

## **(In)visibilidade mediática, (in)existência social e o contributo da teoria das Representações Sociais**

### ***Media (in)visibility, social (in)existence and social Representations***

SIMÃO FONSECA<sup>1</sup> & MARIA MANUEL BAPTISTA<sup>2</sup>

#### **Resumo**

Neste artigo propomos um quadro teórico que articula a Sociologia das Ausências (Santos, 2006) e a Teoria das Representações Sociais (Moscovici [1994] 2012). Trata-se de um paradigma epistemológico que, integrado num projeto de investigação mais abrangente (Programa Doutoral em Estudos Culturais), está comprometido em estudar a elaboração e a partilha das representações das minorias religiosas veiculadas nos media. Nele discutimos: (1) A (In)visibilidade mediática; (2) A produção de não-existência na construção da realidade e, (3) As Representações Sociais como produção de conhecimento prático. Argumentamos que estas representações, sob a lógica do funcionamento das monoculturas (formas sociais de inferiorização) podem produzir ocultamento social e contribuir para a construção da (in)visibilidade mediática. Pelo que sugere, o modelo apresentado poderá contribuir para: 1) Analisar a forma como as minorias religiosas são pensadas coletivamente; 2) Aprofundar o debate sobre o reconhecimento e a legitimação social no espaço mediático e 3) Contribuir para a democratização da mediação nos processos de comunicação.

**Palavras-chave:** Invisibilidade mediática; não-existência; representações sociais; minorias religiosas e media

---

#### **Abstract**

This article seeks to discuss a theoretical frame that articulates both the Sociological Absences (Santos, 2006) and the Theoretical of Social Representations (Moscovici (1994) 2012). In fact it shows a epistemological paradigm that is integrated in an investigation project of a wider representation (Doctoral program in Cultural Studies), its main concern focus the elaboration and sharing the representations of religious minorities represented by the media. In this article it is showed: (1) The media invisibility; (2) The production of non-existent in reality construction, and (3) Social Representations as a production of practical knowledge. Its main interest is to defend that this representations are under the logic of mono cultural functioning (which is a social mechanism of inferiority) in fact they can produce social withdrawal that leads inevitably to a total absence of media representation. Therefore the following model can contribute to: 1) The analyse of how religious minorities are analysed collectively; 2) It aims to create a wider debate about the recognition of this minorities, its recognition and its legitimate space on the media sphere; 3) It aims to contribute to the democratization regarding the mediation in the communication process.

**Keywords:** Media invisibility; non-existent; social representations; religious minorities and media

---

<sup>1</sup> Universidade de Aveiro / simao.fonseca@ua.pt

<sup>2</sup> Universidade de Aveiro / mbaptista@ua.pt

## 1. INTRODUÇÃO

Ao longo dos últimos séculos, e a par do *desencantamento do mundo* anunciado pela racionalidade moderna, judeus, muçulmanos, protestantes, entre outros, ocuparam histórica e socialmente lugares marginais, conviveram com estigmas e foram excluídos do mercado valores simbólicos que «quotiza» (estrutura) a sociedade em primário e secundário, em centro e periferia. Concomitantemente, assistimos à consolidação dos *media* como instrumento privilegiado na construção das identidades e na estruturação das sociedades contemporâneas, como um lugar único de visibilidade e consequente legitimação social (Wolton, 1999). Perante o desenvolvimento da *hegemonia cultural* (Gramsci, 2002a)<sup>1</sup> patente nos meios de comunicação, que resulta quer da ação dos *media* na difusão de culturas (Vattimo, 1992)<sup>2</sup>, quer da representação que fazem das ideologias dominantes (Hall, *et al.*, 1999: 228-231)<sup>3</sup>, interpelamo-nos sobre o modo como, “na era da visibilidade mediada” (Thompson, [1995] 2013:15), religião e *media* se intersejam na rede que configura a sociedade. Em particular, pretendemos perceber qual seja a atual representação das minorias religiosas enquanto conhecimento socialmente elaborado e partilhado nos *media*. Partindo das premissas que os meios de comunicação constroem a realidade (Guareschi, 2000); que “fabricam coletivamente uma representação social, que, mesmo estando distante da realidade, perdura apesar dos desmentidos ou das retificações posteriores” (Champagne, 1993:61)<sup>4</sup> e que a respetiva comunicação, realizando-se sob formas sociais que geram inferiorização, podem forjar a não-existência social (Santos, 2006), colocámos como assunto da nossa pesquisa a resposta à seguinte indagação: que representações das minorias religiosas são elaboradas e partilhadas nos *media* e de que modo, os seus conhecimentos e experiências tornam-se socialmente (in)visíveis?

Para responder a esta questão, tentaremos refletir sobre as condições que ligam o discurso mediático, o ocultamento social e o senso comum. Uma abordagem que se situa na confluência entre a conceção de uma Sociologia do Conhecimento cujo papel central não são as formulações teóricas mas o conhecimento da vida cotidiana, do senso comum (Berger & Lukmann [1996] 2011:29) e a Psicologia Social conforme a concebe Moscovici, ou seja, uma perspetiva sociológica e não psicológica, “que vê os fenómenos psicológicos do ponto de vista da vida social e cultural” ([1994] 2012:7). Nesta convergência interdisciplinar pretendemos estudar o *imaginário mediático*<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Em Gramsci esta hegemonia traduz a conquista do consenso e da liderança cultural de um grupo(s) sobre outro.

<sup>2</sup> Vattimo responsabiliza os *media* pela disseminação das múltiplas visões do mundo ao darem voz às minorias e respetivas peculiaridades culturais, a seu ver, esta visão do mundo é uma fantasmagoria produzida por aquilo que apelida como «sociedade transparente» (1992: 7-17).

<sup>3</sup> Conscientes da abundante literatura das tradições de investigação que tratam a dialética entre a influência dos *media* e o papel ativo do recetor, embora não tratemos aqui a questão do poder efetivo dos *media* sublinhamos a relevância dos estudos sobre a função social, simbólica e ideológica dos *media* propostos por Horkheimer & Adorno ([1947] 1997), Althusser (1998) consolidados por Stuart Hall (1980) e seguidos por Martin-Barbero ([1987] 1997) e Guareschi (2000).

<sup>4</sup> Sobre esta produção mediática Champagne recorda-nos que “ela não faz mais do que reforçar as interpretações espontâneas e os pré-juízos e tende por isso a redobrá-los” (1993: 62).

<sup>5</sup> Entenda-se a palavra, imaginário, como um conjunto de sentidos produzidos pelos discursos mediáticos.

como produtor, mediador e difusor de Representações Sociais (RS)<sup>6</sup> mediante uma articulação do paradigma epistemológico denominado por Sociologia das Ausências (Santos, 2007) com a Teoria das Representações Sociais (TRS)<sup>7</sup>.

Herdeira do politeísmo teórico e metodológico e das tradições de investigação na área de Estudos Culturais (Martins, 2012), a nossa reflexão alinha-se na crítica aos discursos dominantes. Tendo a sociedade e a cultura como objeto do pensamento crítico onde emergiram os Estudos Culturais, visamos em particular a crítica à racionalidade “indolente” (Santos, 2000) que configura os *media*. Neste artigo, e no contexto do descrédito das meta-narrativas, propomos discutir a nossa proposta epistemológica em três etapas: (1) A (In)visibilidade mediada pelos *media*; (2) A produção de não-existência na construção da realidade e, finalmente, (3) As representações sociais como produção de conhecimento prático. Argumentamos que as representações sociais disseminadas nos *media* sob uma *racionalidade metonímica*, produzem a não-existência social (Santos, 2006) e contribuem para a construção da (in)visibilidade mediática<sup>8</sup>.

Trata-se de uma proposta epistemológica que se integra num projeto de investigação mais abrangente comprometido em estudar, as representações sociais das minorias religiosas veiculadas nos discursos mediáticos. Justificada a nossa proposta de trabalho, salientamos que, ao identificar e compreender a produção de crenças sobre as minorias religiosas nos *media* corroboramos o interesse dos Estudos Culturais em “procurar revelar os discursos marginais, não-oficiais, ou daqueles que propriamente não têm voz” (Batista, 2009: 455).

## 2. A (IN)VISIBILIDADE MEDIÁTICA

Entre o descrédito das meta-narrativas no imaginário de investigação universitária e académica e a imaginação comum, ao desempenhar “um papel de ligação e de mediação crítica na formação da opinião pública” (Hall et al., 1999: 234) os *media* destacam-se como um lugar privilegiado de visibilidade onde, os demais agentes sociais lutam pela presença e legitimação. Enquanto Rodrigues sublinha a visibilidade mediática, como uma esfera obrigatória para obter legitimidade social (1997), Thompson esclarece que “a visibilidade mediada não é apenas o veículo pelo qual os aspetos da vida social e política passam a ser foco da atenção dos demais: ela se transformou em um meio principal para a articulação e realização das principais lutas sociais e políticas de nossa época” (Thompson, [1995] 2013:19-20). Atendendo ao fato da comunicação social ser criadora e construtora de visibilidade e invisibilidade, na medida em que, como afirma Guareschi, “Uma coisa passa a existir, sociologicamente falando, quando é veiculada (...), algo “existe” no momento em que é

<sup>6</sup> Doravante a expressão representações sociais passará a ser designada pela sigla RS.

<sup>7</sup> Doravante a denominada, Teoria das Representações Sociais, passará a ser designada pela sigla TRS.

<sup>8</sup> Embora abordamos mais adiante o conceito, por hora entenda-se invisibilidade como uma questão que não se reduz a uma presença visível, mas que, essencialmente, engloba a tónica de valoração negativa como um contributo para a sua desqualificação social.

mostrado nos media” (Guareschi et al., 2000: 28), sem desvalorizar os aspetos técnicos, a nossa investigação ocupar-se-á não só com o que é dito mas em particular com a maneira e significado do que é dito, com os mecanismos de construção de sentido que potenciam maior ou menor visibilidade.

Ao reconhecer que a comunicação social não é apenas construtora e difusora da ação cultural (signos) mas também mediadora Martin-Barbero chama a nossa atenção para a sua dimensão social, para a mediação que atua nas práticas de comunicação (Martin-Barbero, 1997). Ela torna-se um lugar privilegiado de legitimação social no espaço público, onde a imagem e a voz das minorias dependem dos critérios que, segundo Esteves, definem a agenda de assuntos que podem captar, ou não, a atenção do público (Esteves, 2012:112)<sup>9</sup>. Na confluência da teoria da Agenda (McCombs, 2004) e do conceito de enquadramento (Goffman, [1974]1986) como uma generalização que permite classificar e categorizar (Correia, 2012)<sup>10</sup>, Traquina considera que os *media* não são o espelho da sociedade, a agenda dos temas e os conteúdos a divulgar são uma realidade construída através dos óculos dos jornalistas (Traquina 1999:176)<sup>11</sup>, tornando-os “de facto participantes ativos na construção da realidade” (Traquina 2001:86). Neste sentido, encara-os como produtores de visibilidades e invisibilidades (Traquina, 2000, 2001, 2002). Tendo em consideração que o ato de narrar um acontecimento é sempre um ponto de vista o autor denuncia a influência que exerce na opinião pública, o modo como se relatam os factos e a forma de interpretá-los (Traquina 2000). No decurso desse processo de mediação, além da interpretação dos assuntos abordados, Traquina discute ainda a importância dos critérios de noticiabilidade como contributos para a construção social da realidade (Traquina, 2004).

Em linha com os autores acima referidos, Correia acrescenta a responsabilidade da linguagem jornalística quer pelas conceções do mundo, quer pela determinação da experiência identitária (Correia, s\d: 2-3). Em alusão à teoria das realidades múltiplas, o autor refere que num mundo onde prolifera uma diversidade de culturas detentoras de uma linguagem própria, cabe ao jornalismo a responsabilidade de ultrapassar as barreiras semânticas, “familiarizando” os leitores comuns com as diversas lógicas e gramáticas específicas de cada uma (Correia, s\d: 7). Com relevância sublinhamos a convicção de Vilas-Boas ao considerar que essa lacuna da linguagem “talvez constitua maior ruído quando se aborda a coisa religiosa” (Vilas-Boas, 2002: 120). Supondo que a não familiaridade de uma realidade (religiosa) desencadeia sentimentos de

<sup>9</sup> Acerca desta mediação Correia sublinha que “os media são uma das instituições que ajudam a dar forma à nossa visão do mundo, proporcionando quadros de interpretação que nos permitem definir as nossas visões do Outro (...) são, com efeito, um dos principais, embora não o único, instrumentos de construção de imagens de identidade e de alteridade” (Correia, 2009: 119)

<sup>10</sup> No sentido em que, conforme esclarece o autor, “funciona como um elemento organizador da informação que funciona ao nível cognitivo e cultural. Quando funciona ao nível cognitivo, os frames convidam-nos a pensar os fenómenos sociais de um certo modo, apresentando-os, por exemplo de forma negativa ou positiva, de forma episódica ou temática” (Correia, 2009: 71)

<sup>11</sup> Lippmann afirma que os jornalistas tendem a generalizar os factos mediante representações da realidade que funcionam como ‘mapas’ e ‘defesas’, as quais têm a função de guiar os indivíduos e proteger os seus valores, interesses e ideologias. Sublinha que estas representações, são seletivas e parciais na medida em que operam, cognitivamente ou socialmente, segundo os interesses dos mesmos. Com efeito, não são neutras. ([1922] 2008).

insegurança, os processos de categorização (*classificação e atribuição*) tendem a desfavorecer o outro, a excluí-lo como aquele que não nos pertence (Jodelet, [1999] 2008: 60-64). Neste contexto, Correia salienta a necessidade da comunicação social ser sensível à “estranheza” e, evitando as formas de exclusão, assumir a responsabilidade do seu papel socializador. Por outras palavras, ser rigorosa perante a cultura e a história da experiência que narra, e ser capaz de enquadrá-la de forma relevante e perceptível no quotidiano do seu público (Correia, s/d: 10-13).

Concebendo a ligação entre o discurso mediático e a visibilidade mediática das minorias religiosas, levantamos as seguintes questões: De que religiões falam os media? Porque falam de umas minorias e de outras não? Que valores estão associados à informação sobre minorias religiosas? Como a comunicação social comunica a não familiaridade das suas ideias e práticas? Que representações são atribuídas aos seus «estranhos» significados? Que mapas de significado *tornam inteligível* a informação sobre as minorias religiosas?

### 3. PRODUÇÃO DE NÃO-EXISTÊNCIA NA EMERGÊNCIA DOS MEDIA

Até aqui tratámos do conceito de invisibilidade mediática. Agora queremos chamar a atenção para a produção da não-existência. Para compreender a produção de (in)visibilidade das minorias religiosas nos media, além da *Teoria das Representações Sociais* que, desenvolveremos mais adiante, fundamentamos o nosso quadro teórico em articulação com a proposta epistemológica da *sociologia das ausências* de Boaventura S. Santos. O sociólogo reconhece a emancipação social como uma característica da modernidade ocidental, porém, regista algumas impossibilidades de concretização na atual conjuntura contemporânea. A seu ver, estes aspetos só poderão ser superados mediante um novo paradigma de racionalidade que combata a preguiça da “razão indolente” (Santos, 2000). Alinhada com esta mudança paradigmática, o autor elabora uma crítica ao pensamento hegemónico cuja predominância apelida de *monocultura racional* por ele não contemplar a diversidade epistemológica. No seu empreendimento crítico propõe três procedimentos sociológicos: “sociologia das ausências, a sociologia das emergências e o trabalho de tradução” (Santos, 2002: 239). Embora a sua proposta epistemológica não se reduza a tornar visíveis os silêncios, as ocultações ou as desqualificações sociais, para o propósito da nossa estratégia teórica e metodológica concentramo-nos apenas na *Sociologia das Ausências*.

Com efeito, mediante uma disposição de resistência, esta epistemologia procura explicar como, “o que não existe é, na verdade, ativamente produzido como não-existente, isto é, como uma alternativa não-crível, como uma alternativa desqualificada e tornada invisível, ininteligível ou descartável” (Santos, 2002: 28-29). No contexto da realidade hegemónica do mundo (mediático), o sociólogo denuncia e desconstrói o poder da produção de ausências por parte de uma sociologia que torna inexistente aquilo que não é reconhecido ou legitimado mediante a absolutização de

critérios, nomeadamente dos *media*. Apelidando-as de monoculturas, assinala cinco formas sociais de inferiorização que representam a produção da não-existência ou do desprestígio de experiências sociais: a monocultura do saber, a monocultura do tempo linear, a monocultura da naturalização das diferenças, a monocultura da escala dominante e a monocultura da produtividade capitalista (Santos, 2007: 29-32).

Mediante a primeira forma de inferiorização social, denominada monocultura do saber, Santos descreve a atitude de considerar a ciência (moderna) ou a alta cultura como o único ou legítimo espaço de conhecimento válido (2007: 29). Destarte, todo o saber para além desta fronteira deverá ser considerado *ignorante* e, como tal, deve ser censurado. Ou seja, sem legitimidade científica não deverá ser reconhecido, tornando-se socialmente ausente. Considerando a relação da comunicação social como potenciadora de uma cultura hegemónica (McLuhan ([1967] 2007), Martin-Barbero, ([1987] 1997) e no contexto de uma racionalidade (moderna) cuja verdade prevalece sobre as demais visões do mundo (Santos, 2000), coloca-se a seguinte interrogação: de que modo o espaço mediático pode ocultar a pluralidade da realidade religiosa, ou desacreditar a experiência religioso minoritário ao classificar este saber como ignorante ou cientificamente ilegítimo? A análise das representações sociais no discurso jornalístico pode ajudar-nos a compreender como se estabelece a monocultura dos saberes, como as religiões são legitimadas pela sua articulação com o saber científico ou desacreditadas quando o contestam. O estudo das RS nos discursos mediáticos procurará confirmar, ou não, se existem considerações cientificamente ancoradas, enquanto critério único de verdade, para legitimar o (des)crédito do saber religioso. Trata-se de identificar classificações, comparações sobre o modo como as minorias religiosas veem o mundo e os seus mitos e rituais são figurados como ignorantes.

A segunda forma de inferiorização social é nomeada de monocultura do tempo linear. Ela traduz o pensamento filosófico, que compreende a história como uma evolução, orientada linearmente em um só sentido. Com efeito, sob a égide do tempo, como sinónimo de progresso e modernização, elaboram-se representações de culturas, sociedades, grupos ou indivíduos como desenvolvidos ou subdesenvolvidos, modernos ou atrasados. Deste modo, como símbolo do progresso, o que é desenvolvido torna-se objeto de representações sociais que dão sentido àquilo que está no centro e na vanguarda da sociedade como avançado/moderno (Santos, 2007: 29-30). Por sua vez, o que é subdesenvolvido é socialmente representado como periférico ou primitivo/obsoleto. Considerando a ancestralidade das religiões e os jornalistas como construtores de sentido ou significado, (Traquina, 2002) de que forma, ancoradas numa monocultura do tempo linear as representações sociais do religioso produzem figurações que apoiam ou descredibilizam as minorias? Em resposta a esta interrogação, a análise das RS pode ajudar-nos a verificar como, representações ancoradas em ideias progressistas ou modernas reproduzem imagens liberais de algumas minorias, enquanto outras são conotadas como arcaicas ou civilizacionalmente retrógradas, devido às suas práticas ou hermenêuticas tradicionais. Do mesmo

modo, comparadas à religião da maioria, entendida como um dos centros da coesão da sociedade, as minorias religiosas podem ser consideradas socialmente periféricas e, como tal, serem *residualmente* representadas no espaço e no discurso mediático.

A terceira forma de inferiorização, classificada de monocultura da naturalização das diferenças, visa denunciar a produção de não-existência patente em processos culturais e ideológicos, que naturalizam as relações hierárquicas. Para o autor, naturalização significa aceitar a diferença como uma consequência e não como uma causa (Santos, 2007: 30). Tendo em conta que os *media* além de reproduzir as ideias dominantes, favorecem formas de exposição e mantém silêncios cúmplices e que, “estas formas estruturadas de comunicação são tão comuns, tão naturais, tão dadas como adquiridas, tão profundamente embutidas nas próprias formas de comunicação que são utilizadas” (Hall *et al*, 1999: 236) importa indagar, sobre o modo como, socialmente, a naturalização da dominação ou força de uns sobre outros (ex. maioria\minoria) pode ser atestada por meio de representações sociais que atribuem, uma naturalidade à superioridade de uns bem como à inferioridade dos outros? A observação das RS pode contribuir para entendermos como, a naturalização das diferenças enquanto forma de inferiorização social, pode ser responsável pela naturalização quer da presença da maioria quer da ausência das minorias no espaço mediático, bem como da produção de representações de uma religião que, ora como vítima, ora como réu, promove a não-existência por via da naturalização da respetiva inferiorização da mesma.

A quarta forma de inferiorização social é identificada como monocultura do universal e do global. Para Santos, seja pela elevação de uma realidade à condição universal, superando assim qualquer conjuntura particular, seja pela classificação da mesma numa escala global, que supera a limitação do contexto local, a não-existência é produzida pela representação da realidade a partir de uma escala onde o universal é visto como superior ao particular e o global é melhor que o local. Deste modo, não sendo consideradas alternativas credíveis, as realidades particulares e localizadas são inferiorizadas e aprisionadas na lógica da inexistência (Santos 2007: 31). Considerando o poder dos *media* na capacidade dar uma moldura particular a um assunto (Traquina, 2001), de que forma o discurso jornalístico pode fomentar uma monocultura do universal e global? Ao estudar as representações sociais presentes num discurso podemos verificar se, ao tratar as diferentes religiões, elas são representadas em função de um quadro de referência cuja escala superioriza uns em função do universalismo e globalismo que os caracteriza e inferioriza outros pela sua condição de particular e local. (ex. A visibilidade dada pela imprensa portuguesa à universalidade do Papa na visita ao Brasil contrasta com a ausência de informação sobre o congresso nacional (local) das Testemunhas de Jeová em Lisboa)<sup>12</sup>

Finalmente, a última forma de inferiorização social é descrita como monocultura da produtividade capitalista. Trata-se de uma atitude fundamentada em

<sup>12</sup> Ver Edições do Público 19, 20 e 21 Julho de 2013

critérios que valorizam aquilo que é produtivo e lucrativo. Por oposição, qualquer outra realidade, nesta ótica é socialmente representada como preguiçosa, improdutiva, estéril ou até mesmo como profissionalmente desqualificada (Santos, 2002: 31). Considerando o paradigma que sustenta a monocultura da produtividade capitalista reinante nos media, a análise das representações sociais pode ajudar-nos a identificar elementos economicistas nos discursos mediáticos. De que modo, os critérios «mercantis»: 1) Produzem representações com base numa análise financeira e económica das religiões?; 2) Interpretam os valores associados a cada atividade religiosa? 3) Satisfazem a necessidade de informação da maioria religiosa e ocultam as experiências e saberes não hegemónicos das minorias? 4) Percecionam as religiões como produto mercadológico, representando-as socialmente como produtivas ou inúteis? (ex. “Visita do Dalai Lama rende 500 mil euros”).

Enquanto Gramsci (2002b: 225) pressupôs os media como um dos órgãos de formação de consensos, McLuhan ([1964] 2007) chamou a atenção para a importância de serem instrumentos de construção e fortalecimento da cultura dominante. Além do papel que a imprensa ocupa nessa construção, com relevância Cabecinha e Évora (2008: 2686) acrescentam que “na avaliação da capacidade dos meios de comunicação social na criação de um consenso alargado das representações sociais, não é possível ignorar os fluxos de informação, a nível global, as desigualdades na distribuição entre o Centro e a Periferia.

Mediante a diária e imensurável quantidade de discursos produzidos, os *media* apresentam-se como um espaço privilegiado onde as pessoas acedem ao mundo e onde, por meio das regras que orientam as respetivas linhas editoriais, a complexa realidade do quotidiano é, segundo Bourdieu (1997), descontextualizada e recontextualizada. Deste modo, podemos conceber o discurso mediático como uma construção da realidade e sublinhar o papel dos *media* como (re)produtor e difusor de representações sociais. Com efeito, partilhando da crítica de Santos ao pensamento hegemónico e à monocultura racional que o sustenta, pensamos ser relevante aplicar o seu empreendimento crítico para refletirmos a cultura hegemónica no que respeita à produção e difusão de representações sociais das minorias religiosas nos *media*. Além de difundirem bens simbólicos, eles apresentam-se também como mediadores. Intermediários entre os acontecimentos e o público, o papel de mediação que os *media* desempenham constitui-os também como produtores privilegiados de significados sobre a realidade e como tal, na elaboração de representações sociais. Através dos processos de (re)elaboração de representações sociais, que visam a preservação de um grupo perante aquilo que não lhe é familiar, os *media* podem forjar a sua visão dos acontecimentos de um modo socialmente aceitável, ou seja, de acordo com a coletânea de representações desse mesmo público. Deste modo, pretendemos identificar as representações sociais das minorias religiosas e, da análise dos elementos que as constituem - ameaça, ignorância, primitividade, excentricidade, inferioridade ou desperdício - compreender em que medida eles contribuem, ou não, para a ocultação ou desprestígio social das mesmas. Neste sentido, a nossa proposta epistemológica



visa criticar o funcionamento monocultural dos *media* discutindo e renovando as formas de mediação das minorias religiosas, socialmente não-existentes.

#### 4. AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS COMO PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO PRÁTICO

Até agora discutimos o conceito de *(in)visibilidade mediática* e a possibilidade dos *media* produzirem a *não-existência*. Porém, a simples identificação e descrição do que é dito bem como a interpretação do respetivo sentido, não explicitam suficientemente a forma como os *media* representam as minorias religiosas. Para aprofundarmos a relação entre a comunicação social e a construção do senso comum, importa compreendermos como os processos de identificação e contextualização, enquanto mapas culturais, tornam a informação inteligível ao público (Hall *et al.*, 1999: 226). Para ligarmos o conceito de invisibilidade mediática e a análise da produção de não-existência, optámos pelo contributo da relação dialética entre representações sociais e a Comunicação. Considerando afinidade das RS com os processos de comunicação e a produção de não-existência, socorremo-nos das representações sociais como um conceito operativo, acreditando que a TRS, mediante os mecanismos de *ancoragem* e *objetivação*, pode ajudar-nos a entender como se produz o ocultamento ou descredibilização social que sustenta a *(in)visibilidade mediática*.

Berger afirma que a sociedade é uma construção (1985) e, em conjunto com Luckmann, embora reconheçam a importância da religião nesse empreendimento, consideram que a construção da vida quotidiana decorre acima de tudo da linguagem como um instrumento de organização da realidade, individual (interior) e social (exterior) na medida em que a entendem como “uma facticidade externa a mim, exercendo efeitos coercivos sobre mim (Berger & Luckmann [1996] 2011: 57). Partindo de uma correlação entre linguagem e conhecimento da vida quotidiana, estes sociólogos afirmam que o homem constrói-se a si mesmo e estrutura o seu quotidiano a partir da utilização que faz da linguagem. Mediante os processos de socialização (numa primeira fase a família e respetivos valores, numa segunda fase as instituições sociais com as suas crenças e ideologias) a sociedade (re)constrói-se como um produto humano, o homem transforma-se num produto social e, do mesmo modo, a sociedade assume-se como uma realidade objetiva ([1996] 2011: 85). Para estes autores a realidade é socialmente construída pelo que, evitando um enfoque sociologista e psicologista, propõem uma “psicologia sociológica, isto é, uma psicologia que deriva suas perspetivas fundamentais da compreensão sociológica da condição humana” ([1996] 2011: 236).

Sob o legado de Durkheim (1898), no campo da Sociologia das Religiões, Moscovici (1961) e Jodelet (2002) desenvolveram a TRS, no âmbito da Psicologia Social. Enquanto o termo representação revela a influência e uma continuidade com o pensamento de Durkheim, a opção de substituir o conceito de *coletivas* por *sociais* declara também a rotura com aquele fundador da sociologia moderna. Em

contraponto com a conceptualização pré-concebida e estática das representações *coletivas*, Moscovici propõe a diversidade e o dinamismo na capacidade de transformação das representações *sociais*. Ao criticar o *behaviorismo* e a psicologia cognitivista o autor elabora uma epistemologia psicossocial (psicossociológica) que aborda, entre outros aspetos, a relação dos meios de comunicação e a construção do senso comum. Ao investigar como, no decorrer dos processos de comunicação (interindividual, social) se constroem e difundem as explicações sobre o quotidiano, Moscovici considera que as representações sociais “devem ser vistas como uma maneira específica de compreender e comunicar o que nós já sabemos” (Moscovici [2000] 2010: 46). Enquanto formas de pensamento social (consciência subjetiva no espaço comum) as representações sociais são construções que resultam das experiências e crenças de um grupo e a partir delas estabelecem percepções, as quais, segundo Bauer, enquanto produção cultural de uma comunidade, têm a função de “resistir a conceitos, conhecimentos e atividades que ameaçam destruir sua identidade” (Bauer [1994] 2012: 183). Estas percepções derivam de num processo de apropriação e transformação (re-significação) que permite classificar, nomear e comparar pessoas ou objetos e cuja finalidade é, dentro no nosso contexto social, tornar familiar algo não familiar (Moscovici [2000] 2010: 54). Conforme afirma Moscovici ([2000] 2010: 58): “as representações que nós fabricamos – duma teoria científica, de uma nação, de um objeto etc. – são sempre resultado de um esforço constante de tornar comum e real algo que é incomum (não familiar)”. Além de conhecermos como funcionam os mecanismos básicos (*objetivação* e *ancoragem*) que facilitam a compreensão e tornam familiar o sentimento de não-familiariedade, a seu ver não devemos perder de vista que “ao estudar uma representação, nós devemos sempre tentar descobrir a característica não familiar qua a motivou, que esta absorveu” (Moscovici [2000] 2010: 59). Assim, enquanto mediadoras entre conceito e percepção, as representações estabelecem uma intermediação entre o sistema cognitivo e a realidade social (2001: 127). Conforme explicita Cabecinhas (2009: 4): “enquanto fenómenos cognitivos, as representações sociais são consideradas como um produto duma atividade de apropriação da realidade exterior e, simultaneamente, como processo de elaboração psicológica e social da realidade”.

No que respeita aos mecanismos que produzem as representações sociais, Moscovici ([2000] 2010: 60) afirma que ancorar e objetivar é um “processo de pensamento baseado na memória e em conclusões passadas”. Como formas de agir com a memória, a ancoragem traduz as operações de, *classificação* e a *nomeação* (Moscovici [2000] 2010: 61), enquanto a objetivação reproduz o procedimento de *comparação*, uma ação que visa a transformação de um conceito em uma ideia (Moscovici [2000] 2010: 71-72). Castro e Vala (2013: 586) explicitam que se trata de “um processo que permite tornar real um esquema conceptual” e acrescentam que ele pode subdividir-se em subprocessos de *personificação*, *figuração* e *ontologização*<sup>13</sup>. Ao encarar a classi-

<sup>13</sup> Com o objetivo de explicitar uma ideia complexa, a personificação corresponde à associação de um personagem, a figuração

ficação como uma operação fundamental para a criação de qualquer representação, e por meio da qual, avaliamos e rotulamos pessoas ou objetos, Moscovici ([2000] 2010: 62) defende que a “neutralidade é proibida, pela mesma lógica do sistema, onde cada objeto e ser devem possuir um valor positivo ou negativo e assumir um determinado lugar em clara escala hierárquica”.

Ao aprofundar o estudo do processo de ancoragem, isto é, o modo de transformação do não-familiar em familiar mediante a articulação de pontos de referências existentes e a organização, Jodelet (2002) reforçou a função prática das representações sociais como uma forma de compreender e agir no mundo que nos rodeia. Para a autora, “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” (Jodelet 2002:22)<sup>14</sup>. Assim, considerando que o “processo de «tornar um acontecimento inteligível» é um processo social (Hall *et al.*, 1999:226) a TRS torna-se relevante para ajudar-nos a identificar e a conhecer o modo como, os *media* interpretam e constroem a realidade social. Partindo da premissa que, como produto da nossa interação e comunicação as RS e a comunicação são indissociáveis (Markova [2000] 2010), afirmamos a importância social das modalidades de comunicação<sup>15</sup> e, no estudo das representações, desejamos perceber o que elas revelam sobre a construção social da realidade.

Em resposta à questão inicial sugerida, entre outras indagações, procuraremos perceber: Quais as características não familiares que motivam e são absorvidas pelas representações sociais associadas às minorias religiosas? De que modo o mecanismo de *ancoragem* presente no discurso jornalístico, mediante os procedimentos de categorização, que implicam escolhas, podem explicar a seleção de temas e conteúdos em detrimento de outros, bem como o ângulo ou forma de interpretar um acontecimento ou realidade religiosa? De que modo o mecanismo de *objetivação* presente no discurso jornalístico, mediante o procedimento de comparação (*personificação*, *figuração* e *ontologização*), pode explicar a conceptualização de ideias inerentes às minorias religiosas? Na produção de representações sociais sobre minorias religiosas, a que modalidades de comunicação recorrem os articulistas?

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo da premissa de que as representações sociais são “formas de conhecimento prático” (Spink, [1994] 2012: 96), que através delas construímos socialmente a realidade mediante a atribuição de significados ao mundo e aos outros (Castro &

---

refere-se ao recurso de metáforas enquanto a ontologização à atribuição de qualidades (Vala & Castro 2013: 588).

<sup>14</sup> Sobre este saber coletivo Berger e Lukmann ([1996] 2011:40) explicitam que “o conhecimento do senso comum é o conhecimento que eu partilho com os outros nas rotinas normais, evidentes da vida cotidiana. Senso comum que McLuhan (1964/2007:81) sublinhou e caracterizou considerando que “por muitos séculos foi tido como o poder especificamente humano de traduzir a experiência de um sentido isolado para todos os demais sentidos, de modo a apresentar à mente uma imagem continuamente unificada da experiência”.

<sup>15</sup> Acerca das modalidades de comunicação (Difusão, Propagação e Propaganda) ver Castro e Vala (2013:590-591).

Vala, 2013), procuramos entender como, sob a lógica do funcionamento das monoculturas (formas sociais de inferiorização) denunciadas pela *Sociologia das Ausências*, os processos de ancoragem e objetivação utilizados pelos discursos mediáticos podem promover inexistência social e produzir invisibilidade mediática.

Perante a não familiaridade associada à estranheza doutrinária, institucional ou ritual de entidades e sujeitos religiosos, os mecanismos de ancoragem e a objetivação podem traduzir: a avaliação positiva ou negativa que deles se faz, o lugar de (in) visibilidade social que ocupam e o paradigma figurativo que lhe atribui qualidade icónica, “imagens que se tornam elementos da realidade” (Moscovici [2000] 2010: 74). Para o escopo da nossa investigação sublinhamos a relevância das operações de *classificação*, *nomeação* e *comparação* na medida em que através delas podemos compreender como o discurso jornalístico promove as cinco formas sociais de inferiorização. A categorização do *ignorante*, do *residual*, do *inferior*, do *local/particular* e do *improdutivo* constitui-se como indicadores que revelam produção da não-existência, ocultamento e desprestígio da experiência social das minorias religiosas. Uma análise das representações sociais das minorias religiosas no discurso mediático deverá permitir-nos observar o modo como elas são conhecidas no espaço mediático e compreender o processo de produção da sua não-existência e explicar a invisibilidade social associada.

Ao procurar responder à nossa questão de investigação (Que representações sociais das minorias religiosas são elaboradas e partilhadas nos *media*?), acreditamos que a TRS poderá contribuir para: 1) Aprofundar a questão teórica, nomeadamente, a articulação dos conceitos de produção de *não-existência* e *invisibilidade mediática* e alargar o diálogo entre os respetivos quadros teóricos; 2) Compreender a dimensão cultural, explicitando a relação ideologia e *media* e 3) Renovar teoria crítica e social dos *media* no que respeita à democratização dos processos de mediação que envolvem sujeitos e entidades religiosas minoritárias.

Além de uma reflexão epistemológica, no âmbito dos Estudos Culturais, a proposta apresentada poderá contribuir para: 1) Enquadrar os estudos sobre as minorias religiosas, analisando a forma como elas são pensadas coletivamente no espaço mediático; 2) Aprofundar o debate sobre o modo como os meios de comunicação, como espaço de reconhecimento e legitimação social, podem tornar (in)visível e (des)qualificados a pluralidade dos saberes religiosos minoritários; 2) Transformar a realidade social, contribuindo para a democratização da mediação nos processos de comunicação.

Conscientes da fragilidade de um empreendimento interdisciplinar e da necessidade de rever os argumentos aqui debatidos, além de inovar mediante a construção de novos paradigmas científicos, quisemos desenvolver, em relação às minorias religiosas, uma nova forma de mediação e compreensão social da realidade fabricada pelos *media* a fim de, utilizando a figura de Martins (2003:103), “... salvar o quotidiano. Salvar a possibilidade de vivermos as nossas vidas. Salvar a nossa historicidade. Em linha com o propósito dos Estudos Culturais a proposta aflorada

apresenta-se como uma atitude emancipadora, que se desenvolve a partir de “um futuro de possibilidades plurais e concretas, simultaneamente utópicas e realistas (Santos, 2002: 21).

## FINANCIAMENTO

Este artigo foi elaborado no âmbito do projeto de investigação intitulado: Religião, Media e Democracia financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (SFRH / BD / 77862 / 2011).



## REFERÊNCIAS

- Adorno, T. & Horkheimer, M. ([1947] 1997) *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos*, Rio de Janeiro: Zahar, 2ª ed.
- Althusser, L. (1998) *Aparelhos Ideológicos de Estado*, R. Janeiro: Graal, 7ª ed.
- Baptista, M. (Coord) (2012) *Cultura: Metodologias e Investigação*, Coimbra: Grácio Editor.
- Baptista, M. (2009) “Estudos Culturais: O Quê e o Como da Investigação”, *Carnets, Cultures Littéraires: Nouvelles Performances et Développement*, nº Spécial, Automne/Hiver, 451-461.
- Bastos, J. & Bastos, S. (2006) *Filhos Diferentes de Deuses Diferentes*, Observatório da Imigração 17, Lisboa: Alto Comissariado para a Imigração e Minorias Étnicas (ACIME).
- Bauer, M. ([1994] 2012) “A Popularização da Ciência como “Imunização Cultural”: A Função de Resistência das Representações Sociais” in Guareschi P. & Jovchelovitch, S. *Textos em Representações Sociais*, Petrópolis: Vozes.
- Berger, P. (1985) *O Dossel Sagrado*, São Paulo: Paulinas.
- Berger, P. & Luckmann, T. (1996/2011) *A Construção Social da Realidade*, Petrópolis: Vozes, 33ª ed.
- Bourdieu, P. (1989) *O Poder Simbólico*, Lisboa: Difel.
- Champagne, P. (1993) “A Visão Mediática” in Bourdieu, P. *A Miséria do Mundo*, Petrópolis: Vozes.
- Correia, J. C. (2012) “A Construção Social da Realidade e o Jornalismo como Profissão Especializada” in Cunha, I.; Cabrera, A. & Sousa, J. (orgs.) *Pesquisa em Media e Jornalismo – homenagem a Nelson Traquina*, Coimbra: Livros LabCom.
- Correia, J. C. (s\ d) *Linguagem Jornalística, Estranheza e Referência*, Covilhã: Série de Estudos em Comunicação, Universidade da Beira Interior. Disponível em: [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt).
- Correia, J. C. (2009) *Teoria e Crítica do Discurso Noticioso Notas sobre Jornalismo e Representações Sociais*, Coimbra: Universidade da Beira. Disponível em: [www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110819-correia\\_teorica\\_critica\\_discurso\\_noticioso](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110819-correia_teorica_critica_discurso_noticioso).

- Durkeim, É. (1996) *As Formas Elementares da Vida Religiosa*, São Paulo: Martins Fontes.
- Durkeim, É. (1999) *O Sagrado e o Profano: A Essência das Religiões*, Lisboa: Livros do Brasil.
- Esteves, J. P. (2012) “Agenda–setting e Efeitos dos Media: O Desenvolvimento Paradoxal da Teoria e o Regresso a uma Perspetiva Comportamentalista” in Cunha, I., Cabrera, A. & Sousa, J. (orgs.) *Pesquisa em Media e Jornalismo – Homenagem a Nelson Traquina*, Covilhã: Livros LabCom.
- Farr, R. (2012) “Representações Sociais: A Teoria e a Sua História” in Guareschi, P. & Jovchelovitch, S. ([1994] 2012). *Textos em Representações Sociais*, RJ: Vozes.
- Feuerbach, L. ([1841] 2002) *A Essência do Cristianismo*, Lisboa: F. Calouste Gulbenkian, 2ª ed.
- Goffman, E. ([1974] 1986) *Frame analysis: an essay on the organization of experience*, Boston: Northeastern University Press, 2ª ed.
- Gramsci, A. ([1916] 2005) *Os jornais e os operários*. Marxists Internet Archive, disponível em: <http://www.marxists.org/portugues/gramsci/1916/mes/jornais.htm>. (Acedido a 19/07/13).
- Gramsci, A. ([ ]2002b) *Cadernos do Cárcere - Literatura. Folclore. Gramática, Apêndices: variantes e índices*, 6. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Guareschi, P. (2000) *Construtores de Informação*, Petrópolis (RJ): Vozes.
- Huntington, S. ([1996] 2009) *O Choque das Civilizações e a Mudança na Ordem Mundial*, ed. Lisboa: Gradiva, 4ª ed.
- Hall, S. (1980) “Encoding/decoding” in Hall, S. Hobson, D., Lowe, A., Willis, P. (dir) *Culture, Media Language*. Londres: Hutchison.
- Hall, S. (1982) “The Rediscovery of ‘Ideology’: Return of the Repressed in Media Studies” in Guareschi, P. et al. (eds.) *Culture Society and the Media*, Londres: Methuen.
- Hall, S., Chritcher, C., Jefferson, T., Clarke, J. & Roberts, B. (1999) *A Produção Social das Notícias: O ‘Mugging’ nos Media*, in Traquina, N. (org.) *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*, Coleção Comunicação & linguagens, Lisboa: Veja.
- Jodelet, D. (org.) (2002) *As Representações Sociais: Um Domínio em Expansão* in Jodelet, D. (org.) (2002) *As Representações Sociais*, RJ: Eduerj, 17-44.
- Jodelet, D. ([1999] 2008) Os Processos Psicossociais da Exclusão, in Sawaia, B. (org.) *As Artimanhas da Exclusão: Análise Psicossocial e Ética da Desigualdade Social*, Petrópolis: Vozes, 53-66, 8ª ed.
- Martin-Barbero, J. ([1987] 1997) *Dos Meios às Mediações: Comunicação Cultura e Hegemonia*, UFRJ.
- Martins, S. (2007) *Muçulmana e Mulher. A Representação das Mulheres Muçulmanas na Imprensa*, Lisboa: Livros Horizonte.
- Martins, M. (2003) O Quotidiano e os Media, *Revista Todas as Letras*, 5: 97-105. Disponível: [http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/23792/1/o\\_quotidiano\\_e\\_os\\_media](http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/23792/1/o_quotidiano_e_os_media).
- Martins, M. (2002a) O Trágico como Imaginário da Era Mediática, *Comunicação e Sociedade*, 4: 73-79
- Martins, M. (2012) Para um ‘Politeísmo Metodológico’ nos Estudos Culturais, in Maria Manuel Baptista (Coord) *Cultura: Metodologias e Investigação*, Coimbra: Grácio Editor
- Marx, K. ([1844] 2008) *Para a Crítica da Filosofia do Direito de Hegel*, Covilhã: LusoSofia Press.

- McLuhan, M. ([1967] 2007) *Os Meios de Comunicação como Extensão do Homem*, São Paulo: Cultrix
- Moscovici, S. (1978) *A Representação Social da Psicanálise*, RJ: Zahar.
- Moscovici, S. ([2000] 2010) *Representações Sociais*, Petrópolis: Vozes, 7ª ed.
- Moscovici, S. ([1994] 2012) "Prefácio" in Guareschi, P. & Jovchelovitch, S. *Textos em Representações Sociais*, Petrópolis: Vozes
- Nietzsche, F. ([1887]1987) *A Gaia Ciência*. Coleção Filosofia e Ensaios, Lisboa: Guimarães Editores
- Rodrigues, A. (1997) *Estratégias da Comunicação*, Lisboa: Presença
- Rodrigues, A. (2000) *Crítica da Razão Indolente: Contra o Desperdício da Experiência*, Porto: Edições Afrontamento.
- Rodrigues, A. (2006) Uma Sociologia das Ausências e uma Sociologia das Emergência in *A Gramática do Tempo: Para uma Nova Cultura Política*. [para um novo senso comum. A ciência, o direito e a política na transição paradigmática]. Porto: Edições Afrontamento, 87-124.
- Rodrigues, A. (2007) *Renovar a Teoria Crítica e Reinventar a Emancipação social*, São Paulo: Boitempo.
- Sawaia, B. (org.) ([1999] 2008) *As Artimanhas da Exclusão. Análise Psicossocial e ética da desigualdade social*, Petrópolis: Vozes, 8ª ed.
- Spink, M. ([1994] 2012) "Desvendando as teorias implícitas: uma metodologia de análise das Representações Sociais" in Guareschi, P. & Jovchelovitch, S. *Textos em Representações Sociais*, Petrópolis: Vozes.
- Tchuman, G. (1983) *La Production de la Noticias. Estudio sobre la Construccion de la Eealidad*, Barcelona: Gustavo Gili.
- Thompson, J. ([1995] 2013) *A Mídia e a Modernidade. Teoria Social da Mídia*, Petrópolis: Vozes, 14º ed.
- Thompson, J. ([1995] 2011) *Ideologia e Cultura Moderna. Teoria Social Crítica na Era dos Meios de Comunicação de Massa*, Petrópolis: Vozes, 8ª ed.
- Traquina, N. (2000) *O Poder do Jornalismo: Análise e Textos do Agendamento*, Coimbra: Minerva.
- Traquina, N. (2002) *O que é o Jornalismo?* Lisboa: Quimera.
- Traquina, N. (2004) *A Tribo Jornalística - Uma Comunidade Interpretativa Transnacional*, Lisboa: Editorial Noticias
- Traquina, N. (1999) *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*, Coleção Comunicação & linguagens, Lisboa: Editora Veja.
- Traquina, N. & Mesquita, M. (2003) *Jornalismo Cívico*, Lisboa: Livros Horizonte.
- Traquina, N. et al., (2001) *O Jornalismo Português em Análise de Casos*, Lisboa: Caminho.
- Vala, J.. & Castro, P. ([2000] 2013) Pensamento Social e Representações Sociais in Vala, J. & Monteiro, M. *Psicologia Social*. Revista e Atualizada, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 9ª ed.
- Valdigem, C. (2005). A Indústria Cultural Televisiva como Fonte Mediadora de Processos de Hibridação Cultural: Um Estudo de Receção da Telenovela Brasileira O Clone. *Livro de Atas - 4º SOPCOM*, 923-933.

Vattimo, G. (1992) *A Sociedade Transparente*, Lisboa: Relógio d'Água.

Weber, M. (2002) *A Ciência como Profissão*, Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.

Wolf, M. (1987) *Teorias da Comunicação*, Lisboa: Editorial Presença.

Wolton, D. (1994) *Elogio do Grande Público*, Porto: Edições Asa.