

ESTUDO DO PENSAMENTO SOCIAL DO RIO DE JANEIRO A PARTIR DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS CONSTRUÍDAS PELOS CARIOCAS

Anderson Pereira Mendonça¹

ORCID – 0000000160110146

Camilla Reis Silva²

ORCID – 0009000067928178

Denison Albuquerque Carvalho³

ORCID – 0009000189995838

Gabriel Silva Estefanio⁴

ORCID – 0009000577713337

Vitor Oliveira Braga⁵

ORCID – 0000000332546131

Recebido em 24.04.2024

Aprovado em 13.08.2024

Resumo

O presente estudo visa compreender o pensamento social da população carioca acerca da própria cidade do Rio de Janeiro, através da análise das representações sociais. Com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), a pesquisa que contempla o turismo enquanto campo de investigação, é norteada pela Teoria das Representações Sociais considerando sua relação com os estudos sobre os estereótipos. De tal maneira, busca-se apreender a relação dos habitantes com esse espaço, atentando-se aos desdobramentos da atividade turística para além do fator econômico. Quanto a metodologia, foi utilizado como instrumento de pesquisa um questionário de evocação livre para identificar a estrutura das representações evocadas. Assim, a partir do termo indutor “Rio de Janeiro”, solicitou-se que cada participante escrevesse as 5 primeiras palavras que viessem à mente e as ordenasse quanto à sua

¹ Professor Adjunto do Instituto de Psicologia da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, Brasil. Anderson.p.mendonca@hotmail.com

² Estudante de graduação em psicologia pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Bolsista de Iniciação Científica do Projeto Representações Sociais e estereótipos sobre o turismo na cidade do Rio de Janeiro. Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, Brasil. Camillareissilva220@gmail.com

³ Estudante de graduação em psicologia pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Bolsista Prodocência do Projeto intitulado Sobre a Formação em Psicologia Social: Por uma perspectiva integrada entre suas vertentes. Universidade do Estado Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, Brasil. Denison.carvalho661@gmail.com

⁴ Estudante de graduação em psicologia pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Bolsista Prodocência do Projeto intitulado Sobre a Formação em Psicologia Social: Por uma perspectiva integrada entre suas vertentes. Universidade do Estado Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, Brasil. bidaestefanio@gmail.com

⁵ Graduando em Psicologia pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Bolsista Prodocência do Projeto intitulado Sobre a Formação em Psicologia Social: Por uma perspectiva integrada entre suas vertentes. Universidade do Estado Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, Brasil. Vitorbraga25@hotmail.com

importância. A coleta de dados abarcou diferentes espaços públicos da cidade, contando com 105 participantes. Com o uso do software Iramuteq para a produção das análises prototípicas e de similitude, constatou-se o núcleo central constituído pelas palavras Praia (67) e Violência (40). Desse modo, apesar da diversidade de percepções acerca do Rio de Janeiro referentes ao ambiente urbano e o cotidiano que atravessam as pessoas e os grupos sociais, os resultados obtidos expressam que o pensamento social do carioca é predominante marcado por uma visão estereotipada da própria cidade. Algo que pode estar intrinsecamente relacionado ao papel do turismo na construção da identidade local.

Palavras Chave: Rio de Janeiro; Representações sociais; Pensamento social, Estereótipos;

STUDY OF THE SOCIAL THOUGHT OF RIO DE JANEIRO BASED ON THE SOCIAL REPRESENTATIONS CONSTRUCTED BY CARIOCAS

Abstract

This study aims to understand the social thinking of the population of Rio de Janeiro about the city of Rio de Janeiro itself, through the analysis of social representations. With the support of the National Council for Scientific and Technological Development (CNPq), the research, which includes tourism as a field of investigation, is guided by the Theory of Social Representations, considering its relationship with studies on stereotypes. In this way, it seeks to understand the relationship between the inhabitants and this space, paying attention to the consequences of tourist activity beyond the economic factor. As for the methodology, a free recall questionnaire was used as a research tool to identify the structure of the evoked representations. Starting with the inductive term “Rio de Janeiro”, each participant was asked to write down the first five words that came to mind and to rank them according to their importance. Data collection covered different public spaces in the city, with 105 participants. Using Iramuteq software to produce prototypical and similarity analyses, the central nucleus was found to be the words Beach (67) and Violence (40). Thus, despite the diversity of perceptions about Rio de Janeiro in terms of the urban environment and everyday life that people and social groups live in, the results obtained show that the social thinking of cariocas is predominantly marked by a stereotyped view of the city itself. This may be intrinsically related to the role of tourism in the construction of local identity.

Keywords: Rio de Janeiro; Social Representations; Social thought; Stereotypes;

ESTUDIO DEL PENSAMIENTO SOCIAL DE RÍO DE JANEIRO A PARTIR DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES CONSTRUIDAS POR LOS CARIOCAS

Resumen

Este estudio tiene como objetivo comprender el pensamiento social de la población de Río de Janeiro sobre la propia ciudad de Río de Janeiro, mediante el análisis de las representaciones sociales. Con el apoyo del Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPq), la investigación, que incluye el turismo como campo de investigación, se orienta por la Teoría de las Representaciones Sociales, considerando su relación con los estudios sobre estereotipos. De esta forma, busca comprender la relación entre los habitantes y este espacio, prestando atención a las consecuencias de la actividad turística más allá del factor económico. En cuanto a la metodología, se utilizó un cuestionario de recuerdo libre como herramienta de investigación para identificar la estructura de las representaciones evocadas. A partir del término inductivo “Río de Janeiro”, se pidió a cada participante que escribiera las cinco primeras palabras que le vinieran a la mente y que las clasificara según su importancia. La recogida de datos abarcó distintos espacios públicos de la ciudad, con 105 participantes. Utilizando el software Iramuteq para realizar análisis prototípicos y de similitud, se descubrió que el núcleo central eran las palabras Playa (67) y Violencia (40). Así, a pesar de la diversidad de percepciones sobre Río de Janeiro en lo que se refiere al entorno urbano y a la vida cotidiana que viven las personas y los grupos sociales, los resultados obtenidos muestran que el pensamiento social de los cariocas está predominantemente marcado por una visión estereotipada de la propia ciudad. Esto puede estar intrínsecamente relacionado con el papel del turismo en la construcción de la identidad local.

Palabras clave: Río de Janeiro; Representaciones sociales; Pensamiento social; Estereotipos;

1. INTRODUÇÃO

A cidade do Rio de Janeiro, segunda maior metrópole do Brasil, de acordo com os dados do IBGE (2022) tem uma estimativa de sua população superior a 6,2 milhões de habitantes e uma área de aproximadamente 1.200 km². O espaço urbano, sendo distinto em 4 zonas - norte, sul, oeste e centro - apresenta uma complexidade e pluralidade que remetem a história e a geografia da cidade. Junto das características locais, há outras particularidades que a capital do estado apresenta, as quais repercutem de forma concreta no modo como a população dá significado à cidade e se relaciona com esse espaço.

Destaca-se a atuação de aspectos positivos e negativos, relativos à vida urbana no Rio de Janeiro que estão presentes nos pensamentos dos cariocas que moram na capital fluminense. Cabe ressaltar a influência dos meios de comunicação no que concerne às representações da cidade. Isto é, o papel das mídias na veiculação de informações a respeito do Rio de Janeiro e a sua visibilidade, tanto nacional quanto internacional. Positivamente, evoca-se a imagem de “Cidade Maravilhosa”, construída historicamente e fortemente atrelada à atividade turística. Com a qual exalta-se sua paisagem e riqueza natural, de tal modo entra em evidência as praias e os pontos turísticos. Incluindo o reconhecimento de Patrimônio Mundial como Paisagem Cultural Urbana pela Unesco em 2012 (PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO, 2024). Além disso, considera-se a grande variedade de espaços e atividades que envolvem lazer e entretenimento, como parques, museus e a promoção de eventos culturais. Concomitante a valorização de determinados atributos da cidade, questões relacionadas à desigualdade social, à pobreza, à violência e à criminalidade, atravessam o cotidiano urbano de diferentes formas.

O estudo resultou do projeto de iniciação científica “Representações sociais e estereótipos sobre o turismo na cidade do Rio de Janeiro”, fomentado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). O qual tendo o turismo enquanto campo privilegiado de pesquisa e vislumbrando as possibilidades de contribuições da psicologia social para a compreensão desse fenômeno, interessa-se pelo conhecimento do senso comum. Partindo assim da Teoria das Representações Sociais (TRS), inaugurada por Serge Moscovici, a qual dedica-se ao “funcionamento do pensamento cotidiano” (BERTONI & GALINKIN, 2017, p.101). Logo, considerando as múltiplas vivências e ambiguidades que transcorrem o dia a dia no Rio de Janeiro e os distintos grupos sociais, busca-se responder neste estudo a seguinte questão: Quais as representações sociais dos cariocas sobre a cidade do Rio de Janeiro?

Conforme aponta Mendonça e Lima (2014, p. 194), as representações sociais remetem a uma reprodução mental de um objeto social, sendo um conhecimento que circula entre psicológico e social, possibilitando articulações entre o simbólico e o material (CHAVES & SILVA, 2013, p. 424). Entende-se que a estrutura das representações é composta por três dimensões, são elas: informação, atitude e campo de representação (MOSCOVICI, 1976 apud SÁ, 1998, p. 31), influenciando assim o imaginário social, que pode ser entendido aqui na perspectiva de Castoriadis (1995) como significações que provêm sentido para a sociedade, sendo, ainda, o suporte onde ocorrem os processos de constituição das representações sociais (CARVALHO, 2002). A partir desse imaginário, é possível obter as produções simbólicas de um determinado grupo. Ainda segundo o autor, as representações sociais são expressões e materializações do imaginário sob condições específicas.

Desse modo, a pesquisa tem como enfoque evidenciar o pensamento social a respeito desse local, através das representações sociais construídas pela população carioca. No que tange aos três principais desdobramentos dentro da TRS, trabalhamos a partir da abordagem estrutural. A partir da Teoria do Núcleo Central, desenvolvida por Jean-

Claude Abric, entende-se a estruturação das representações sociais a partir de um duplo sistema que é constituído por elementos que se diferenciam em um núcleo central e um sistema periférico (WACHELKE & WOLTER, 2011, p.521). Sob essa perspectiva, destaca-se as representações sociais para além de um sistema de compreensão da realidade, considerando que também dizem respeito à orientação das práticas e dinâmicas do meio social (ABRIC, 1998; 2001 apud BERTONI & GALINKIN, 2017).

Assim, este estudo também considera em análise as atitudes frente a um objeto e a sua relação com os estereótipos. A partir desses componentes do Pensamento dos cariocas, alinha-se a perspectiva da TRS junto a Psicologia Social, haja vista que ambos compartilham um campo em comum: os julgamentos sociais (DOISE, 1972 apud MENDONÇA & LIMA, 2014, p. 192). De tal modo, possibilita-se ampliar a compreensão acerca dos fenômenos sociais.

Em suma, pretende-se através dessa pesquisa contribuir para o entendimento do turismo enquanto fenômeno social, a fim de agregar junto a outras áreas do saber, uma compreensão global, conforme discutido por Neto e Freire (1990, p.5-6). Nesse caso, não nos direcionamos ao estudo acerca do turista e do comportamento turístico, nem das possíveis motivações para o seu deslocamento. Mas sim, quanto às repercussões do turismo na relação da população local com esse espaço. Em outras palavras, concebe-se que a atividade turística, tão marcante da história e identidade da cidade do Rio de Janeiro, apresenta influências que transcendem a dimensão econômica.

2. METODOLOGIA

Em relação à metodologia de pesquisa empregada nesta investigação, foi utilizado um questionário de evocação livre de palavras que é um instrumento caracterizado por apresentar um termo indutor, isto é, um tema ou assunto que instigue os participantes a falarem as primeiras coisas que vêm à cabeça quando pensam nesse estímulo (Wachelke, 2009). No estudo em questão, o termo indutor era “Rio de Janeiro” e, a partir disso, solicitou-se aos participantes que escrevessem as 5 primeiras palavras que surgiam em suas consciências quando pensavam nessa cidade. Ao mesmo tempo, foi pedido que as pessoas hierarquizassem os vocábulos escolhidos em ordem de importância, numerando de 1 a 5 o que consideravam mais e menos relevante, respectivamente. Em relação ao número de participantes, é fundamental destacar que 105 pessoas das mais variadas regiões do Rio de Janeiro colaboraram de forma voluntária na realização desta pesquisa.

Ademais, o procedimento de coleta de dados também foi composto pelo preenchimento dos dados sociodemográficos contendo informações referentes à idade, gênero e profissão. Do mesmo modo, também houve a apresentação e a posterior assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, elucidando os objetivos e todo o procedimento da pesquisa. No que diz respeito aos dados coletados, foi utilizado o Software IRAMUTEQ considerando sua variedade de técnicas para análises textuais (CAMARGO & JUSTO, 2013, pp. 515). Sendo a análise prototípica utilizada com a finalidade de averiguar a frequência das palavras evocadas e a ordem média de importância (OMI), enquanto que com a análise de similitude foi possível identificar o grau de conexão entre as evocações.

Cabe pontuar que apenas os residentes do município do Rio de Janeiro participaram desta investigação, sendo esse o fator de inclusão da amostra, por outro lado, estrangeiros e/ou pessoas que moram em outros estados foram excluídas da pesquisa, uma vez que estão distantes do dia a dia da cidade. Moscovici (2015) destaca que a proximidade com o objeto social é um aspecto crucial para que uma representação seja criada. Nesse sentido, um grupo precisa ter um contato constante com uma certa realidade ou tema para que, assim, consiga desenvolver ideias sobre esse assunto. Tendo em vista que o autor mencionado anteriormente salienta que as representações sociais são os conhecimentos do Senso Comum, salienta-se que esse saber é construído nas comunicações cotidianas, nas conversas informais em bares, na fila do banco, nos espaços públicos (Sá, 2015).

Através desse cenário, escolheu-se realizar o presente estudo em espaços públicos das diferentes regiões da Cidade do Rio de Janeiro (Zonas Sul, Norte, Oeste e Centro) com o intuito de obter uma amostra que abrangesse a pluralidade de contextos presentes em uma grande metrópole como a capital fluminense. Em função das 4 zonas da cidade, planejou-se inicialmente aplicar 20 questionários de evocação livre em cada localidade visando estabelecer um equilíbrio que representasse a visão dos cariocas como um todo.

3. DESENVOLVIMENTO

A cidade do Rio de Janeiro atualmente é um dos destinos mais procurados para a realização de viagens no território Brasileiro. Segundo o Ministério do Turismo (2023), o Rio de Janeiro recebeu em torno de 652.962 turistas internacionais no ano de 2022, se for levado em consideração, o turismo doméstico, esse número tem a tendência de ser ainda maior, uma vez que a capital do estado é a segunda maior cidade do Brasil. Além disso, esse local é um destino marcado por eventos como o Carnaval e o Réveillon que são responsáveis por atrair inúmeras pessoas. A partir dos argumentos supracitados, torna-se evidente que essa metrópole possui uma grande repercussão tanto em nível nacional quanto internacional. Sendo assim, por essa cidade ser um assunto muito falado e debatido, alcança-se aquilo que Sá (1998) chama de “espessura social”, isto é, uma abrangência, uma notoriedade que permite que esse objeto social possua diversas representações.

Ao pensar no turismo em uma cidade como o Rio de Janeiro, cabe mencionar que existem diferentes perfis de viagem a uma metrópole como a capital fluminense. Tureac e Anca (2008) salientam que a atividade turística pode estar voltada para questões relacionadas ao cuidado à saúde, bem como pode estar atrelada à carreira profissional, ao lazer e descanso. Nesse sentido, por mais que existam distintas formas de conceber a atividade turística, deve-se atentar que, muitas vezes, o olhar dos estrangeiros e dos próprios cariocas sobre este local enfatizam apenas os aspectos relacionados, ao lazer, à cultura e à natureza, conforme é possível constatar na seção de resultados deste estudo.

Face a esse contexto, tendo em vista que o Rio de Janeiro é uma cidade muito visitada por inúmeras pessoas anualmente, a presente investigação buscou, através da teoria das representações sociais, investigar como os cidadãos cariocas interpretam e entendem o município em que moram. Isso significa dizer que há uma ênfase em compreender como o senso comum define esse espaço geográfico, destacando assim o olhar das pessoas sobre um assunto muito presente no cotidiano.

Para Moscovici (2015, p. 46), as representações podem ser entendidas como imagens carregadas de significado, de afeto a favor ou contra um objeto. Ao mesmo tempo,

Abric (1998) define as representações sociais como um conjunto organizado e estruturado de informações, crenças, opiniões e atitudes. Através desse referencial teórico mencionado, percebe-se que o conhecimento social é construído por meio das interações que geram representações, ou melhor, imagens acerca de um objeto, influenciando na maneira pela qual os indivíduos entendem e se relacionam com ele.

Torna-se importante, na mesma medida, destacar um conceito proveniente da Psicologia social psicológica que são os estereótipos. De acordo com Techio (2011), os estereótipos podem ser entendidos como um conjunto de características atribuídas a um grupo de fora ou ao próprio grupo que o sujeito faz parte, no geral, eles atuam no processamento de informação do indivíduo, sendo compreendidos como esquemas cognitivos.

Complementando essa concepção, Smith e Bond (1999) definem que os estereótipos são os atributos e as crenças que são atreladas ao endogrupo ou ao exogrupo, havendo, assim, uma generalização sobre todos esses indivíduos. No geral, os estereótipos atuam com o objetivo de simplificar o conhecimento acerca de um objeto, ajudando no processo de informação (PEREIRA, 2002). Esse mecanismo de armazenamento de conhecimentos sobre um objeto também é uma das funções das Representações Sociais, conforme há um foco em transformar um objeto não familiar em familiar (MOSCOVICI, 1984 *apud* SÁ, 2002, p. 48). Isso ocorre a partir do próprio processo de construção das representações, sobretudo a partir da ancoragem, que molda a percepção da realidade dos indivíduos se baseando em uma “rede de categorias familiares” (DOISE, 1990, p. 128). Tendo essas redes como base, os novos conhecimentos são entendidos a partir do que já conhecemos, facilitando, dessa forma, a compreensão da realidade, bem como os estereótipos. Nesse sentido, este estudo propõe olhar os resultados obtidos tanto sob o olhar das Representações Sociais quanto dos estereótipos justamente pelo fato de que integram a perspectiva sociológica e a perspectiva psicológica da psicologia social, respectivamente. Por meio dessa integração, é possível compreender os fenômenos presentes na sociedade de uma forma mais abrangente (MENDONÇA & LIMA, 2014, p. 202). Portanto, diante desse cenário, torna-se importante compreender quais representações e estereótipos a amostra desta pesquisa elegeu para entender esse objeto social que é a cidade do Rio de Janeiro, ou seja, o ambiente em que vivem.

Nesta pesquisa referente ao Pensamento Social do Rio de Janeiro, foi utilizada a abordagem estrutural, de Abric, numa busca de encontrar o que Chaves e Silva (2013) chamam de representações em seu caráter enquanto produto, isto é, aquilo que já foi construído e consolidado por meio dos processos de ancoragem, objetivação e comunicação social. Para Abric (1998), as representações sociais são um conjunto organizado e estruturado de informações, crenças, opiniões e atitudes. Nesse cenário, há uma ênfase em buscar entender a organização e funcionamento das representações sociais a partir de um duplo sistema denominado de “núcleo central e sistema periférico”. O primeiro pode ser entendido como um princípio comum da constituição da representação e da homogeneidade do grupo, estando atrelado aos valores e normas, bem como às circunstâncias históricas, tendo um caráter mais rígido e resistente às mutações (PARREIRA, MÔNICO, OLIVEIRA, CAVALEIRO e GRAVETO, 2018, p. 59). No geral, o núcleo central destaca os elementos mais fortes de uma representação, destacando os termos considerados essenciais em relação a um objeto.

Por seu turno, o sistema periférico está mais conectado às características individuais, tendo na sua composição uma heterogeneidade de conteúdos e de condutas e sendo mais flexível à mudança (ABRIC, 1994). Os elementos periféricos atuam, dessa forma, regulando e adaptando o sistema central às informações que contrariam o sentido das representações estabelecidas (ABRIC, 1994), tendo em vista a sua grande flexibilidade, que permite alterações nos elementos, mantendo, com isso, o significado das representações.

No estudo em questão é possível constatar que a representação dos cariocas acerca do Rio de Janeiro está atrelada a concepções estereotipadas da cidade, uma vez que o estudo apresenta os termos Praia (67) e Violência (40) como pertencentes ao núcleo central, ou seja, são esses elementos que dão significado para a representação (Figura 1). Segundo Ibañez (1988), a cultura que percorre a história de determinada sociedade é fundamental para a construção de representações comuns aos sujeitos pertencentes a essa sociedade, impactando, ainda, na memória coletiva e na identidade social. Dessa forma, conforme ressaltado anteriormente, o Rio de Janeiro é historicamente marcado como uma cidade turística, com lindas paisagens e praias que chamam a atenção de estrangeiros do mundo inteiro, ou seja, o turismo é algo que faz parte da cultura carioca. Essa marca é refletida na representação social que a população da cidade tem em relação ao Rio de Janeiro, como evidencia o termo Praia, presente no núcleo central. Contudo, a presença do termo Violência como um elemento do núcleo central é algo que merece atenção, pois mostra um contraste entre uma representação positiva do Rio de Janeiro, sobretudo, e uma representação negativa, que também é construída a partir de uma marca na qual permeia a história da cidade, a violência. Com isso, evidencia-se o impacto da cultura, como destaca Farr (1992), e da construção histórica da sociedade na formação da representação social dos cariocas acerca do Rio de Janeiro.

Em relação aos elementos periféricos, observa-se uma coerência com os elementos centrais. Como já foi destacado, o sistema periférico tem a função de manter o sentido do núcleo central, reforçando a sua significação. Os termos Calor (23), Beleza (20), Cristo Redentor (18) e Favela (13), presentes na primeira periferia, evidenciam essa solidificação do núcleo central (Figura 1). Assim como, a segunda periferia constituída em parte pelas palavras Assalto, Insegurança, Turismo e Samba. Na medida em que salientam as contradições que demarcam esse espaço. Isto é, como os aspectos positivos e negativos vinculados ao turismo e a violência, coabitam e se presentificam nas múltiplas realidades dos cariocas. No próprio centro da representação, a palavra Praia traz essa dualidade. Enquanto assume um lugar atrativo para a atividade turística, comumente é marcado por cenas de arrastões, furtos e assaltos. Outro exemplo que ratifica a relação entre o impacto cultural e a construção das representações, é o caso do termo Favela. Uma vez que desde o processo de formação até a atualidade, questões relacionadas à forte desigualdade social, pobreza e violência atravessam o cotidiano dos moradores. Contudo, nos últimos anos, algumas delas tornaram-se destinos turísticos como as favelas da Rocinha, do Vidigal e Santa Marta. Em uma modalidade de turismo que visa maior aproximação com o dia a dia dos habitantes e as manifestações histórico-culturais particulares de cada território.

Na figura 2, os agrupamentos encontrados pela análise de similitude também demonstram essa correlação entre as evocações. Tal como, por exemplo, o agrupamento em roxo, composto pelas palavras Futebol, Lapa, Assalto e Carnaval. Ademais, a partir do que demonstra esses termos, é possível ratificar que o sistema periférico protege o núcleo central, conforme apontado por Machado e Aniceto (2010, p. 357). Os elementos de

contraste, por não se distinguirem significativamente do núcleo central, indicam que não há a emergência de uma nova representação da cidade.

4. RESULTADOS

Foram registradas 525 evocações, sem omissões, termos. A amostra apresenta pessoas com idades que variam de 18 a 76 anos, tendo como média de idade 40,8 anos, sendo 57% do gênero feminino, 40% do gênero masculino e 3% com outras identificações de gênero. Foram totalizadas 61 profissões distintas, com apenas 23 estudantes na amostra.

A análise prototípica é uma metodologia desenvolvida por Vergès (1992) que busca mapear as representações sociais através de evocações e palavras provocadas por algum termo específico, chamado de termo indutor. A partir do estímulo, os participantes são orientados a dizer palavras associadas ao tema destacado, permitindo traçar o perfil da representação social em questão.

Utilizando os dados das evocações se estabelecem quatro grupos distintos dentro da representação social, sendo esses formados de acordo com a classificação dos termos em “alta” ou “baixa” frequência, determinado por um valor de corte, e de acordo com a ordem de prioridade dos participantes. O primeiro grupo, são os elementos do núcleo central, possuem alta frequência e são prioritários durante a evocação, citados prontamente. Além desse grupo, temos os elementos periféricos, os quais são divididos em primeira e segunda periferias. A primeira periferia são termos com alta frequência, porém, baixa prioridade na evocação, ou seja, provavelmente são elementos importantes mas não protagonizam o núcleo central. Já os elementos da segunda periferia são aqueles com baixa frequência e evocados tardiamente, evidenciando que não constituem a mesma importância dos elementos da primeira periferia. Por fim, o último grupo que apresenta baixa frequência, porém prioridade na evocação, são os elementos de contraste, os quais podem evidenciar complemento à primeira periferia ou um subgrupo com um núcleo central diferente.

Apesar de existirem diferenças sociodemográficas na amostra pesquisada, cabe salientar que as representações sociais do Rio de Janeiro, tem como enfoque o grupo de residentes do município como um todo. Sá (2015) ao mencionar a estrutura das representações sociais enfatiza que o núcleo central apresenta os valores de um grupo, tendo ele a presença de uma memória coletiva que fornece um conjunto de ideias consensualmente compartilhadas sobre os objetos. Há, assim, alguns termos que são inegociáveis para esse público quando pensam sobre o Rio de Janeiro. Isso se torna evidente no número de frequências das palavras Violência e Praia, 67 vezes e 40 vezes, respectivamente. Nesse contexto, mesmo que existam diferentes realidades presentes para muitos cidadãos em uma metrópole como o Rio de Janeiro, percebe-se através dos dados coletados que os olhares sobre esse local compartilham muitas semelhanças nas diferentes zonas da cidade e também entre pessoas com profissões distintas. Moscovici (2015) sustenta essa perspectiva de homogeneidade de uma representação ao dizer que o modo como um indivíduo responde a um estímulo está diretamente conectado às representações do grupo em que ele esteja inserido. Logo, infere-se que o saber coletivo tem a capacidade de influenciar as decisões das pessoas, bem como podem orientar a maneira de pensar e agir a respeito de um objeto social.

Na figura seguinte consta a estrutura da representação do grupo produzida pela análise prototípica do IRAMUTEQ, com os respectivos valores de frequência de evocação e OMI. No canto superior esquerdo, encontram-se os termos candidatos ao núcleo central, logo abaixo, estão localizados os elementos de contraste. Por fim, no lado direito estão os termos da primeira e segunda periferia.

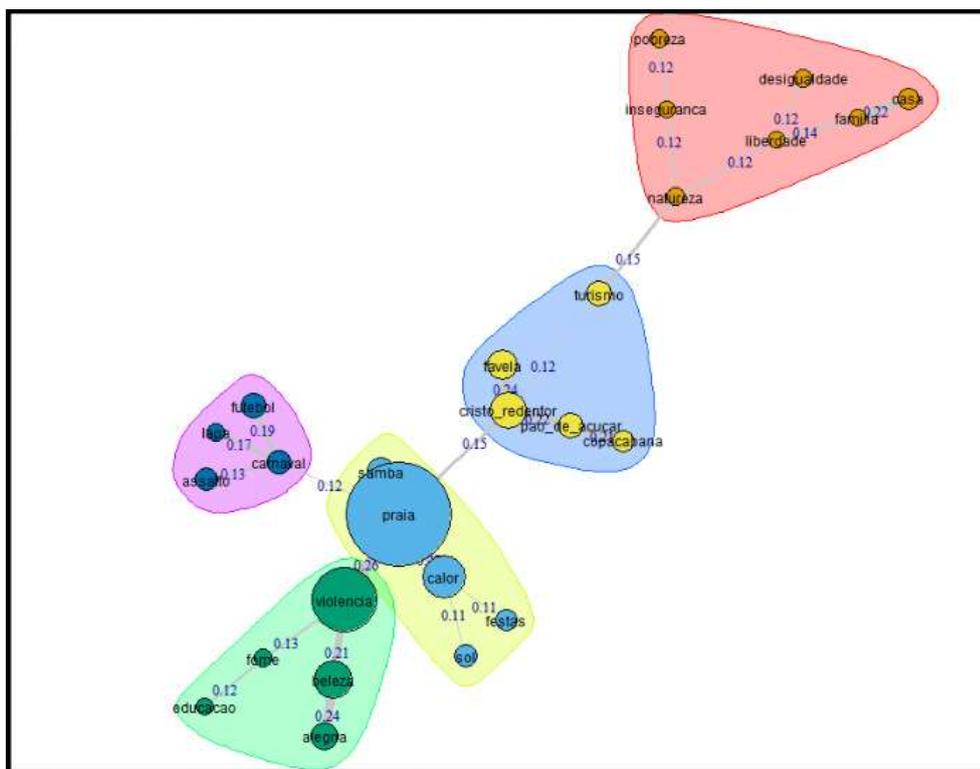
Figura 1 - Termos candidatos a núcleo central e elementos periféricos.

Elementos do Núcleo Central			Elementos da primeira periferia		
Frequência \geq 12,38		OMI \leq 2,92	Frequência \geq 12,98		OMI $>$ 2,92
Praia	67	2,3	Calor	23	3,1
Violência	40	2,2	Beleza	20	3,2
			Cristo Redentor	18	3,3
			Favela	13	3,2
Elementos de contraste			Elementos da segunda periferia		
Frequência $<$ 12,38		OMI \leq 2,92	Frequência $<$ 12,98		OMI $>$ 2,92
Alegria	12	2,6	Samba	12	3,9
Carnaval	9	2,8	Futebol	10	3,9
Sol	8	2,4	Turismo	10	3,3
Casa	7	2,7	Pão de Açúcar	10	3,6
Educação	4	2,5	Assalto	8	3,1
Família	4	1,2	Festas	7	4
			Copacabana	7	3,6
			Pobreza	5	3
			Desigualdade	5	3,2
			Fome	5	3
			Lapa	5	4,2
			Natureza	5	3,6
			Liberdade	4	3
			Insegurança	4	3,5

Fonte: Elaborado pelos autores.

Na figura 2, podemos observar o gráfico da análise de similitude elaborado pelo *Software* IRAMUTEQ. Essa análise consiste no agrupamento das palavras em grupos de acordo com a proximidade de seus significados na língua portuguesa, ou seja, formam-se grupos coesos de palavras analisadas.

Figura 2 - Análise de similitude dos termos a partir do termo indutor “Rio de Janeiro”.



Fonte: Elaborado pelos autores.

5. CONSIDERAÇÕES

Deste modo, a partir das evocações elegidas pela amostra, é possível concluir que a relevância do turismo de lazer, para além de sua grande contribuição econômica para a população local, também diz respeito à sua percepção e relação de afeto com a cidade. De tal forma, esta atividade é tão marcante da identidade do Rio de Janeiro, que se sobressai na visão do carioca sobre a capital do estado, a imagem que é externalizada para as outras regiões do Brasil e do mundo, isto é, os estereótipos do exogrupo.

Pela análise prototípica e de similitude, ressalta-se que uma imagem da cidade é fortemente consolidada no pensamento social dos cariocas, havendo poucos indícios de transformação das representações acerca dela. Apesar disso, os termos encontrados no sistema periférico e nos elementos de contraste expressam a diversidade de opiniões sobre um mesmo objeto social, bem como a riqueza do pensamento do senso comum. É relevante ainda salientar que as diferentes percepções sobre um mesmo assunto, tema ou pessoa divergem de acordo com a posição social que um indivíduo está, o seu grupo social e a comunicação que ele estabelece com o seu meio, conforme estabelece Ibañez (1988).

Além disso, é evidente a consolidação das representações sociais enquanto produto, considerando que fornecem um repertório de opiniões, atitudes e comportamentos frente a um objeto social.

Sendo assim, o presente estudo promove a possibilidade de uma compreensão mais abrangente acerca do turismo, ao trazer como enfoque as implicações deste para a população local, especialmente, levando em consideração as particularidades que se inscrevem dentro do contexto histórico, social e cultural da cidade. Assim dizendo, é dada

uma ênfase aos efeitos psicossociais provenientes dos contatos interculturais que a população local possui com a atividade turística.

REFERÊNCIAS

ABRIC, J. C. L'organisation interne des représentations sociales: système central et système périphérique. In: GUIMELLI, C. (Org.). **Structures et Transformations des Représentations Sociales**. Neuchâtel: Delachaux et Niestlé, 1994. p. 73-84.

ABRIC, J. C. **A abordagem estrutural das representações sociais**. In: MOREIRA, A. S. P.; OLIVEIRA, D. C. de. Estudos interdisciplinares de representação social. Goiânia: AB Editora, 1998. p. 27-38.

BERTONI, L. M.; GALINKIN, A. L. Teoria e métodos em representações sociais. **Notas teórico-metodológicas de pesquisas em educação: concepções e trajetórias [online]**. Ilhéus, BA: EDITUS, p. 101-122, 2017.

BRASIL, Ministério do Turismo. Em janeiro, número de turistas estrangeiros no país superou em 14,7% índices pré-pandemia. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/em-janeiro-numero-de-turistas-estrangeiros-no-pais-superou-em-14-7-indices-pre-pandemia>. Acesso em 19 de Julho de 2023.

CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas em psicologia**, v. 21, n. 2, p. 513-518, 2013.

CARVALHO, J. E. C. Imaginário e representações sociais. **Revista de Ciências Humanas**. p. 25-33. 2002

Castoriadis. **A instituição imaginária da sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 1995.

CHAVES, A. M.; SILVA, P. L. Representações Sociais. In: CAMINO, L. et al. **Psicologia Social: Temas e Teorias**. Brasília: Technopolitik, 2013. p. 413-464.

DOISE, W. Les représentation sociales. In: GHIGLIONE, R.; BONNET, C.; RICHARD, J. F. **Traté de psychologie cognitive**. Paris, Dunod, 1990. p. 111-174.

FARR, R. M. Les représentations sociales: le théorie et ses critiques. **Bulletin de psychologie**, p. 183-188, 1992.

Ibañez, T. Representaciones Sociales, Teoria y Método. In T. Ibañez. **Ideologia de la vida cotidiana**. Barcelona: Sendai. 1988. p. 14-90.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Panorama. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/rio-de-janeiro/panorama>. Acesso em 22 de abril de 2024.

MACHADO, L. B.; ANICETO, R. de A. Núcleo central e periferia das representações sociais de ciclos de aprendizagem entre professores. **Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 67, p. 345-363, abr. 2010.

MENDONÇA, A. P.; LIMA, M. E. O. Representações sociais e cognição social. **Psicologia e Saber Social**, v.3, n. 2, p.191-206, 2014.

MOSCOVICI, S. **Representações Sociais: Investigações em Psicologia Social**. Petrópolis: Editora Vozes, 2015.

NETO, F.; FREIRE, T. **Contribuições da psicologia social para a compreensão do fenômeno turístico**. 1990.

PARREIRA, P. et al.. Abordagem estrutural das representações sociais. In: PARREIRA, P. et al. (Coord.). **Análise das representações sociais e do impacto da aquisição de competências em empreendedorismo nos estudantes do Ensino Superior Politécnico**. Guarda: Instituto Politécnico da Guarda, p. 55-68, 2018. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.21/10578>. Acesso em: 2 de junho de 2023.

PEREIRA, M. E. **Psicologia social dos estereótipos**. São Paulo: EPU, 2002

RIO DE JANEIRO, Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro - Patrimônio Mundial como Paisagem Cultural Urbana. Disponível em: <https://www.rio.rj.gov.br/web/irph/sitio-unesco>. Acesso em 22 de abril de 2024

SÁ, C. P. **A construção do objeto de pesquisa em representações sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ. v. 1. 106p. 1998.

SÁ, C. P. **Núcleo central das representações sociais**, 2. ed., Petrópolis, Vozes, 2002.

SÁ, C. P. **Estudos de Psicologia Social**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2015

Smith, P. B.; Bond, M. H. **Social Psychology across cultures** (2nd edition). Boston: Allyn & Bacon. 1999.

TECHIO, E. M. **Estereótipos sociais como preditores das relações intergrupais**. In:

TECHIO, E. M.; LIMA, M. E. O. Cultura e Produção das diferenças: estereótipos e preconceito, no Brasil, Espanha e Portugal. Brasília: TechnoPolitik, 2011.

TUREAC, C.E., Anca, T. Types and forms of Turism. **CEconomica**, v.4, n. 1, p.92-103. 2008.

Vergès, P. L'évocation de l'argent: une méthode pour la définition du noyau central de la représentation. **Bulletin de Psychologie**, 45, 203-209. 1992

WACHELKE, J. F. R.. Índice de centralidade de representações sociais a partir de evocações (INCEV): exemplo de aplicação no estudo da representação social sobre envelhecimento. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 22, n. 1, p. 102–110, 2009.

WACHELKE, J.; WOLTER, R. Critérios de construção e relato da análise prototípica para representações sociais. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 27, p. 521-526, 2011.