APROPRIAÇÃO E RESSIGNIFICAÇÃO DOS CONTEÚDOS MIDIÁTICOS PELOS SUJEITOS À LUZ DA TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

APPROPRIATION AND RESIGNIFICATION OF THE MEDIA CONTENTS BY THE SUBJECTS IN THE LIGHT OF THE THEORY OF SOCIAL REPRESENTATIONS

Bantu Mendonça Katchipwi Sayla[1]

Resumo: A partir de referências bibliográficas, o artigo se propõe "discorrer sobre os conceitos: objetivação, ancoragem, familiar - não familiar e associação", latentes na Teoria de Serges Moscovici sobre as representações sociais. Visa-se lançar bases epistemológicas para a pesquisa que o autor pretende fazer sobre "Os Dispositivos Midiáticos e a Recons-

1. É natural de Benguela, Angola, nascido aos 25/12/73, ordenado sacerdote aos 6/08/2000. Possui graduação em Filosofia (1995), em Teologia (SMBPB 1999) e bacharelato em Comunição Social – RTV (FATEA, 2009). Pós-graduação em Psicopedagogia e Psicomotricidade (UNISAL 2009), Mestre em Ciências de Educação (UNISUL 2012) Especialização em Psicanálise (IEB, 2014), doutorando em Psicologia (UCES – Buenos Aires - desde 2012) e atualmente é doutorando em Ciência da Comunicação UNISINOS). E-mail: katchipwi@gmail.com

trução da Realidade: agressividade em adolescentes escolarizados", para Tese de doutorado em Comunicação Social na UNISINOS. Por enquanto, o objetivo é compreender como se processam as interações entre os sujeitos e os conteúdos midiáticos previamente conhecidos que podem servir de referência na configuração, construção de novos sentidos e significados por meio de processos discursivos de dentro do contexto sócio histórico cultural do sujeito. Empiricamente supõe-se que, talvez, a partir da operacionalização dos conceitos aludidos no âmbito Teoria das Representações Sociais, os sujeitos interagindo com os conteúdos mediáticos se convertam de sujeitos passivos em verdadeiros atores sociais e atribuam novos sentidos e significados possibilitando a construção de novas realidades.

Palavras–chave: Representação social. Ancoragem. Objetivação, familiar, não-familiar.

Abstract: Based on bibliographical references, the article proposes to "discuss the concepts: objectification, anchoring, family - not family and association", latent in the Serges Moscovici Theory on social representations. It is intended to launch epistemological bases for the research that the author intends to do on "The Mediatic Devices and the Reconstruction of Reality: Aggressiveness in scholarized adolescents", for Doctoral thesis in Social Communication at UNISINOS. For the time being, the objective is to understand how the interactions between the subjects and the previously known media contents can be used as a reference in the configuration, construction of new meanings and meanings through discursive processes within the cultural historical socio-historical context of the subject. It is empirically assumed that perhaps from the operationalization of the concepts referred to in the Theory of Social Representations, the subjects interacting with the media contents become passive subjects into real social actors and attribute new meanings and meanings, enabling the construction of new realities.

Keywords: Social representation. Anchoring. Objectification, Family, Not family.

Neste artigo, pretende-se discorrer sobre os conceitos de "objetivação", "ancoragem", "familiar - não familiar" e "associação", desenvolvidos por Serge Moscovici (2003) na Teoria das Representações Sociais que servirá como marco epistemológico da pesquisa sobre "Os Dispositivos Midiáticos e a Reconstrução da Realidade: Agressividade em Adolescentes Escolarizados da Cidade de Benguela em Angola" como requisito para o título de doutor em Comunicação Social na Unisinos.

O interesse pela temática fundamenta-se pelo fato de que os dados do Fundo Nacional da População das Nações Unidas (UNPF, 2016), apontam as crianças, adolescentes e jovens como a maioria da população angolana e a camada com maior e mais rápido crescimento proporcional da população em África; Segundo o Dossier do Fórum da XIII Conferência dos Ministros da Justiça dos países de língua oficial portuguesa (2014), a sociedade angolana reconhece o crescente aumento de comportamentos agressivos entre adolescentes. E por último numa leitura global do desenvolvimento e da inovação tecnológica midiática (TV Internet), Hugo Silva (2016), é do parecer de que com "o fim da guerra civil as crianças, os adolescentes e jovens angolanos passaram a ter acesso aos conteúdos dos produtos da Industria Cultural, sustentados e disponibilizados pelos MCM através dos dispositivos midiáticos.

Na visão de Umberto Eco (1986), os MCM, tradicionalmente podem ser divididos, conforme os conteúdos disponibilizados, em duas categorias: programas de informação e de fantasia/ficção, compreendendo os vídeos, os discursos, as músicas, os filmes e os jogos. Pesquisas recentes na área de comunicação apontam que o sujeito pós-moderno está afetado pelas lógicas das enunciações discursivas dos conteúdos mediáticos. Com o surgimento da Internet que lhe possibilita a formação de comunidades virtuais, a participação, edição de conteúdos, o compartilhamento e a publicação de informações de forma simples, ele desloca-se de posição e atravessa o que Veron (2009) designa por "zonas de interpenetração". Esta zona, por sua vez, proporciona ao sujeito a transformação desses conteúdos, por meio dos dispositivos midiáticos,

e dos processos de intermedialidade (Martín-Barbero, 2009a) ou pelas "interações de referencialidades" (Braga, 2006; em "atores sociais" que lêem e expressam o mundo de uma forma diferente, e acabam produzindo "novos discursos, sentidos e os inscrevem em outros dispositivos, questionando os elementos de controle social" (Fausto Neto, 2015) disponibilizados pelas instituições tradicionais.

Deste modo e sobretudo com a Internet, o sujeito quer individual quer na coletividade parece estar diante de "verdadeiras arenas de poder" (Rosa, 2014) que os fazem deslocar no tempo e no espaço. E permite-lhes romper com todas as fronteiras que, a tempo real acessar os conteúdos midiáticos em qualquer parte do mundo, graças ao desenvolvimento tecnológico dos dispositivos midiáticos (televisores, computadores, "smarthhones" ou "tabletes").

Assim pode-se concluir que em dias atuais os aparatos tecnológicos se configuram como um dos novos modelos de mediação e de "participação ativa e interativa do destinatário" (Cadina, 2015). Pelo que parece, na ambiência midiática pode ser comum a intensificação dos processos subjetivos por meio de afetações, apropriações de discursos e sentidos dos conteúdos produzidos quer pelas mídias tradicionais e digitais-virtuais (Fausto Neto, 2008) e identificações que Martin-Barbeiro e Rey (2001) ousaram chamar de "renovação de identidades" e as novas formas de interação tecnológica.

A este respeito, Gomes (2016) ao fazer a análise das relações do poder que os MCM exercem na constituição dos sentidos, apropria-se dos aportes de McLuhan (1996) e os aponta como:

> Extensões de nossos sentidos, estabelecem novos índices relacionais, não apenas entre os nossos sentidos particulares, como também entre si, na medida em que se inter-relacionam. O rádio alterou a forma das estórias noticiosas, bem como a imagem fílmica, com o advento do sonoro. A televisão provocou mudanças drásticas na programação do rádio e na forma das radionovelas (Gomes, 2016, p. 72)

Perante a problemática dos processos mediáticos e ao fazer uma análise comparativa entre as tecnologias anteriores e as novas tecnologias advindas da era da eletricidade e sobretudo da Web 2.0, Gomes (2016), constata ser urgente questionar-se sobre a forma como "a internet interfere nos outros meios e de que forma a midiatização, a sociedade em rede, interferem em nossos sentidos particulares". Pois, embora os donos das instituições mediáticas saibam do poder do meio em relação ao conteúdo, eles se preocupam muito mais com a produção dos seus conteúdos do que com a detenção destes meios.

A ser assim, acredita-se que o artigo seja pertinente por envolver e discutir sobre conceitos que podem ajudar na construção de saberes que estabeleçam um entendimento quanto ao sujeito e a sua interação com os conteúdos midiáticos dentro do seu contexto sócio histórico e cultural mediatizado pelos MCM através dos dispositivos mediáticos na comunicação em rede. Concorda-se com P. Berger e T. Luckmann para quem, citados por Jauregui (2014, p.67), "a plausibilidade e estabilidade do mundo definido socialmente dependem da intensidade e continuidade das relações significativas estabelecidas de modo contínuo nas conversações sobre este mundo entre diversos sujeitos" nele implicados. E, nesta relação com o mundo, os sujeitos interagem para se localizarem no tempo e no espaço, através dos processos de midiatização que envolvem circuito de transmissão-recepção entre "emissor-receptor" "ativos" que, citando Paul Virgílio (1993), Gomes (2006) diz estarem "invadindo o espaço privado dos indivíduos trazerem o mundo para dentro de casa, com a sua visão particular e determinada". Continuando o autor afirma que os MCM "se tornam mediadores que condicionam a interação dos sujeitos no seu meio ambiente". Destarte, pode acreditar-se que, pela interação com os meios massivos, o homem pode construir e reconstruir a realidade da vida no seu dia-a-dia. Uma vez que, na sociedade da comunicação virtual e pelo processo das representações a produção tecnológica, os conteúdos mediáticos entram para o mundo comum e quotidiano habitado pelos indivíduos e geram neles mudanças radicais em todos âmbitos existenciais

descritos por Gomes (2006) como nas "relações familiares, nos hábitos e costumes, a escola, o grupo de amigos, a Igreja, ao mesmo tempo em que medeia a interação telespectador--televisão" (Gomes, 2006), estabelece-se a interação internauta-computador que permite a modificação e reelaboração de novos contextos que segundo Sodré (2002) e Fausto Neto (2006) caracterizados como a emergênciais "de uma nova ambiência existencial, na qual as lógicas de mídia atravessam a ordem social e afetam, juntamente com a tecnologia, as formas de ser e de perceber o real". Refere-se, portanto, àqueles contextos e ambientes em que o homem o sujeito independemente da sua idade, lugar, origem e classe a que pertença se sente interpelado a pronunciar o seu discurso e a construir sentido quer individual quer coletivamente. Onde, na interação com os meios, todos são protagonistas da ação na discussão de tudo e de todos.

Com os avanços e inovações tecnológicas mediáticas assiste-se à democratização do saber e da técnica dando possibilidades à uma aberta discussão dos fenômenos sociais quotidianos e rompem-se as barreiras sociais, históricas, étnicas culturais, geográficas, planetárias, políticas, religiosas e linguísticas, fazendo do sujeito ator e cidadão mundial e do mundo uma "aldeia global" (McLuhan, 1962). Na visão de Ianni (1997) nessa aldeia global se instaura "um sistema comunicacional que molda uma cultura de massa, um mercado de bens culturais, universos de signos e símbolos, um conjunto de linguagens e significados que povoam o modo pelo qual uns e outros se situam no mundo, ou pensam, imaginam, sentem e agem" (p.119).

O conceito de "aldeia global" inicialmente quando surgiu no ambiente acadêmico, parece apenas tratar-se, na época, de um paradigma que MacLuham elegeu como sendo a Televisão enquanto MCM que melhor exemplificaria a teoria, até porque a forma de comunicação numa aldeia era bidirecional entre dois indivíduos ao passo que na Televisão era unidirecional. Com inovação e desenvolvimento tecnológico, o conceito afirmou-se paulatina e profeticamente dando-lhe uma nova configuração, que se pode caracterizar como sendo bidirecional com o advento da Web 2.00 e dos dispositivos

mediáticos (TV Digital, Tablet, smartphones) que permite a interação e oferecendo aos sujeitos novas formas de existir, de ser e de pensar o mundo. Perante os fenômenos das inovações tecnológicas dos MCM pode afirmar-se que a sociedade atual enfrenta operações complexas na medida em que a divulgação das informações, não diferencia o público consumidor. Tanto faz ser culto ou não, viver na Europa ou na África, na Oceânia ou na América-Latina. E por isso, torna-se também difícil emitir pré-julgamentos do certo e do errado, o moral ou do imoral e imprevisíveis as consequências e efeitos resultantes da interação entre os sujeitos e os conteúdos nos processos mediáticos.

Pelo que parece, as tecnologias midiáticas têm vindo a padronizar o nível intelectual, social e cultural ao disponibilizar, através dos dispositivos midiáticos, para todos os indivíduos instantaneamente os mesmos conteúdos midiáticos e através dos "contratos de leituras assentados em operações de auto-referencialidades" (Fausto Neto, 2007) lhes possibilita elaborar novas representações sociais. Isto porque conforme Baitello (2005) "a representação de um objeto não é apenas a representação de algo existente no mundo, mas uma reapresentação das maneiras pelas quais este algo já foi apresentado". E para Serge Moscovici (2003), trata-se de complexidade envolve representações sustentadas pelas influências sociais da comunicação pelas quais os sujeitos reconstroem as realidades da vida quotidiana por meio de processo de trocas de experiência e ou de tornar um objeto "patrimônio comum" graças à comunicação. Este processo está segundo McLuhan (1969), amparado pela dinâmica de ancoragem, associações, interações entre os sujeitos entre si, e destes com os objetos que, no mundo atravessado pelo desenvolvimento tecnológico mediático, acabam por editar regras discursivas do certo e do errado gerando a padronização e identificação entre os sujeitos. Ou seja, na sociedade de consumo, mediatizada pelo desenvolvimento tecnológico, mais concretamente da indústria cinematográfica e fonográfica, caracterizada por Adorno e Horkheirmer (1985) como detentora do monopólio da produção cultural, os "meios técnicos tendem cada vez mais a se uniformizar" (Adorno e

Horkheimer, 1985, p.116) e criar novas formas de ser e de estar no mundo vivido e experienciado pelos sujeitos graças a política e a lógica do mercado de consumo criticados por Adorno e Horkheimer (1985), no ensaio "A Indústria Cultural: o esclarecimento como mistificação das massas". Na sua pesquisa os autores chegaram a conclusão de que a razão de ser da indústria cultural na Pós-modernidade é o mercado capitalista marcado pela produção e distribuição de bens culturais. Falando da Televisão eles afirmam que, naquela época, promovia "a síntese do rádio e do cinema" (1985, p.116). E na atualidade com Internet e a convergência mediática por meio de dispositivos mediáticos, a Industria cultural procuram estabelecer uma convergência, unir e sintetizar os meios técnicos com a finalidade de movimentar o consumo oferecendo aos consumidores os produtos ideais e criando figuras e imagens representativas, editando padrões de homens e de mulheres ideais que possam servir de modelos identitários.

Adorno e Horkheimer (1985), a indústria cultural tendo como cunho "ideológico o negócio" (p.128). E tendo como objetivo provocar o consumo em massa, por meio de seus bens tecnologicamente produzidos e veinculados pelos MCM passa a configurar-se como processo de reprodução da sociedade. E, enquanto tal, converte-se no " círculo da manipulação e da necessidade retroativa" (p.114) e "acaba por colocar a imitação como algo de absoluto" (p.123). A partir dai talvez se possa concluir que a ideologia contida na filosofia da Indústria Cultural seja a de reproduzir o existente, por meio do consumo e de um movimento circular de produção e distribuição de mercadorias e, a dinâmica ideológica da Indústria Cultura, sobretudo com o desenvolvimento tecnológico, cada vez mais se configure totalmente como uma profícua política mercadológica de afetação subjetiva e intersubjetivamente graças ao que Ferreira e Rosa (2013) ousaram chamar de "espaço da midiatização". Para estes autores, isso significa fazer apologia a um discurso de "unificação e diferenciação dos mercados discursivos a partir de três dimensões que se afetam mutuamente: os processos comunicacionais, os contextos sociais e os dispositivos mediáticos" que por sua vez

interseccional as relações sociais por meio de produtos, discursos e ideias.

Segundo Moscovici (2003), os discursos e as ideias podem exerce um papel influenciador de extrema importância sobre os indivíduos, quando representadas e transformadas em imagens, sons, gestos, comportamentos e atitudes pelos MCM. Assim, para Moscovici, "as representações sustentadas pelas influências sociais da comunicação constituem as realidades de nossas vidas quotidianas e [...] o principal meio para estabelecer as associações com as quais nós nos ligamos uns aos outros" (p. 8) e por meio delas interpretamos a realidade e construímos o real que só existe:

> A partir das ideias, dos signos e dos símbolos que são atribuídos à realidade percebida [...]. As ideias são representações mentais das coisas concretas e abstratas. Essas representações nem sempre são símbolos, pois como as imagens podem ser apenas sinais ou signos de referência, as representações aparecem referidas aos dados concretos da realidade percebida. (Laplantine e Trindade, 2000, p. 3)

Por consequente, as representações entram para o mundo comum e quotidiano em que nós habitamos e discutimos com nossos amigos e colegas e circulam na Mídia que lemos e assistimos influenciando o nosso modo de ser e de existir no tempo e no espaço. Por elas, construímos e reconstruímos a realidade social. Moscovici (2003) em sua teoria sobre as representações sociais, ele diz surgem a partir da análise dos processos através dos quais os indivíduos elaboraram explicações sobre questões sociais.

Porém, historicamente o conceito representação social chegou até Moscovici por meio dos estudos realizados por Durkheim (1891-1974). Ele tratou das representações individuais e coletivas que, ao empreender um esforço para estabelecer a sociologia como uma ciência autônoma defende a separação radical entre representações individuais e coletivas. Segundo ele "as primeiras deveriam ser o campo da psicologia, enquanto as últimas formariam o objeto da so-

ciologia" (Moscovici, 2003, p. 13). O objetivo desta teoria era verificar como eles se relacionam com a difusão das mensagens pelos veículos de comunicação, dos comportamentos e organização social. E para tornar-se mais conhecida teve a colaboração da expoente máxima, a Denise Jodelet, para quem as representações sociais são:

> Uma forma de conhecimento prático conectando um sujeito a um objeto [...]. Quantificar este conhecimento como prático refere-se à experiência a partir da qual ele é produzido, aos referenciais e condições em que ele é produzido e, sobretudo, ao fato de que a representação é empregada para agir no mundo e nos outros (Moscovici, 2003, p. 21).

Portanto, trata-se de um conhecimento socialmente elaborado e compartilhado, com um objetivo prático, e que para tanto, contribui para a construção de uma realidade comum a um grupo de indivíduos. Destarte, resulta que o conhecimento emerja do mundo "onde as pessoas se encontram e interagem, do mundo onde os interesses humanos, necessidades e desejos encontram expressão, satisfação ou frustração" (Moscovici, 2003, p. 9). Deste modo, Moscovici introduz o conceito de representação social, com o título 'La Psycanalyse: son image et son public" (Moscovici, 2003, p.9). Trata-se de um estudo pioneiro em toda a França em 1961. Neste estudo visava a busca da conceitualização e da construção do que chamaria de conceitos perdidos. Assim ele define as representações sociais como:

> São entidades quase tangíveis. Elas circulam, se entrecruzam e se cristalizam continuamente, através duma palavra, dum gesto, ou duma reunião, em nosso mundo quotidiano. Elas impregnam a maioria de nossas relações estabelecidas, os objetos que nós produzimos ou consumimos e as comunicações que estabelecemos. Nós sabemos que elas correspondem dum lado, a substância simbólica que entra na sua elaboração e por outro lado, à prática específica que

> produz essa sustância, do mesmo modo como a ciência ou o mito corresponde a uma prática científica ou mítica. (Moscovici, 2003, p. 10)

Portanto trata-se da forma como o conhecimento interage com e no social. E num processo de ida e volta, converter-se em categoria e se integra à grade de leitura do mundo já conhecido pelo indivíduo. Assim sendo, refere-se de "maneira específica compreender, comunicar o que já se sabe, (p. 46), instrumentaliza-lo e resignificá-lo, ou seja, dar-lhe um novo significado. Desta maneira a representação social converte-se em:

> Um sistema de valores, ideias e práticas, com uma dupla função: primeiro, estabelecer uma ordem que possibilitará as pessoas orientar-se em seu mundo material e social e controlá-los; e em segundo lugar, possibilitar que a comunicação seja possível entre os membros de uma comunidade, fornecendo-lhes um código para nomear e classificar, sem ambiguidade, os vários aspectos de seu mundo e da sua história individual e social. (Moscovici, 2003, p. 21)

No que diz respeito ao Familiar e não familiar, Moscovici (2003) afirma que a representação social, são modalidade de conhecimento particular e consensual. Ela utiliza-se de dois meios para exercer sua função de familiarizar entre o grupo com o desconhecido. Moscovici (2003), fundamenta as suas proposições por meio de três hipóteses. Na primeira hipótese depreendemos que: "uma pessoa ou um grupo cria imagens, constrói sentenças que irão tanto revelar como ocultar sua ou suas intenções" (p. 54). Essas imagens e sentenças, por sua vez se convertem em distorções subjetivas de uma realidade objetiva. Já na segunda, "todas as ideologias, todas as concepções de mundo são meios para solucionar tensões psíquicas ou emocionais, devidas a um fracasso ou a uma falta de integração social" (Mosvici, 2003, p. 54). Neste sentido elas são compensações imaginárias, que teriam a finalidade de restaurar um grau de estabilidade interna. Na terceira e última

hipótese, afirma que os grupos criam representações para filtrar a informação que provém do meio ambiente e dessa maneira controlam o comportamento individual" (Moscovici, 2003, p. 54)

As três hipóteses, sob o ponto de vista dos meios de comunicação de massa, cujo objetivo é tornar familiar algo não familiar, funcionam como uma espécie de manipulação do pensamento e da estruturação da realidade. E se tornam semelhantes àqueles métodos de controle comportamental e de propaganda que exercem uma coerção forçada em todos aqueles a quem eles estão dirigidos. Ademais, talvez não seja demasiada ousadia afirmar que a finalidade de todas as representações seja a tornar familiar a não familiaridade. Ademais,

> A presença real de algo ausente, a exatidão relativa de um objeto é o que caracteriza a não familiaridade. Algo parece ser visível sem o ser: ser semelhante, embora sendo diferente, ser acessível e, no entanto, ser inacessível. O não familiar atrai e intriga as pessoas e as comunidades enquanto, ao mesmo tempo, as alarma, as obriga a tornar explícitos os pressupostos implícitos que são básicos ao consenso (Moscovici, 2003, p. 56).

A partir daqui podemos concluir que pela representação, as coisas que o olho da mente percebe parecem estar diante de nossos olhos físicos e um ente imaginário, pelo processo da associação, começa a assumir a realidade de algo visto, algo tangível. Esses mecanismos transforma o não familiar em familiar, principalmente transferindo-o a nossa própria esfera particular, onde nós somos capazes de compará-los e interpretá-los; e depois, reproduzindo-os entre as coisas que nós podemos ver e tocar, e, consequentemente, controlar. Trata-se do fenômeno da objetivação e ancoragem assuntos que abordemos a seguir.

Relendo o pensamento de Moscovici (2003), e fazendo uma crítica a forma como antes era entendida a ciência no passado, podemos perceber que, quanto a objetivação

científica, a ciência e o senso comum, e ou as representações sociais são tão diferentes entre si e ao mesmo tempo tão complementares. Até porque, em "nossos mundos reificados" à medida que as teorias, informações e acontecimentos se multiplicam com a proliferação das ciências da comunicação, é exigente que o homem os duplique e os reproduza ao nível mais imediato e acessível, por meio de formas e energia próprias. E por isso, ao construirmos o conhecimento é fundamental que falemos e pensemos de ambos registos. Justificamos a nossa forma de pensamento a partir do que ele mesmo diz quando escreve:

> A ciência era antes baseada no senso comum e fazia o senso comum menos comum; mas agora senso comum é a ciência tornada comum. Sem dúvida, cada fato, cada lugar comum esconde dentro de sua própria banalidade um mundo de conhecimento, determinada dose de cultura e um mistério que o fazem ao mesmo tempo compulsivo e fascinante (Moscovici, 2003, p. 60).

O que pretendemos aqui é destacar a necessidade de ancorar ideias estranhas, reduzi-las a categorias e imagens comuns. Dito de outra forma colocá-las em um contexto familiar. Como isso acontece? Ora vejamos, as coisas que o olho da mente percebe parecem estar diante dos nossos olhos físicos e um ente imaginário começa a assumir a realidade de algo visto, algo tangível. Esses mecanismos transformam o não família em familiar, primeiramente transferindo-o a nossa própria esfera particular, onde nós somos capazes de compará-lo e interpretá-lo; e depois, reproduzindo-o entre as coisas que nós podemos ver e tocar, e, consequentemente, controlar. Podemos atribuir a este processo o nome de ancoragem que define como:

> Processo que transforma algo estranho e perturbador, que nos intriga, em nosso sistema particular de categorias e o compara com um paradigma de uma categoria que nós pensamos ser apropriadas [...]. Ancorar é, pois, classificar

> e dar nome a alguma coisa. Coisas que não são classificadas e que não possuem nomes são estranhas, não existes e ao mesmo tempo ameaçadas (Moscovici, 2003, p. 61).

Deste modo, para ele a Teoria das Representações Sociais traz consigo duas consequências: em primeiro lugar ela, exclui a ideias de pensamento ou percepção que não possua a ancoragem. Pois, "todo o sistema de classificações e relações entre sistemas pressupõe uma posição específica, um ponto de vista baseado no consenso" (Moscovici, 2003, p. 70). Em segundo lugar os sistemas de classificação e de nomeação não são, simplesmente, meios de graduar e de rotular pessoas ou objetos considerados como entidades discretas. Para eles estes sistemas classificatórios têm o objetivo principal de "facilitar a interpretação de características, a compreensão de intenções e motivos subjacentes às ações das pessoas, na realidade e formar opiniões" (Mosconvici, 2003, p. 70). Desde modo, representações preexistentes são de certa maneira modificadas e aquelas entidades que devem ser presentadas são modificadas ainda mais, de tal modo que adquirem uma nova existência, que nos permitirá falar do conceito de Objetivação.

Ao referir-se a este conceito e relendo o físico inglês Maxwell, citado por Moscovici (2003), diremos que nada é objetivo para todos os homens e de todas as épocas da história da humanidade. Porque o que pode parecer abstrato a uma geração, torna-se concreto para a seguinte e assim vice-versa e ou sucessivamente. As teorias incomuns, por exemplo, que ninguém levava a sério, passam a ser normais, críveis e explicadoras da realidade algum tempo depois (Moscovici, 2003, p. 71). Ao serem assumidas por esta ou aquela geração, através do processo da objetivação fazem do inaceitável, do condenado no passado, algo real. Explica Moscovici a objetivação é este processo que "une a ideia do não familiar com a da realidade, torna-se a verdadeira essência da realidade. Percebida primeiro como um universo puramente intelectual e remoto, a objetivação aparece, então, diante de nossos olhos, física e acessível" (Moscovici, 2003, p. 71). De

tal maneira ela aparece a todo de nos fazer crer no princípio segundo o qual toda a representação torne real, e ou, realize no sentido próprio do termo, um nível diferente da realidade. E estes níveis são criados e mantidos pela coletividade e se esvaem com ela. Não têm por si mesmo a existência. São abstratas, representadas ilusoriamente. Até porque, entre a ilusão total e a realidade total, segundo Moscovici (2003), "existe uma infinidade de graduações que devem ser levadas em consideração, pois nós as criamos, mas a ilusão e a realidade são conseguidas exatamente do mesmo modo" (Moscovici, 2003, p. 71). Dai que se possa afirmar que, a materialização de uma abstração é uma das características mais misteriosas do pensamento e da fala do indivíduo.

Portanto, a objetivação na representação social, pode ser pensada sob duas perspectivas: quanto a materialidade do mundo classificada na ancoragem através da qual dissemos que algo é verdadeiro; E quanto ã não materialidade, ou aos entes incorpóreos tais como por exemplo uma ideia. Sob esta ótica representações em psicologia social mostram-se como:

> Semelhantes a teorias que ordenam ao redor de um tema (as doenças mentais são contagiosas, as pessoas são o que elas comem, etc.) uma série de proposições que possibilita que coisas ou pessoas sejam classificadas, que seus caracteres sejam descritos, seus sentimentos e ações sejam explicados e assim por diante. [...] Na verdade, do ponto de vista dinâmico, as representações sociais se apresentam como uma 'rede' de idéias, metáforas e imagens, mais ou menos interligadas livremente e, por isso, mais móveis e fluidas que teorias (Moscocivi, 2003, p. 209-210).

Portanto, diremos que objetivar é descobrir a qualidade icônica de uma ideia produzida por alguém, ou ser impreciso, é reproduzir um conceito em uma imagem, figura etc. É comparar uma ideia, imagem, figura com a outra. E isto é já representar algo, é encher o que está naturalmente vazio,

com substância. É construir a subjetividade do indivíduo na medida em que enquanto as representações "são partilhadas por tantos, penetram e influenciam a mente de cada um, elas não são pensadas por eles; melhor, para sermos mais precisos, elas são re-pensadas, re-citadas e re-presentadas (Moscovici, 2003, p. 37). Isto, porém, acontece sem que os indivíduos na coletividade e que cada um em particular se dê conta e tome consciência de que esteja vivenciando tais fenômenos. E então pela ancoragem por meio do processo formativo da representação social o indivíduo dá-se a "construção de uma rede de significados" (Moscovici, 2003, p. 289), que serão descodificados pelos seus semelhantes por meio do processo da elaboração linguística e discursiva. Ainda, para o autor, objetivar pode significar a construção da subjetividade do indivíduo na medida em que as representações "são partilhadas, penetram e influenciam a mente de cada um [...], não são pensadas por eles; melhor, para sermos mais precisos, elas são repensadas, recitadas e representadas" (p. 37). No entanto, ocorre sem que os sujeitos, coletivo ou individualmente percebam e tomem consciência de que estão vivenciando novas realidades. Este processo se acontece somente quando os indivíduos do grupo associam através do processo de ancoragem, o que já conhecem ao que é desconhecido, com o objetivo de, pela interação processual de assimilação e associação entre sujeitos cognoscentes e objetos primários ou referenciais, entender e descrever a nova realidade. Assim, segundo Jodelet (1992), é pelo processo de ancoragem, que o indivíduo realiza esta integração cognitiva do objeto representado e que acaba possibilitando a criação e atribuição de novos significados, "novos elementos de conhecimento numa rede de categorias mais familiares, supondo uma base de representação partilhada coletivamente" (p. 377). E por meio destas categorias o grupo potencialmente pode exprimir a sua identidade a partir dos sentidos e significados que ele atribui à representação social.

Para Doise (1992) pela ancoragem, estes significados "intervêm nas relações simbólicas existentes no grupo social que representa o objeto" (p. 189). Dando sequência, a autora fazendo a análise da ancoragem das representações sociais

propõe três modalidades: 1. A ancoragem do tipo psicológico que diz respeito às crenças ou valores gerais que podem organizar as relações simbólicas com o outro; 2. A ancoragem do tipo psicossociológico que inscreve os conteúdos das representações sociais na maneira como os indivíduos se situam simbolicamente nas relações sociais e nas divisões posicionais e categoriais próprias a um campo social definido; 3. A ancoragem do tipo sociológico que se refere à maneira como as relações simbólicas entre grupos intervêm na apropriação do objeto.

Segundo Rangel (1997) não se pode pensar na conceituação de representações sociais sem ter em conta a "uma grande heterogeneidade de formulações" (p. 22), conforme estas aproximações conceituais:

> [...] é uma forma de conhecimento socialmente elaborada e partilhada, tendo um objetivo prático e concorrendo à construção de uma realidade comum a um conjunto social. (Jodelet, 1994, p. 36)1 [...] é um conteúdo mental estruturado – isto é, cognitivo, avaliativo, afetivo e simbólico – sobre um fenômeno social relevante, que toma a forma de imagens ou metáforas, e que é conscientemente compartilhado com outros membros do grupo social. (Wagner, 1998, p. 3) [...] é produto e processo de uma atividade mental pela qual um indivíduo ou um grupo reconstitui o real ao qual ele é confrontado e lhe atribui uma significação específica (Abric, 1994, p. 188).

Relendo estes autores, pode se chegar a conclusão de que, ao mesmo tempo em que ocorre a construção da imagem icônica referente a um determinado objeto primário, é necessário integrá-la, "ancorá-la", a um sistema de pensamento já existente a priori, de modo a tornar familiar algo não familiar. Nesta lógica, a ancoragem, vem acoplado de um pensamento ideológico e de uma construção histórica, concomitantemente, sugerindo ação. Deste modo a ancoragem passa a ser:

> [...] o mecanismo que permite enfrentar as inovações, bem como os objetos que não são familiares. Utilizamos as categorias que já conhecemos para interpretar e dar sentido aos novos objetos que aparecem no campo social. Em certo sentido, sempre vemos o novo através de lentes antigas, e o deformamos o suficiente de modo que ele penetre nos esquemas que são para nós familiares (Ibáñez Gracia, 1988, p. 50).

E então, a representação social passa a converter algo não-familiar em familiar (Moscovici, 2003), a ponto de Vala (2000) afirmar que "uma representação é um código de interpretação no qual ancora o não-familiar, o desconhecido e o imprevisto" (p. 474). Assim, as representações se modificam e se organizam para estar de acordo com os valores que o sujeito já possui, podendo até mesmo parecer contraditórias justamente porque são formas de adaptação que conseguem integrar elementos drasticamente separados, permitindo-lhes uma adaptação a diferentes circunstâncias, o que faz com que estejam em permanente construção. Afinal "representar uma coisa, um estado, não consiste simplesmente em desdobrá-lo, repeti-lo ou reproduzi-lo; é reconstituí-lo, retocá-lo e modificar-lhe o texto" (Moscovici, 2003, p. 58). Portanto, a representação social, encontra a sua materialidade de produção, posição e ação nas situações sócio, históricas, culturais e cotidianas tanto dos indivíduos no grupo quanto do próprio grupo, que acaba também influenciando tais situações, isso porque:

> [...] a ancoragem expressa o enraizamento social das representações e sua dependência das diversas interações sociais [uma vez que] os interesses e os valores próprios dos diversos grupos atuam com força sobre os mecanismos de seleção da informação, abrindo, mais ou menos, os esquemas estabelecidos para que a inovação possa ser integrada. (Ibáñez Gracia, 1988, p. 50)

Ainda para Moscovici (2003), a constante repetição das representações sociais pelos membros do grupo, "não só tem uma função de economia, pois cada idéia já não precisa ser demonstrada de novo, mas também uma função de organização do julgamento" (p. 259). Os indivíduos fazem da repetição uma forma de se lembrarem em que posição se encontram nas relações sociais em que estão inseridos. Quando falam, repetidamente, estão "repassando" seu discurso, reafirmando suas idéias e, ao mesmo tempo, desenvolvendo-as.

Através das funções congnitivas de interação, da função interpretativa da realidade e da função de orientação das condutas e das relações sociais os indivíduos e os integrantes de determinados grupos sociais fazem o processamento de informações e estabelecem vários níveis epistemológicos e gnosiológicos da realidade à sua volta. São capazes de conformar novas percepções e formas de agir quando depararem com novas situações e relações sociais. Para tanto, as representações sociais dos grupos compõem o olhar que eles lançam sobre a sua vida cotidiana. Como apontado por Moscovici (2003), influenciam sua ação. Compreendemos deste modo que a relação entre o subjetivo e o objetivo, constitui o binômio indispensável nos grupos sociais. E estes por sua vez possuindo regras, idéias e elaboram informações próprias ao longo da sua história e sob o reflexo das diferentes relações que estabelecem. Nesse processo, são construídas as identidades e também são atribuídas as especificidades.

Assim, o indivíduo passa a ter no grupo um papel atuante e particular na construção das representações sociais, e comenta que " a representação social é um corpus organizado de conhecimento e uma das atividades psíquicas graças às quais os homens tornam inteligível a realidade física e social, inserem-se num grupo ou numa ligação cotidiana de trocas, e liberam os poderes de sua imaginação. (Moscovici, 2003, p. 28).

Isto porque ao elaborar representações sociais, os indivíduos organizam imagens, histórias e linguagens coletadas de atos e situações que lhes são comuns. Ao vivenciar

ou apenas ter conhecimento desses fatos da realidade e da natureza, eles procuram meios de reproduzi-los. Porém as representações sociais não são meras reproduções da realidade. Elas vão mais além, resultam de uma lógica natural em que os elementos são interpretados e passam por uma reconstrução, sendo-lhes atribuído um significado especifico, cujos aspectos podem ser cognitivos, emocionais e afetivos. E, pelos "intercâmbios comunicativos" (Moscovici, p. 28), a realidade é conhecida, remodelada e representada, fazendo parte das relações cognitivas do grupo. Isto, porém, existe "um esforço para compreender o mundo através de ideias específicas e de projetar essas ideias de maneiras a influenciar outros, a estabelecer certas maneiras de criar sentido, de tal modo que as coisas são vistas desta maneira, em vez daquela. Portanto, "através da comunicação os indivíduos são capazes de se ligarem uns aos outros ou de se distanciarem deles" (Ibidem). São capazes de assimilares e internalizarem os papéis dos seus interlocutores. Concluindo esta abordagem pode-se afirmar que as interações, os relacionamentos, as ações e comunicações entre os homens entre si e com o mundo partem das representações sociais e terminam nas representações sociais.

Pelo que até agora investigado, quanto à problemática em estudo, chegar à conclusão de que as representações sociais podem influenciar o modo de ser e existir no tempo e no espaço e permitir que os sujeitos reconfigurem e re-signifiquem os objetos em novas realidades sociais. Trata-se, portanto, de um ato pelo qual os sujeitos mediados pelos enunciados linguísticos e discursivos Bock (1997), podem apreender o objeto de suas atenções num sistema de referências e de representações, com significados e sentidos a eles atribuídos dentro dos contextos sócio-histórico-cultural e ambiental. Continuando concorda-se com Bock (1997) quando afirma que "os sujeitos com desenvolvimento da consciência dos objetos e do mundo, apropriam-se deles". Assim talvez sejam capazes de situá-lo, ubicar-se nele, o antecedem e o compartilham com os outros, o constroem suas vivências, reproduz significados e cria possibilidades de refazer-se, como sujeito, ao construir o seu mundo.

Referências

ABRIC, J. C. (1994). L'étude expérimentale des représentations sociales. In: Doise, W. (1992), L'ancrage dans les études sur les représentations sociales. 405 (XLV), *Bulletin de Psychologie*, Paris, pp. 189-195.

ADORNO, T. W. e HORKHEIMER, M. (1985) A Indústria Cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. *Dialética do Esclarecimento - fragmentos filosóficos*. Tradução: Guido Antônio de Almeida. Rio: Zahar, pp. 114-128.

FAUSTO NETO, A. (2008) *Enunciação jornalística entre dispositivo e disposições*. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0324-1.pdf . Data de acesso 30/11/16.

_____. (2012) *Midiatização da enfermidade de Lula sentidos em circulação em torno de um corpo-significante.* Disponível em: https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/6187/1/ MIDIATIZACAO_repositorio.pdf. Data de acesso: 28/11/16.

DOISE, W. (1992) *L'ancrage dans les études sur les représentations sociales. Bulletin de psychologie,* Paris, v. 45 (n. 405) pp. 189-195.

BRAGA, José Luiz. (2012) *Mediatização como processo interacional de referencia.* Disponível em: http://static.scielo.org/scielobooks/k64dr/pdf/mattos-9788523212056.pdf. Data de acesso: 28/11/16.

GOMES, Pedro Gilberto. (2006) *A Filosofia e a ética da comunicação na midiatização da sociedade.* São Leopoldo: Unisinos, p.72.

_____. (2016) *Midiatização: um conceito, múltiplas vozes.* Disponível em: http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/22253/14176. Data de acesso: 29/11/16.

IANINI, Otavio. (1997) *Teorias da Globalização.* Disponível em: https://pt.scribd.com/document/326200018/IANNI-Octavio-Teorias-Da-Globalizacao. Data de acesso 30/11/16.

IBÁÑEZ GRACIA, T. (1988). "*Representaciones sociales: teoría y método*". Disponível em: http://www.psicologia-online.com/articulos/2007/representaciones_sociales.shtml. Data de acesso 18/07/16.

JODELET, D. (1994). *Representações sociais: um domínio em expansão*. Disponível em: http://docplayer.com.br/36945-Representacoes-sociais-um-dominio-em-expansao-denise-jodelet.html. Data de acesso 25/10/16.

LAPLANTINE, F & TRINDADE, L. (2000) *O que é Imaginário?* Disponível em: http://docslide.com.br/documents/laplantine-francois-et-trindade-liana-o-que-e-imaginario-colecao-primeiros-passospdf.html. Data de acesso: 30/09/16.

MCLUHAN, M. (1964) *A Galáxia de Gutenberg*. Disponível em:https://pt.scribd.com/doc/89110615/Marshall-McLuhan-A-Galaxia-de-Gutenberg. Data de acesso: 24/09/16.

MARTIN -BARBERO, Jesús. (2004) *Razón técnica y razón política: espacios / tiempos no pensados.* Disponível em: file:///C:/Users/Financeiro/Downloads/1556619671.Mart%C3%ADn%20Barbero.pdf. Data de acesso: 29/10/16.

_____. *(2009) Uma aventura epistemológica.* Disponível em: file:///C:/Users/Financeiro/Downloads/38228-45012-1-PB.pdf. Data de acesso em 27/11/16.

MCLUHAN, M. (1969) *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 407 páginas.

MOSCOVICI, S. (2003) *Representações sociais. Investigações em psicologia social.* Petrópolis: Vozes, 404 páginas.

RANGEL, M. (1997). *"Bom aluno": real ou ideal? : o quadro teórico da representação social e suas contribuições à pesquisa*. Petrópolis, Vozes, 92 páginas.

SILVA HUGO. (2014) *Jornal de Angola é pioneiro a inovar*. Quinta, 26 Jun. Disponível em: http://m.ja.sapo.ao/inicio/entrevista/jornal_de_angola_e_pioneiro_a_inovar. Data de acesso em 05/12/ 16.

UNFPA, (2016) Fundo de População das Nações Unidas. Disponível em: http://angola.unfpa.org/pt/topics/jovens-e-adolescentes. Data de acesso 30/11/16.

ROSA, A. Paula da; FERREIRA, Jairo. (2013) *Entre reapropriações e cocriações: o desafio da ética em tempos digitais.* Disponível em: file:///C:/Users/Financeiro/Downloads/6220-32318-1-PB.pdf. Data de acesso: 19/11/16.

ROSA, A. Paula da. (2014) *Imagens-Totens em permanência X tentativas midiáticas de rupturas.* Disponível em: http://docs10.minhateca.com.br/710167087,BR,0,0,teorias_da_imagem_e_do_imaginario.pdf. Data de acesso: 30/10/16.

ROCK, Ana Mercês Bahia. *Formação do psicólogo: um debate a partir do significado do fenômeno psicológico.* Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid= S1414-98931997000200006. Data de acesso: 19/01/17.

WAGNER, W. (1998). Sócio-gênese e características das representações sociais. In: MOREIRA, A. S. P., & OLIVEIRA, D. C. de. (Eds.), *Estudos interdisciplinares de representação social.* Goiânia: AB, pp. 3-25.

VALA, J. (2000). Representações sociais e psicologia social do conhecimento quotidiano. In: VALA J, Monteiro MB. *Psicologia social.* Lisboa: Calouste Gulbenkian, p. 457-502.

VERÓN, E. (2009) *Semiotique Ouverte: Itinéraires sémiotiques en communication*. Paris: Hachette, 194 p.

ROBERT, B.; JOHN, L.; CYNTHIA LINS, H.; REMO, M.; ELIANE VERAS, S. & HERALDO, S. M. (2006) *Sociologia: sua bússola para um novo mundo.* São Paulo, Thomson, 609 páginas.