar a definição das representações sociais, portanto, sem embasar a análise dos dados e sem nortear o desenvolvimento das pesquisas.

Assim, com as representações sociais sendo trabalhadas apenas parcialmente, verificou-se a necessidade nos trabalhos de se recorrer a outras teorias para conduzir as análises dos dados, e conferir embasamento às ideias trabalhadas nos artigos. Essa posição pode ser verificada claramente no texto do resumo do artigo 7, que diz:

Tomando por base autores como Stuart Hall e Michel Foucault, e através de uma análise sociosemiótica de anúncios da Absolut Vodka e dos *spoof ads* da ONG canadense Adbusters, procuramos evidenciar alguns dos modos pelos quais a masculinidade é uma representação socialmente compartilhada, tornando-se um elemento relevante a ser considerado na construção de campanhas publicitárias (ROCHA; SILVA, 2008, p. 159).

No entanto, é preciso considerar que se tratando de estudos realizados no campo da Comunicação, a partir de uma teoria proveniente da Psicologia Social, talvez seja inevitável a necessidade de realizar a associação de diferentes aportes teóricos, trabalhados de forma complementar. Assim, entende-se que, ainda que a teoria das representações sociais seja trabalhada abarcando toda sua complexidade, possivelmente, nos trabalhos de comunicação, seja inevitável recorrer-se a outros teóricos. Essa hipótese, porém, precisa ser confirmada através de um estudo que compreenda um maior número de artigos.

Sobre a conceituação das representações sociais, outras reflexões foram suscitadas a partir do contato com os artigos analisados. Uma delas refere-se ao modo como as representações devem ser descritas. Como deixa claro Jodelet (2002), as representações sociais



necessariamente precisam estar relacionadas a um objeto ou fenômeno e a um indivíduo ou grupo. Essa ideia foi explicitamente mencionada no artigo 2: “Representações exprimem a relação de um sujeito com um objeto, envolvendo uma atividade de construção e de simbolização” (ZANETTI, 2008, p. 6).

Porém, observou-se que nem todos os estudos analisados consideraram ao longo de todo o trabalho essa característica das representações sociais. Em trechos de alguns artigos as representações foram associadas especificamente a um objeto, sem ficar claro o sujeito relacionado a ela. Em outros, como nos artigos 1 e 6, verificou-se que somente os sujeitos responsáveis por determinadas representações foram mencionados, de modo que o objeto associada a ela não foi explicitado: artigo 1- “Lwei, o escritor, também se equilibra entre as representações convencionais e as expressões marginalizadas” (LIESENBERG; SILVA, 2012, p. 80); artigo 6 - “Por meio da análise de discurso crítica, procura-se discutir os principais temas e abordagens na construção de representações sociais e imagens presentes em narrativas jornalísticas, focando a reprodução e a transformação de estereótipos” (PAGANOTTI, 2009, p. 190).

O alerta sobre essa questão é importante, uma vez que convivemos com inúmeras representações sociais, inclusive, acerca de um mesmo objeto. Essas representações, como explica Abric (2001), podem até ser contraditórias entre si e variar de contexto para contexto, bem como de grupo para grupo. Além disso, considerando a heterogeneidade encontrada em alguns grupos sociais, entende-se que dentro de um mesmo grupo existem diversas representações, que podem ou não ser compartilhadas por todos os seus membros. Por isso, descrever sobre determinadas representações sociais, significa situá-las no meio social e identificar a que elas se referem, em que momento elas emergem e a quem elas pertencem.

Ainda considerando essa característica das representações sociais, é importante ressaltar que usar um suporte midiático como referência, supera a necessidade de especificar o sujeito de uma determinada representação. Isso acontece, pois os veículos comunicacionais estabelecem uma relação direta com um público, compartilhando ideias, valores, ideologias e, conseqüentemente, representações sociais. Por isso, como fez Moscovici (1961), os estudos de representações sociais a partir da mídia, além de serem viáveis, são extremamente importantes para a compreensão de um determinado grupo de indivíduos, bem como da sociedade (SÁ, 1998).



Dentre as pesquisas analisadas, verificou-se que os artigos 2, 3, 4 e 5, seguem essa perspectiva. O que é bastante natural, considerando o contexto em que eles foram publicados e o modo como o trabalho precursor da teoria das representações sociais foi realizado.

As análises também possibilitaram a verificação de alguns pontos comuns entre os sete estudos. Em todos eles, por exemplo, os autores procuraram estabelecer relações entre a mídia e as representações sociais, considerando a influência dela para a cristalização e o reforço de algumas representações; ou para criação de novas ideias e crenças, que, socialmente compartilhadas e de acordo com o contexto em que emergem, podem se tornar novas representações; assim como para a desestabilização e o questionamento de representações culturalmente arraigadas. Acredita-se que é nesse sentido que o campo da Comunicação pode proporcionar interessantes contribuições à teoria das representações sociais, bem como aproveitar-se dela para explicar fenômenos e entender sua influência na construção social, no atual contexto.

De forma curiosa, observou-se também algumas regularidades nos trabalhos, que podem sinalizar para particularidades do uso da teoria das representações sociais em pesquisas comunicacionais. Uma delas refere-se ao uso da função identitária das representações para a construção dos estudos. Além disso, talvez como consequência, verificou-se certa frequência (artigos 1, 2, 5 e 6) na menção da expressão “auto representação”, pouco usada nos trabalhos de Psicologia Social relacionados à teoria.

Por último, chamou atenção o fato de nenhum dos estudos estarem embasados em pesquisas científicas próprias de identificação de representações sociais, que seguem metodologias claras e especificamente definidas para esse objetivo. Acredita-se que seria interessante que os artigos analisados recorressem a esses materiais a fim de sustentar suas ideias, de modo a garantir maior credibilidade e cientificidade às suas pesquisas. Estudos de representações sociais sobre transexualidade, periferia, criança e masculinidade, por exemplo, poderiam oferecer interessantes contribuições aos artigos 1, 2, 3 e 7, respectivamente.

Considerações Finais

Este estudo teve como objetivo investigar o uso da teoria das representações sociais no campo da Comunicação Social. A partir da análise de sete artigos científicos publicados em revistas da área, foi possível observar características que, de um modo geral, comumente aparecem nos estudos. Como pontos satisfatórios, ressalta-se o fato de todas as pesquisas



analisadas preocuparem-se em definir o que são representações sociais e em situar a teoria dentro de seus objetivos. Contudo, observou-se também, que apesar de abordarem os conceitos da teoria, dificilmente eles eram retomados como embasamento para a análise dos dados, restringindo-se, muitas vezes, a análises descritivas das representações sociais. Não só identificar sujeitos ou objetos representados, algumas questões são cruciais e devem ser consideradas quando utilizamos a teoria, tais como: *quem são os sujeitos e quais os objetos representados? Em que meio social? E ainda, em que tempo histórico?*

Como já era esperado, verificou-se que em todos os estudos, os autores procuraram estabelecer relações entre a mídia e as representações sociais. Acredita-se que é nesse sentido que o campo da Comunicação pode proporcionar importantes trocas com a teoria, bem como utilizar-se dela para compreender como as pessoas significam e representam o mundo a sua volta. Espera-se que o presente estudo possa suscitar novas discussões a respeito do assunto e levantar questões significativas para pesquisas futuras desenvolvidas na área.

Referências

- ABRIC, J. C. **Prácticas sociales y representaciones**. México: Ediciones Coyoacán, 2001.
- ALMEIDA, A. M. O. A pesquisa em representações sociais: Proposições teórico-metodológicas. In SANTOS, M. F.; ALMEIDA, L. M (Orgs.). **Diálogos com a teoria das representações sociais**. Alagoas: UFAL/UFPE, 2005. p.119-160.
- ANTUNES, E.; LARA, E. “A própria mãe”: Jogos de luz e sombra em um caso de cobertura jornalística de violência contra crianças. **Comunicação, mídia e consumo**, v. 10, n. 27, p.183-209. 2013.
- ARRUDA, A. Teorias das representações sociais e teorias de gênero. **Cadernos de Pesquisa**, n. 117, p. 127-147. 2005.
- BERNARDES, J. S. História. In: STREY, M. N. et al. (Orgs.). **Psicologia social contemporânea: livro-texto**. Petrópolis: Vozes, 2011.p. 19-35.
- FARR, R. Representações sociais: A teoria e sua história. In: GUARESCHI, P.; JOVCHELOVITCH, S. (Orgs.). **Textos em representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 1995.p. 31-59.
- JODELET, D. Representações sociais: um domínio em expansão. In: D. JODELET (Org.). **As Representações sociais**. Rio de Janeiro: Eduerj, 2002.p. 31-61.
- LEITÃO, J. A.; SANTOS, M. S. T. Imagem jornalística e representações sociais: A imagem dos Sertões. **Intercom – RBCC**, São Paulo, v. 35, n.1, p. 133-155, jan./jun. 2012.
- LIESENBERG, C.; SILVA, M. D. J. As ficções da representação: discurso e construção de lugares. **Rumores**, ed. 12, n. 2, p. 63-84, jul./dez. 2012.
- MENANDRO, M. C. S.; TRINDADE, Z. A.; ALMEIDA, A. M. O. Representações sociais da adolescência/juventude a partir de textos jornalísticos (1968-1974 e 1996-2002). **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, v. 55, n.1, p. 42-55. 2003.



MOSCOVICI, S. **La Psychanalyse, son image, son public.** Paris: PUF, 1961.

MOSCOVICI, S. **Representações Sociais: Investigações em psicologia social.** Petrópolis: Vozes, 2003.

PAGANOTTI, I. Sedimentação, erosão, abalos e erupção de imagens: Reprodução e transformação de representações sociais. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, ano VI, n. 2, p. 189-202, jul./dez. 2009.

PALMONARI, A.; CERRATO, J. Representações sociais e psicologia social. In: ALMEIDA, A. M; SANTOS, M. F.; TRINDADE, Z. A. (Orgs.). **Teoria das representações sociais: 50 anos.** Brasília: Technopolitik, 2011.p. 305-332.

ROCHA, S. M.; SILVA, V. R. L. Absolut x Adbuster: Vínculos sociais da publicidade revelados pela antipublicidade. **Comunicação, mídia e consumo.** São Paulo, v. 5, n. 13, p. 159-179, jul. 2008.

SÁ, C. P. **A construção do objeto de pesquisa em representações sociais.** Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.

SÁ, C. P. **Núcleo central das representações sociais.** Petrópolis: Vozes, 2002.

SANTANA, A. As representações sociais e a auto-imagem do jornalista. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, ano V, n. 2, p. 141-151, jul./dez. 2008.

TRINDADE, Z. A.; SANTOS, M. F. S.; ALMEIDA, A. M. O. Ancoragem: notas sobre consensos e dissensos. In: ALMEIDA, A. M; SANTOS, M. F.; TRINDADE, Z. A. (Orgs.). **Teoria das representações sociais: 50 anos.** Brasília: Technopolitik, 2011.p.101-121.

ZANETTI, D. Cenas da periferia: Auto-representação como luta por reconhecimento. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, v.11, n.2, p. 01-16, maio/ago. 2008.