

Comunicação visual como prática simbólica: contribuições da teoria das representações sociais para a graduação em design gráfico

Larissa Monteiro Santana Damasceno

Universidade Estácio de Sá

<http://lattes.cnpq.br/9558927508134820>

larissamonteirod@gmail.com

Resumo

Este artigo discute as contribuições da Teoria das Representações Sociais (TRS), proposta por Serge Moscovici, para o ensino de design gráfico no contexto da graduação. A partir de uma abordagem teórico-conceitual, fundamentada em revisão bibliográfica, busca-se refletir sobre como a TRS pode auxiliar na formação de designers mais conscientes dos sentidos simbólicos, culturais e sociais que suas produções visuais mobilizam. Com base em autores como Moscovici, Jodelet, Duveen e Sá, são explorados os mecanismos de construção de sentido e suas implicações para o campo do design. Argumenta-se que a incorporação da TRS ao ensino de design permite desenvolver práticas pedagógicas mais críticas e socialmente engajadas, favorecendo uma formação ética e comprometida com a responsabilidade simbólica da comunicação visual. O artigo aponta, ainda, possibilidades práticas de aplicação desses referenciais no ambiente formativo, por meio de propostas didáticas voltadas à escuta, à análise crítica e à criação consciente.

Palavras-chave

Teoria das Representações Sociais; Design Gráfico; Comunicação Visual; Ensino em Design.

Visual Communication as a Symbolic Practice: Contributions of the Theory of Social Representations to Undergraduate Education in Graphic Design

Abstract

This article discusses the contributions of the Theory of Social Representations (TSR), proposed by Serge Moscovici, to undergraduate education in graphic design. Based on a theoretical-conceptual approach grounded in a literature review, the article reflects on how TSR can support the training of designers who are more aware of the symbolic, cultural, and social meanings mobilized by their visual productions. Drawing on authors such as Moscovici, Jodelet, Duveen, and Sá, the study explores the mechanisms involved in meaning construction and their implications for the field of design. It argues that incorporating TSR into design education can foster more critical and socially engaged pedagogical practices, promoting an ethical approach to the symbolic responsibility inherent in visual communication. The article also highlights practical possibilities for applying these theoretical frameworks in educational settings through didactic strategies focused on listening, critical analysis, and intentional creation.

Keywords

Theory of Social Representations; Graphic Design; Visual Communication; Design Education.

1 Introdução

Este artigo parte da constatação de desafios persistentes no campo do Design Gráfico: a criação e manipulação de significados. Apesar da natureza simbólica da prática projetual, observa-se uma lacuna na formação de estudantes quanto à compreensão dos sentidos que suas criações mobilizam.

O Design Gráfico é uma prática profundamente enraizada em processos simbólicos, discursivos e culturais. Operando no âmbito da comunicação visual, o Design se insere em uma dimensão complexa de significados e participa ativamente da construção de sentidos que circulam e se transformam no tecido social (Flusser, 2017). A profissão dedica-se à criação de imagens, sistemas visuais e estratégias de comunicação que respondem a problemas diversos, marcados pela complexidade da sociedade atual. Nesse processo, atua sobre linguagens, valores e representações sociais em constante transformação.

As escolhas estéticas e comunicacionais feitas por Designers não se limitam a critérios funcionais, mas carregam sentidos, valores, visões de mundo e representações coletivamente partilhadas. Apesar de ser um campo voltado à prática projetual, ele está profundamente envolvido na produção de sentidos que moldam e também são moldados por valores culturais, dinâmicas comunicacionais e representações sociais.

É nesse contexto que a Teoria das Representações Sociais (TRS), proposta por Serge Moscovici no campo da psicologia social, revela-se um referencial promissor para o ensino do Design Gráfico. A TRS permite compreender de que forma o conhecimento cotidiano é socialmente construído e como as representações influenciam percepções, comportamentos e produções simbólicas (Duveen, 2007).

O presente artigo tem como objetivo discutir, com base em uma revisão teórica, as contribuições que a TRS pode oferecer à formação em Design Gráfico, especialmente no que diz respeito à compreensão dos sentidos que circulam e se consolidam socialmente. Defende-se aqui o valor formativo da TRS como base conceitual capaz de fomentar uma formação mais sensível às implicações simbólicas e sociais da comunicação visual.

Para o designer, mais do que dominar as ferramentas de projeto, é essencial desenvolver consciência crítica sobre o que se projeta, para quem e com quais implicações. Para isso, torna-se essencial oferecer aos estudantes uma base teórica robusta, que os capacite a compreender as camadas de significação implicadas em seus projetos e a refletir sobre o papel social do Design.

Metodologicamente, este artigo adota uma abordagem teórico-conceitual, fundamentada em revisão bibliográfica. Essa revisão pretende fazer uma articulação entre os campos do Design Gráfico e da Teoria das Representações Sociais (TRS), com o objetivo de evidenciar possibilidades formativas para o ensino de Design, a partir de uma exploração dos principais conceitos da TRS e de suas aproximações, complementaridades e potencialidades de articulação com o Design Gráfico. Dessa maneira, não se propõe esgotar o tema, mas levantar subsídios para uma reflexão sobre a dimensão simbólica do Design e sua implicação na formação de profissionais mais conscientes de seu papel social.

2 O Design como campo de produção simbólica

Inicialmente, é importante delimitar o que se entende por Design Gráfico e de que maneira essa prática se estrutura enquanto campo de conhecimento e de atuação profissional. De maneira mais ampla, o Design está voltado à transformação de uma situação observada em uma situação pretendida. Trata-se, portanto, de uma disciplina de invenção: ela parte de uma realidade existente para criar uma realidade desejada (Ibarra; Anastassakis, 2016). O Design Gráfico, como uma das ramificações possíveis dessa área, concentra-se em aspectos relacionados à comunicação visual. Nesse contexto, a noção de “processo” é central para sua definição como uma área do conhecimento, já que é

justamente a existência de um projeto, de um plano ou de uma estratégia que distingue o Design de outras práticas e que impulsiona a construção de mensagens visuais (Panizza, 2004).

Na vida cotidiana somos constantemente expostos a incontáveis mensagens visuais que, embora carreguem um potencial comunicativo, nem sempre configuram atos reais de comunicação. Para que uma imagem desempenhe sua função comunicadora, é necessária a intenção de comunicar e, em contrapartida, uma interpretação atribuída por um interlocutor. Frequentemente, essas imagens não apenas representam aspectos da realidade, mas também colaboram para a manutenção de ideias já cristalizadas no imaginário social. Como destacam Santaella e Nöth (1997), a investigação sobre as imagens transita por diferentes campos do saber, entre eles a psicologia, a antropologia, a sociologia, a história da arte e a semiótica.

Essa constatação sugere que se vá além das fronteiras tradicionais do Design, buscando aportes teóricos que permitam compreender os modos como os significados são construídos visualmente. Considerando que os sujeitos atribuem sentidos às imagens de maneira muitas vezes automatizada e inconsciente, é papel do Designer estudar essas construções de sentido, de modo a articular elementos visuais com maior precisão comunicativa (Dondis, 2015).

É nesse cenário que a Teoria das Representações Sociais (TRS) se apresenta como um caminho complementar para aprofundar a compreensão dos processos de significação no Design, especialmente no que se refere à circulação social dos sentidos e sua apropriação por grupos sociais.

3 A Teoria das Representações Sociais

O conceito de representações sociais foi formulado inicialmente por Serge Moscovici, na década de 1950, que descreveu esse fenômeno e o caracterizou como um processo psicossocial. Desde então, seu referencial foi sendo ampliado e aprofundado por diferentes estudiosos. Entre os principais nomes que contribuíram para o desenvolvimento da teoria, destacam-se Denise Jodelet (2001), que propôs uma abordagem processual das representações em sua formação; Jean-Claude Abric (1998), com a abordagem estrutural, sistematizando o conteúdo das representações; Willem Doise (Almeida, 2009), que reforçou a natureza sociocultural do conceito em sua abordagem societal; e Celso Pereira de Sá (1998), importante nome no contexto brasileiro, especialmente no campo da educação.

A partir da formulação inicial de Moscovici, Jodelet (2001) aprofunda a noção de representação social, oferecendo uma definição mais precisa do termo. Segundo ela, “representação social é uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada, com um objetivo prático e que concorre para a construção de uma realidade comum a um conjunto social (p. 22)”.

Para Moscovici (2007), toda representação social envolve necessariamente a relação entre um sujeito e um objeto, e sua principal função é transformar o não-familiar em algo familiar, que possa ser assimilável e reconhecível. Esse movimento de construção de sentido associa dois mecanismos fundamentais: a objetivação e a ancoragem, conceitos posteriormente detalhados por Jodelet (Duveen, 2007).

A inquietação diante do novo, do desconhecido, mobiliza uma resposta coletiva em busca de estabilidade. Jodelet (2001) observa que há uma inclinação dos grupos sociais em transformar o estranho em algo que se encaixe nas estruturas já conhecidas, como uma forma de proteger sua coesão e sua continuidade simbólica. Assim, toda informação nova é, em alguma medida, processada por meio de um repertório de saberes prévios.

Nesse processo, a objetivação corresponde ao esforço de materializar uma ideia abstrata em formas concretas (imagens, figuras, metáforas) que tornem essa ideia mais acessível e visualizável. Já a

ancoragem opera por meio da categorização: ela nomeia, organiza e classifica o novo, inserindo-o em categorias já estabelecidas (Duveen, 2007).

Moscovici (2007) destaca ainda duas funções centrais das representações sociais. A primeira é a de “convencionalizar os objetos, pessoas ou acontecimentos que encontram” (p. 34), ou seja, atribuir a eles uma forma reconhecível e enquadrá-los em esquemas familiares. Essa função é responsável por conectar novas experiências a estruturas cognitivas já existentes, possibilitando sua compreensão. Nesse movimento, são definidas fronteiras simbólicas, delimitadas significações, organizadas partes dentro de totalidades e atribuídas identidades a indivíduos.

A segunda função é de caráter normativo ou prescritivo: as representações não apenas organizam o mundo, mas também antecipam como ele deve ser percebido. Elas operam por meio de estruturas simbólicas pré-existentes que orientam, antes mesmo do pensamento consciente, aquilo que será possível pensar. Como sintetiza Moscovici: “Sob muitos aspectos, o passado é mais real que o presente. O poder e a clareza das representações derivam do sucesso com que elas controlam a realidade de hoje através da de ontem e da continuidade que isso pressupõe” (Moscovici, 2007, p. 37–38).

A teoria formulada por Moscovici surgiu no contexto histórico de transição para a modernidade, numa época marcada por transformações profundas nos modos de produzir e acessar informações. O advento dos meios de comunicação de massa desempenhou papel central nesse cenário, promovendo a difusão do conhecimento e a circulação ampliada de representações sociais (Duveen, 2007).

Desde suas formulações iniciais, Moscovici reconheceu a centralidade da comunicação na constituição e na permanência das representações. Nesse processo, a imagem assume papel estratégico. Como salienta Duveen (2007): “As representações sustentadas pelas influências sociais da comunicação constituem as realidades das nossas vidas cotidianas e servem como principal meio para estabelecer as associações com as quais nós nos ligamos uns aos outros” (p. 8).

Mesmo com as transformações tecnológicas recentes, esse papel permanece relevante. Mazzotti e Campos (2014) observam que os meios de comunicação continuam a ocupar um espaço de destaque na construção do discurso social, mas agora profundamente atravessados por tecnologias digitais. As interações humanas passaram a ser mediadas, em grande parte, por plataformas e ambientes virtuais, o que reconfigura as formas de circulação e fixação de sentidos. Para os autores, esse novo contexto reforça, mais do que nunca, a atualidade da Teoria das Representações Sociais.

Nesse cenário, a TRS fornece instrumentos teóricos fundamentais para compreender como as imagens são carregadas de significados sociais. Toda percepção visual é atravessada por repertórios culturais compartilhados, como valores, crenças e memórias coletivas, que informam a maneira como enxergamos o mundo. Isso nos permite afirmar que não existe neutralidade no olhar: toda imagem, ideia ou representação já nasce permeada por significações socialmente construídas.

4 Contribuições da TRS para o ensino de Design

4.1 Representações sociais e a construção de sentidos no Design Gráfico

Ao aprofundarmos os conceitos da Teoria das Representações Sociais (TRS), compreendemos o quanto esse conhecimento pode contribuir para uma formação mais crítica e consciente no Design Gráfico, oferecendo uma formação atenta às implicações culturais, simbólicas e sociais da profissão. Além disso, a teoria não oferece apenas subsídios teóricos, mas também traz aportes práticos para a atuação profissional. Entender quais representações circulam dentro de determinados grupos sociais, reconhecendo suas imagens predominantes, discursos e associações simbólicas, pode ser uma

ferramenta valiosa no processo de criação visual. Essa consciência permite ao Designer construir uma comunicação mais precisa, sintonizada com o público e adequada ao contexto em que atua.

Apesar da TRS já ser amplamente consolidada em áreas como a psicologia e a educação, sua presença em cursos de Design ainda é bastante incipiente. Essa lacuna contrasta com o potencial formativo da teoria para profissionais da área. Vale lembrar que a TRS não se limita a descrever a realidade: ela é, antes de tudo, um processo ativo de construção de sentido. Moscovici (2007) observou que as representações sociais tanto convencionam quanto prescrevem. Ou seja, moldam a forma como percebemos o mundo, mas também orientam as maneiras pelas quais nos posicionamos em relação a ele. A partir disso, é possível compreender que o processo comunicacional opera de forma cíclica: ele ajuda a fixar certas representações no imaginário coletivo e, ao mesmo tempo, se vale dessas representações para reforçar normas, valores e condutas dentro de um grupo social.

Celso Sá (1998) acrescenta uma observação fundamental a esse debate: nem todo fenômeno social pode ou deve ser compreendido como uma representação social. Distinguir uma coisa da outra requer rigor metodológico e sensibilidade analítica, e esse cuidado se torna especialmente importante no contexto do Design Gráfico, justamente para evitar apropriações apressadas ou superficiais de conceitos.

Como destacava Moscovici (2007), a comunicação é o território onde as representações germinam, circulam e se enraízam. Por isso, o ensino do Design Gráfico pode (e deve) incorporar uma dimensão crítica voltada à leitura dessas representações. Duveen (2007) reforça essa ideia ao afirmar que os significados que estruturam nossa vida social são construídos por meio das interações comunicacionais. É nesse processo que os sujeitos constroem seus sentidos sobre o mundo e sobre si mesmos. Isso implica reconhecer que o Designer, ao atuar no campo da comunicação visual, também é um agente ativo na produção de identidades sociais tanto com os grupos com os quais se identifica quanto com aqueles que estão fora de sua vivência direta. A prática profissional, portanto, carrega consigo o poder de reforçar padrões estabelecidos ou de propor novos códigos simbólicos.

Na prática pedagógica, isso pode se traduzir em exercícios que estimulem a problematização de imagens hegemônicas ou preconceituosas, de discursos visuais cristalizados ou signos que naturalizam desigualdades. A leitura crítica dessas representações se torna, nesse contexto, um gesto de resistência simbólica, ou seja, um esforço intencional de reconfiguração dos sentidos que circulam na sociedade.

Mais do que promover uma reflexão ética ou uma atuação socialmente responsável, a TRS também pode ser compreendida como uma ferramenta para o processo criativo. Ao reconhecer os sentidos socialmente atribuídos a determinados signos, temas ou palavras, o Designer pode mobilizá-los intencionalmente em seus projetos. Isso fortalece a conexão entre o Design e as expectativas do público. A teoria pode, por exemplo, orientar estratégias de fortalecimento de identidade de marca, adaptação de uma linguagem para públicos específicos ou mesmo provocar rupturas simbólicas deliberadas. Assim, a TRS não se limita a sustentar uma postura crítica, ela se apresenta também como base teórica sólida para a criação de soluções visuais mais assertivas.

4.2 Da teoria à prática: aplicações formativas da TRS no ensino de Design

Quando compreendemos que objetivação e ancoragem são mecanismos fundamentais para a formação das representações sociais, também entendemos que introduzir um conceito novo exige aproximação com saberes previamente compartilhados. Ou seja, para comunicar com eficácia, é necessário conectar o desconhecido a algo já presente no imaginário do grupo com o qual se pretende dialogar. A partir desse conhecimento, é possível desenvolver estratégias mais acessíveis de

comunicação, traduzindo conceitos complexos em narrativas visuais, ancoradas em referências significativas para seu público.

Nesse cenário, o trabalho do Designer se constrói em constante equilíbrio entre dois movimentos: de um lado, a adequação aos códigos sociais compartilhados; de outro, a diferenciação necessária para construir identidade e posicionamento. Ao formular um Sistema de Identidade Visual para uma empresa, por exemplo, é preciso deixar claro quem ela é, em que pontos se diferencia das demais e por que ela pode ser relevante para seu público. Ao mesmo tempo, tanto essa marca quanto sua identidade precisam operar dentro de um repertório de signos já conhecidos para que seu posicionamento seja compreendido. Dessa forma, a existência dessa ponte com o familiar se torna fundamental para o sucesso de qualquer projeto de Identidade de Marca.

A relação entre TRS e Design Gráfico se torna ainda mais evidente quando reconhecemos que o trabalho do Designer se apoia, em larga medida, sobre signos que já circulam socialmente. A criação de uma interface digital, de uma identidade visual ou de uma campanha publicitária não parte do zero, mas dialoga com representações já estabilizadas. Saber como essas representações são apropriadas e reforçadas por diferentes grupos amplia a consciência crítica do Designer e a intencionalidade de sua prática. A TRS permite reconhecer que o Design não apenas representa, mas também produz realidades, molda percepções e influencia formas de interação, impactando diretamente na construção de identidades, tanto individuais quanto coletivas.

Essa compreensão desloca o ensino de design de um foco exclusivo em ferramentas técnicas. Em seu lugar, propõe uma prática em diálogo com as dinâmicas simbólicas e sociais da cultura. A aproximação entre a TRS e a formação em Design pode iniciar com o estudo teórico dos conceitos, mas não precisa se limitar a isso. Ela pode ser incorporada de maneira prática, por meio de estratégias pedagógicas que valorizem a escuta ativa, a observação atenta e a análise crítica de produções visuais.

Oficinas que proponham a análise de campanhas publicitárias a partir da lente das representações sociais podem ajudar estudantes a identificar discursos naturalizados, valores ideológicos e estereótipos recorrentes. Projetos orientados por demandas de grupos sociais específicos, como comunidades locais, minorias culturais ou coletivos, podem criar espaços de escuta e diálogo. Essas experiências favorecem o desenvolvimento da empatia, da consciência comunicacional e da responsabilidade social. Com isso, os estudantes não apenas reconhecem a função simbólica do Design, mas também aprendem a intervir nela de modo intencional e transformador.

Essas práticas não visam formar especialistas em Teoria das Representações Sociais (TRS), mas profissionais conscientes dos significados que constroem e difundem em sua atuação. Ao incorporar essa abordagem, o ensino de Design torna-se também mais atento às representações sociais que os estudantes já trazem consigo ao ingressar na graduação, que são frequentemente atravessadas por discursos de sucesso individual, valores de mercado e noções estéticas eurocentradas. Nesse contexto, incluir a TRS na formação de designers configura não apenas um gesto teórico, mas também político. Trata-se de propor que o Design ensinado e praticado nas salas de aula dialogue efetivamente com o mundo real, com as disputas simbólicas que o constituem e com as imaginações sociais que o atravessam. Assim, o processo formativo passa a estimular reflexões não apenas sobre o que é o Design, mas sobre que Design está sendo produzido, para quem se projeta e a serviço de quais interesses.

5 Considerações finais

Este artigo buscou refletir, em uma perspectiva teórica, sobre as contribuições da Teoria das Representações Sociais (TRS) para o ensino de Design Gráfico no contexto da graduação. A revisão de autores como Serge Moscovici, Denise Jodelet, Gerard Duveen e Celso Pereira de Sá evidenciou que a TRS constitui um referencial consistente para compreender os processos de construção e circulação de significados que atravessam a comunicação visual e, por consequência, a prática do design. Essa articulação teórica reforça que o design não pode ser compreendido apenas como prática técnica ou funcional, mas como atividade profundamente imbricada em disputas simbólicas e culturais.

Ao retomar conceitos centrais da teoria, como objetivação e ancoragem, observa-se que esses mecanismos oferecem instrumentos analíticos valiosos para compreender a formação de sentidos na comunicação visual. A objetivação permite identificar como ideias abstratas se transformam em imagens concretas, metáforas ou signos, que tornam inteligível aquilo que inicialmente parecia distante ou inacessível. Já a ancoragem mostra como novas informações são assimiladas em categorias já conhecidas, permitindo que representações inéditas encontrem lugar no repertório cultural coletivo. Esses dois processos, quando transpostos para o campo do design, iluminam o modo como soluções gráficas operam simultaneamente na invenção e na conservação dos significados sociais. A função prescritiva das representações, destacada por Moscovici (2007), acrescenta uma dimensão normativa a esse debate, ao revelar que as imagens e discursos visuais não apenas descrevem o mundo, mas antecipam como ele deve ser visto, sentido e experimentado. Esse caráter orientador reforça a responsabilidade simbólica do design e a necessidade de formar profissionais conscientes de seu papel ativo na produção de sentidos.

No âmbito pedagógico, a incorporação da TRS ao ensino de design amplia o horizonte formativo ao propor que a prática projetual seja entendida como lugar de negociação simbólica. Isso significa que formar designers envolve não apenas transmitir técnicas ou metodologias projetuais, mas promover a capacidade de leitura crítica e de escuta sensível frente às representações já estabilizadas no tecido social. A partir desse referencial, metodologias de ensino podem ser pensadas para articular análise crítica, problematização de discursos visuais naturalizados e produção consciente de novas narrativas simbólicas. Tal perspectiva desloca a formação de um ensino centrado no domínio instrumental para uma proposta mais complexa, que valoriza a intencionalidade ética e social do design, ampliando a relevância do campo para além das demandas de mercado.

É necessário reconhecer, contudo, que a presença da TRS em cursos de design ainda é incipiente. Essa lacuna abre espaço para futuras investigações empíricas que avaliem a eficácia de práticas pedagógicas fundamentadas nesse referencial. Estudos de caso podem revelar como a teoria se traduz em experiências didáticas, tanto em disciplinas específicas de projeto quanto em atividades interdisciplinares que envolvam campos como comunicação, psicologia e ciências sociais. Além disso, pesquisas podem explorar os impactos dessa abordagem na formação de competências críticas, avaliando de que maneira estudantes que tiveram contato com a TRS desenvolvem maior consciência sobre as implicações simbólicas de seus projetos.

Conclui-se, portanto, que incluir a TRS como referencial no ensino de Design Gráfico não significa apenas reforçar fundamentos conceituais, mas propor uma mudança de perspectiva: formar sujeitos criativos e tecnicamente competentes, mas também críticos, reflexivos e socialmente responsáveis. Ao propor esse diálogo entre teoria e ensino, este artigo busca contribuir para a consolidação de um campo formativo que reconheça a centralidade do simbólico na comunicação visual e, ao mesmo tempo, assuma sua dimensão transformadora.

Referências

ABRIC, Jean Claude. *A abordagem estrutural das representações sociais*. In: MOREIRA, Antonia S. P.; OLIVEIRA, Denize C. (Org.). Estudos interdisciplinares de representação social. Goiânia: AB, 1998. p.27-38.

DUVEEN, Gerard. Introdução. In: MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. p. 7-28.

FLUSSER, Vilém. *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. Organização de Rafael Cardoso. Tradução de Raquel Abi-Samara. São Paulo: Ubu Editora, 2017. 224 p.

IBARRA, María Cristina; ANASTASSAKIS, Zoy. Ferramentas de visualização no codesign: experimentos na Biblioteca Parque Estadual do Rio de Janeiro. In: *CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN*, 10., 2016, Rio de Janeiro. *Blucher Design Proceedings*. Belo Horizonte: Blucher, 2016. v. 9, p. 970-980.

JODELET, Denise. *As representações sociais*. Tradução de Joaquim J. V. da Costa. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Tradução do inglês por Pedrinho A. Guareschi. Edição em inglês organizada por Gerard Duveen. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

PANIZZA, Janaina F. *Metodologia e processo criativo em projetos de comunicação visual*. 2004. 254 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) — Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

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