

## **EM LOJA! A CENTRALIDADE DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DE MAÇONARIA: estudo de caso em uma Loja Maçônica**

(THE CENTRALITY OF THE SOCIAL REPRESENTATIONS OF FREEMASONRY:  
case study in a Masonic Lodge)

Diego Mota <sup>1</sup>

Denise Rocha Correa Lannes <sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo apresenta um estudo de caso, cujo objetivo geral é identificar as expectativas dos membros de uma loja maçônica acerca de suas reuniões. Para isso o estudo investiga as representações sociais de 26 maçons em buscas dos elementos com maior importância no esquema cognitivo do grupo. A pesquisa apresenta como suporte teórico e metodológico a Abordagem estrutural das Representações Sociais e a Teoria do Núcleo Central. Com estas ferramentas foi possível identificar um conjunto de expectativas comuns fortemente compartilhadas entre os participantes sobre o que é estar 'em loja': uma fraternidade em harmonia e voltada ao estudo.

**Palavras-chaves:** Maçonaria; Representações sociais.

### **Abstract**

This paper shows a case study whose general purpose is to identify the thought of a masonic lodge members about their fraternity. For this the study investigates the social representations of 26 freemasons in search of the elements with greater importance in the group's cognitive scheme. The research presents as methodological support the Structural Approach of Social Representations and the Core Nucleus Theory. With these tools, it was possible to identify a set of commonly shared thought among participants about what it is to be 'in-lodge': a fraternity in harmony and focused on study.

**Keywords:** Freemasonry; Social Representations.

<sup>1</sup> Diego Mota é biólogo, especialista em Ensino de Ciências e Mestre em Biologia Geral pela UFRJ. Professor de Biologia do Colégio Pedro II. E-mail: [diegoomota@gmail.com](mailto:diegoomota@gmail.com)

<sup>2</sup> Denise Lannes tem Graduação em Ciências Biológicas pela Universidade Santa Úrsula (1980), Mestrado em Química Biológica (1996) e Doutorado em Ciências (2000), ambos na área de concentração em Educação, Gestão e Difusão em Biociências, pelo Instituto de Bioquímica Médica da UFRJ. Atualmente é professora adjunto do Instituto de Bioquímica Médica (UFRJ) onde é coordenadora da pós-graduação *lato sensu* – Especialização em Ensino de Ciências e da pós-graduação *stricto-sensu* – Mestrado Profissional. É coordenadora da área de Prática Docente, da Diretoria de Extensão, do Centro de Educação a Distância do Estado do Rio de Janeiro (CEDERJ). É Editora Chefe da Revista Em Formação. E-mail: [lannesdenise@gmail.com](mailto:lannesdenise@gmail.com)

## 1. Introdução

De casa ao templo. Todos reunidos. Em loja! Os trabalhos se iniciam até som dos malhetes encerrarem a sessão. Os autores do artigo mostram certa preocupação. Apesar do apreço à Ordem se atentam com a falta de motivação de alguns irmãos. Motivação! O Aurélio (FERREIRA, 2018) se manifesta: “ter motivo de” fazer alguma coisa. O Prof. Dr. Roberto Lent, no livro ‘Neurociência da mente e do comportamento’ (2008), diz que é um pouco mais complexo. Contudo didático. Muitos dos nossos comportamentos são direcionados pelo sistema límbico. Uma área do cérebro que pode nos fazer querer repetir algo porque sentimos prazer. Do contrário, se não formos obrigados ou não necessitarmos fazer, simplesmente não faremos. Um dilema: o compromisso ou a motivação? Essa questão enfrentada na singularidade de uma loja maçônica da Baixada Fluminense é o objeto do nosso estudo.

Todavia a emergência dessa questão não é uma novidade nas discussões presentes na literatura maçônica. Diversos autores já trouxeram reflexões sobre o tema. Apesar disso, a produção propriamente acadêmica sobre o assunto é ainda escassa. Por esse motivo, além das necessárias pesquisas quantitativas, estudos de caso sobre maçonaria podem contribuir para montar o quebra-cabeça de se fazer Maçonaria na contemporaneidade. Eis a pretensão desse ensaio.

O nosso objeto: as expectativas dos membros de uma loja sobre suas reuniões semanais. Uma questão relevante naquele momento. Havia um problema: a baixa frequência. Apesar das iniciações recorrentes muitos iniciados escorriam entre os dedos. As causas poderiam ser inúmeras. Contudo os autores deste artigo objetivam alcançar o que os membros daquela oficina preterem ao estar ‘em loja’.

Analisar seus discursos seria uma possibilidade. Entretanto os discursos estão envoltos por nebulosidade. São uma manifestação intencional, cerceados pelos tabus relativos ao objeto falado e pelos rituais de condições circunstanciais. Consensos de que nem tudo pode ser dito (FOUCAULT, 2004). Discursos são politicamente estratégicos.

Uma saída oportuna para esse objetivo seria tornar palpável o pensamento desses portavozes. Seus referenciais de comportamento e orientação. Por esse motivo, as representações sociais se mostram um caminho promissor para a presente investigação. Não apenas para compreender a visão de

mundo do grupo investigado, mas para buscar estratégias e soluções para possíveis problemas e conflitos presentes nas coletividades.

## 2. Uma questão não tão recente!

São muitos os desafios enfrentados pelas sólidas instituições no século XXI. Um desafio sempre iminente frente às constantes transformações da humanidade. Contudo algumas dessas instituições atravessaram séculos e permanecem de pé. Para isso é preciso ter um sentido no mundo e relevância na vida de seus membros. Eis o coração de qualquer empreendimento organizacional. Uma reflexão também necessária na Maçonaria brasileira, a qual

parece enfrentar uma crise de identidade, ou melhor, uma crise de obsolescência (...) uma situação similar a de um daqueles vendedores de enciclopédias de porta em porta, que vendia dezenas de coleções por semana no século passado, e hoje vive da lembrança daquela época, queixando-se de como a internet pôs um fim em sua profissão (ISMAIL; 2013 p.19).

Todavia essa é uma questão não tão recente. Alguns autores têm chamado atenção quanto à relevância da Maçonaria nos tempos atuais (ZELDIS, 2002). Segundo Doron (2011 p.2) uma demanda que necessita de investigações e ações. Caso contrário, “veremos o interesse de muitos Irmãos se perder. Aqueles que vêm buscando relações intelectuais se desapontam e logo saem”. Por esse motivo, o autor sugere “satisfazer as necessidades intelectuais como uma parte importante de nossas Lojas”.

Um alerta já destacado por diversos relatórios sobre o número de membros das Obediências Maçônicas. Leite (2013) aponta que o Grande Oriente do Brasil (GOB), no ano de 2012, com suas 2758 Lojas federadas, teve um crescimento vegetativo em relação ao número de novos membros. Entretanto, sem considerar os falecimentos, o GOB teve uma evasão de 7326 membros. Foram 6023 novos iniciados naquele ano. Um saldo negativo em relação ao número de membros em 2012.

Quais seriam as causas dessa situação? Para Bernardo (2013) esta estagnação numérica está relacionada não apenas a evasão de membros. Deve-se considerar também à grande diversidade de lojas ma-

çônicas por todo o país. Muitas Lojas, muitas Ordens Maçônicas, conflitos e desagregação.

Alertados por essas observações alguns pesquisadores do campo tem empreendido em compreender as causas dos desligamentos de um expressivo número de membros da Ordem. Já nos anos 1990, em busca de luz quanto ao tema, Rosa (1997) entrevistou 100 pessoas que se desligaram da Ordem. Alguns dados merecem destaque nesta pesquisa. 1/5 dos entrevistados tinham menos de cinco anos de Maçonaria até o desligamento. 70% evadiram por problemas no seio da Ordem.

Piva (2014) destaca que diante das questões da contemporaneidade, "a falta de estudos é o que mais prejudica as Lojas, impede seu crescimento qualitativo e muito contribui para a evasão maçônica". Também faz alguns apontamentos para superar esse possível entrave, como "enxugar os assuntos administrativos para que possa sobrar mais tempo destinado aos estudos em Loja". Ainda segundo o autor

O grande desafio que temos hoje é o de fazer com que nossas lojas voltem a ser verdadeiras escolas de conhecimento e formação, com sessões atrativas, discutindo temas de interesse nacionais e internacionais, despertando em seus membros o interesse na participação intramuros e extramuros e diminuindo o percentual de evasão maçônica (PIVA, 2014).

Concordando com essas observações, Porfírio da Silva (2013) acrescenta que a perda de membros não está relacionada apenas à "falta de bandeiras de luta (...)" mas também em razão de uma série de outros fatores, dentre eles o desinteresse e a desmotivação".

Para compreender a motivação e evasão no seio da Ordem, de Moraes e Ismail (2017) mergulharam em um estudo de caso na Grande Loja do Distrito Federal (GLMDF). Segundo os autores, conflitos no seio da ordem apareceram como a principal causa de desligamento de membros (26.3%). No caso da GLMDF problemas profissionais aparecem em segundo lugar (21%). Contudo, a frustração com a Ordem e problemas com as reuniões, juntas (21%), aparecem em terceiro lugar.

Considerando estes apontamentos, perquirições acerca do cerne do problema são mais que rele-

vantes. São necessárias. Não apenas em busca de diagnósticos. Também é fundamental o desenvolvimento de estratégias para minimizar esta questão. Na Ordem, há membros que escorrem entre os dedos. Por esse motivo, as contribuições de estudos de caso são pertinentes. Seus resultados trazem informações relativas a cada particularidade. Contudo diante de uma questão institucional, podem oferecer informações a serem contrapostas ou acrescidas a investigações em escala maior. Ao mesmo tempo podem apresentar padrões de uniformidade e juntos contribuir para a compreensão da questão e para a busca de estratégias a fim de superar as limitações relativas ao tema.

### **3. Fundamentação metodológica: A abordagem estrutural das representações sociais**

O profícuo campo das Representações Sociais vem se expandindo e se solidificando desde o início dos anos 1960, quando foi principiado por Moscovici (1961). As representações sociais, em síntese, são um conjunto de referenciais que permitem aos grupos sociais operarem seu funcionamento (JODELET, 2001).

Todavia, o termo representações sociais não se refere apenas ao conjunto de fenômenos que envolvem as relações humanas. Ele também se reporta à teoria construída para explicá-lo (SÁ, 1996). Enquanto fenômeno, as representações são um saber prático, uma forma de modelização do objeto.

Nessa perspectiva, surge na França, no fim dos anos 1970, uma escola que investiga as representações através de sua abordagem estrutural. Para essa escola os elementos que dão significado ao objeto representacional são organizados em diversas dimensões (WACHELKE, 2012). Essas dimensões são o núcleo central e sistema periférico, representados na Figura 1.

O estudo das representações sociais ganhou maior sofisticação com as contribuições da Teoria do Núcleo Central (ABRIC, 1998). Através desta proposta podemos caracterizar qualitativamente a estruturação dos significantes do objeto representacional (SÁ, 2002).

Segundo Abrid, "toda representação gravita em torno de um núcleo central" (NC). Nele se situam os referenciais que dão sentido à representação. Os elementos do núcleo central "funcionam como esquemas que direcionam comportamentos e práticas

dos indivíduos” (ABRIC, 2003, p. 205).



**Figura 1:** Organização da estruturação de uma representação social com seu núcleo central e sistema periférico (AUTOR, 2016)

A investigação da organização do núcleo central de uma representação permite não apenas o estudo comparativo de diferentes grupos. Ela também se estende às mudanças que ocorrem na sua evolução dentro um mesmo grupo social em diferentes momentos. Com isso, é possível analisar os fatores envolvidos em suas modificações ou consolidações nas práticas sociais dos grupos. Além disso, essa análise possibilita conhecer o próprio objeto representacional e o que está sendo representada, tamanha importância dos elementos do NC (FLAMENT, 1994).

Considerando os papéis do núcleo central nas relações dos grupos sociais com seu universo, a presente investigação utiliza como suporte metodológico a abordagem estrutural das representações sociais como método investigativo. Tal apropriação, neste estudo de caso, se justifica pelo fato desses elementos serem os mais estáveis no esquema cognitivo do grupo. Uma representação só muda se houver alterações nesses elementos. Por esse motivo, explorar a centralidade das RS pode ser um caminho promissor para compreender as questões relativas a cada grupo social e propor intervenções em possíveis problemas, como no caso dos maçons participantes deste estudo.

#### 4. A identificação da centralidade das representações sociais

Várias técnicas têm sido desenvolvidas para a identificação e validação do poder simbólico dos elementos do NC. Buscam-se as evocações que mantêm com o objeto da representação uma relação necessária, 'não negociável'. Isto quer dizer que, na visão do grupo considerado, esses elementos não podem ser dissociados do objeto, sob pena de este perder toda a significação.

Nesse objetivo consideramos duas características que permitem diferenciar os elementos do NC dos outros elementos das Representações Sociais: a saliência e a coocorrência. A saliência sugere o poder simbólico e associativo, visto que as noções centrais ocupam um lugar privilegiado nas representações. São mais salientes as palavras evocadas mais frequente e prevalentemente que as demais (MOLINER, 1994). As conotações próprias de cada grupo social apresentam "elementos lexicais com maior ou menor relação com outros elementos lexicais". A coocorrência de palavras com outros elementos da representação nos mostra seu poder associativo. Estes elementos coocorrentes "possuem maior importância em uma representação (centralidade) que aqueles destacados apenas por sua frequência" (GUIMELLI; ROUQUETTE, 2003, p.197). O grau de coocorrência considera os elementos da representação mais compartilhados entre os membros do grupo social.

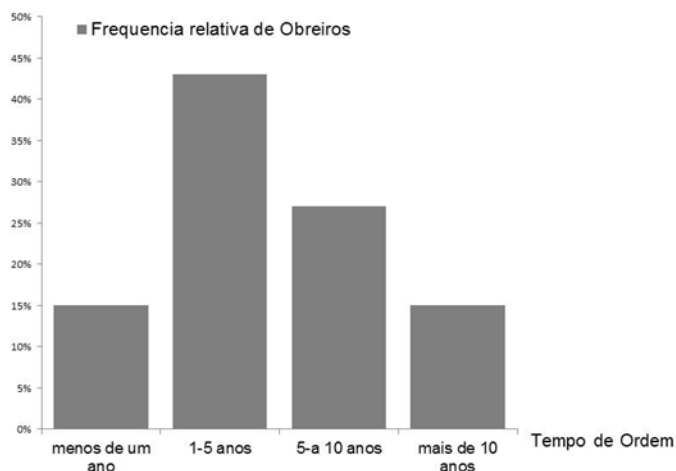
Desta forma, decorreu-se para o grupo de maçons a análise da característica de saliência das cognições centrais para identificar a possível estrutura do Núcleo Central das RS acerca de 'estar em loja'. Em seguida, confirmou-se sua centralidade através do seu poder associativo, a fim de validar o seu poder simbólico. Por fim, como será apresentado nos resultados, identificou-se a centralidade desses elementos através do grau de compartilhamento daquelas informações entre os membros da Ordem.

#### 5. Procedimentos metodológicos

##### 5.1. Sujeitos da pesquisa

Foi escolhido um grupo social de Maçons, todos membros ativos de uma Loja Simbólica praticante do Rito Escocês Antigo e Aceito, jurisdicionada ao Grande Oriente do Brasil. O grupo é composto por 26 homens. A idade média do grupo é de 48,5 anos (desvio padrão 15). Dentre eles, no momento da pes-

quisa, 21 eram Mestres, dos quais 80% participavam de algum corpo filosófico maçônico. A Figura 2 mostra o tempo de atividade na Ordem desse grupo de Maçons.



**Figura 2:** Representação Gráfica do tempo de Ordem Maçônica dos participantes da pesquisa

O tamanho da amostra foi definido em função de seu caráter qualitativo. O objetivo foi “explorar com profundidade o grupo em questão, pretendendo mais alcançar sua complexidade interna que fazer generalizações” (MINAYO, 2007, p.102).

## 5.2. O teste de associação livre de palavras

As representações sociais são um saber que pode ser alcançado através de diversas manifestações (JODELET, 2001). Uma das possibilidades é o teste de livre associação utilizado neste estudo. Trata-se de uma técnica projetiva orientada pela hipótese de que a estrutura psicológica do sujeito torna-se palpável através das manifestações de condutas, evocações, escolhas e criações. Estas se constituem como índices reveladores do conjunto da personalidade (COUTINHO, 2001).

A evocação livre de palavras, como técnica para coleta de dados constitutivos de uma representação, permite ao sujeito falar e escrever vocábulos que lhe venham à mente. Isto é feito após ser estimulado por uma palavra indutora que caracteriza o objeto de estudo (SÁ, 1996).

Essa técnica possibilita identificar a frequência e a ordem média de evocações de palavras, propici-

ando uma aproximação dos elementos de uma representação e a compreensão das distâncias estabelecidas entre as representações distribuídas sobre o plano gráfico (SÁ, 1996; TURA et al, 1998; COUTINHO; 2001).

Ao acessar os significados das RS é possível conhecer os nexos do alvo da investigação em um grupo social e acompanhar as modificações em suas relações e construções de mundo. Com isso, diante dos desafios que permeiam o cotidiano dos grupos sociais, podemos buscar ou sugerir soluções para os problemas e riscos em eventuais conflitos emergentes em sua temporalidade.

## 5.3. Coleta de dados

Nesta pesquisa, o estímulo indutor foi a expressão ‘estar em loja’. A expressão ‘em loja’ foi escolhida por ser mais que um termo presente no meio maçônico. Presente nos rituais e usada na ritualística de alguns ritos, essa expressão faz alusão ao momento no qual a assembleia oficialmente inicia suas atividades. Foi solicitado a cada um dos 26 participantes que listassem as seis primeiras palavras que lhes viessem à mente, relacionadas ao termo indutor. Antes de responder o questionário os participantes conheceram a proposta da pesquisa. Logo após, fizeram o teste de associação livre de palavras. No fim, responderam ao questionário de caracterização da população estudada. Foram seguidos os procedimentos éticos de pesquisa com seres humanos. A participação foi voluntária, anônima e individual.

## 5.4. Tratamento dos dados

A análise dos dados obtidos pelos testes de livre associação de palavras é definida como lexicográfica, por considerar a frequência e a ordem de evocação das palavras. Estes critérios permitem uma aproximação da noção de prototipicidade dos elementos de uma representação.

As respostas evocadas ao termo indutor ‘estar em loja’ foram analisadas e tratadas por seis dos 16 programas que compõem o software Evocation 2003® (VERGÈS, SCANO e JUNIQUE, 2002). O EVOC é um suporte lógico desenvolvido na França por Pierre Vergès e seus colaboradores.

O programa calcula, para o conjunto de palavras (corpus), a frequência simples de cada palavra evocada. Determina as ordens médias de evocação

de cada uma delas e a média das ordens médias de evocação. Este software organiza as palavras evocadas por frequência média e ordem média de evocação, a fim de fornecer hipóteses de elementos que constituem o núcleo central das Representações Sociais.

Parte-se do princípio que as palavras evocadas com maior frequência e nos primeiros lugares teriam uma maior importância no esquema cognitivo do sujeito. Neste caso, seriam as candidatas ao núcleo central (NC) da representação (SÁ, 1996a; 1998). Contudo, há também que se considerar o grau de compartilhamento dessas informações entre os sujeitos. Não basta que as palavras evocadas sejam as mais frequentes e prevalentemente lembradas pelos investigados. É necessário que essas informações sejam fortemente compartilhadas entre eles. Para isso, decorreu-se a análise do poder de coocorrência das evocações entre os membros do grupo.

### 5.5. O poder da Coocorrência

Um dos programas que compõem o software EVOC 2003®, o AIDECAT, organiza a matriz de coocorrência entre as palavras que compõem a Representação. O software Cmaptools® (IHMC, Florida) foi utilizado para construção do gráfico de ligação entre os termos.

A análise da coocorrência das palavras permite a visualização da organização das Representações Sociais a partir da força de ligação entre as evocações dos investigados. Assim, obtém-se uma representação gráfica que mostra a centralidade e a conectividade dos diversos elementos.

Nesta técnica admite-se que dois itens serão mais próximos na representação quanto mais elevado for o número de indivíduos que aceitem os dois ao mesmo tempo (FLAMENT, 1981). Essa relação pode ser expressa pelo percentual de coocorrência e representada em um gráfico de ligações entre os termos (VERGÈS; BOURICHE, 2001; SÁ, 2002).

## 6. Resultados e discussão

A fim de compreendermos a organização interna das Representações Sociais de Maçonaria para esse grupo, solicitamos aos 26 participantes da pesquisa que listassem seis palavras associadas livremente ao termo indutor 'em loja'.

A análise lexicográfica das 152 evocações desencadeadas pelo estímulo 'em loja', observando-se a frequência simples de cada uma delas, revelou um conjunto de 16 palavras diferentes. A razão entre o número total de evocações (152) e o número de evocações distintas (16) estabelece a ocorrência de uma elevada taxa de repetição das palavras (9,5). Esse valor sugere um domínio de significação de amplitude restrita, equivalente a 11% do universo léxico evocado (Tabela 1).

Para Moscovici (1984, p.71), nossas representações "determinam a natureza de nossos comportamentos e de nossas informações". Elas têm como referência básica o eu de um sujeito concreto que "forja sua identidade nas relações com o outro e com o mundo". Assim, quanto mais significativo for o contexto representado para aquele que o representa, mais forte é o envolvimento desse eu com a representação.

**Tabela 1:** Composição do corpus das palavras evocadas pelos maçons participantes deste estudo de caso

|                                                     | Total |
|-----------------------------------------------------|-------|
| Universe das evocações <sup>(a)</sup>               | 152   |
| Número de evocações distintas                       | 16    |
| Taxa de repetição                                   | 9,5   |
| Amplitude do domínio de significação <sup>(b)</sup> | 0,11  |
| Total de sujeitos respondentes                      | 26    |

Na Tabela: (a) O total de evocações não corresponde ao produto dos respondentes (26) por quatro evocações, porque dois respondentes fizeram cinco evocações; também não foram contabilizadas as repetições de palavras pelo mesmo respondente. (b) Percentual de Evocações distintas, calculado em relação ao Universo de Evocações (número total de evocações).

Com base nesses pressupostos, podemos assumir os domínios de significação que emergem das evocações sobre estar 'em loja' como configurações próprias dos maçons desta loja simbólica. São domínios identitários que não decorrem de processos de causa e efeito, simples e lineares. Ao contrário, manifestam-se por sua complexidade, envolvendo diferentes dimensões cognitivas, afetivas e sociais. Portanto, devem ser compreendidos não por sua natureza indi-

vidual, mas como síntese de totalidades, como um caminho para aproximação da identidade desse grupo.

A partir dessa configuração, Moscovici (1978) apresenta três condições que afetam a emergência dos domínios identitários: a dispersão e defasagem das informações, a focalização e a pressão para a inferência. A condição de baixa dispersão da informação pode explicar a estreita amplitude dos domínios de significados de 'em loja' para esses maçons (ver tabela 1, alta taxa de repetição e baixa amplitude de domínio de significação). Seguindo a teoria do autor, a dispersão seria proporcional à desigualdade com que as informações sobre em loja' foram recebidas pelos indivíduos, o que permite ou não "apreciar corretamente um fato, uma relação ou uma consequência" (MOSCOVOCI, 1978).

Se a dispersão é baixa, como apresentado nesse grupo de maçons, as informações necessárias ao grupo são facilmente acessadas. Não há dificuldade em sua delimitação e assimilação, seja por obstáculos de transmissão, de tempo ou disponibilidade. As informações circulam, e estão claramente definidas no grupo.

Entretanto, essas informações são, na maioria dos casos, ambíguas, imprecisas. Este defasamento é independente das clivagens sociais: não só a informação circula da mesma forma, como circula o mesmo tipo de informação em todos os grupos sociais (SÁ, 2002).

Portanto, o grupo de maçons, participantes desse estudo, parece apresentar coesão identitária acerca de 'em loja' (ver Tabela 1, alta taxa de repetição – baixa amplitude). Essa coesão poderia ser explicada como decorrente da condição de pressão para a inferência.

As pressões se referem à necessidade de construir um código que permita a troca de ideias e adaptação das suas mensagens a esse código, tornando-o comum. Essa pressão para inferência é referente à necessidade "de agir, de tomar posição e de obter o reconhecimento e a adesão dos outros" (JODELET, 2001, p.30)

De fato, falar sobre estar 'em loja', para esses maçons, é falar de uma experiência vivenciada apenas pelos membros da Ordem Maçônica. É expressar suas expectativas sobre aquilo que praticam por duas horas, em média, todas as semanas em suas assembleias.

As palavras evocadas sobre estar 'em loja' revelam o grau de implicação do grupo com o contexto em que se insere. Além disso, por sua baixa amplitude, revelam, também e principalmente, em seu conteúdo, a natureza dos comportamentos e das informações desse grupo. É seu domínio identitário. A análise do total de palavras evocadas (Tabela 2) mostrou que, entre os 26 respondentes, as palavras mais associadas ao tema indutor 'estar em loja' foram 'estudo' e 'fraternidade' (77%), 'harmonia' (59%) e 'amizade' (35%).

**Tabela 2:** Palavras mais evocadas pelos participantes da pesquisa para o termo indutor 'Em Loja!'

| Maçons                                |                                             |
|---------------------------------------|---------------------------------------------|
| Frequência das citações               | Evocações (n) <sup>a</sup> (%) <sup>b</sup> |
| Primeira mais citada                  | <b>estudo</b><br>(20) (77%)                 |
|                                       | <b>fraternidade</b><br>(20) (77%)           |
| Segunda mais citada                   | <b>harmonia</b><br>(17) (65%)               |
| Terceira mais citada                  | <b>amizade</b><br>(15) (57%)                |
| <b>Total de sujeitos respondentes</b> | <b>26</b>                                   |

Na Tabela: (a) Número de maçons que evocaram a palavra/expressão. (b) Percentual dos maçons respondentes que evocaram a palavra/expressão.

Entre os maçons desta loja simbólica, 'estudo' e 'fraternidade' são as palavras mais citadas, sendo evocadas por 77% dos participantes. Em segundo lugar, aparece, citada por 65% dos participantes, a palavra 'harmonia'. O termo 'amizade' foi citado por 57% dos maçons, sendo a terceira palavra mais evocada.

A predominância desses vocabulários específicos - 'estudo', 'fraternidade', 'harmonia' e 'amizade' - indica a existência de certo "domínio contextual", um espaço semântico específico. Algo que excede os significados anotados nos dicionários, uma vez que se inscrevem na história dos falantes (REINERT, 2001). Com base nessa proposição, poderíamos supor, então, que para os maçons desta Loja as Representações Sociais acerca de 'em loja' é ter uma "fraternidade dedicada ao estudo, em um ambiente de harmonia e amizade".

Entretanto, a simples quantificação do conteúdo de uma representação não é suficiente para sua



definição e validação. A forma como esses conteúdos se organizam pode trazer significações de maior centralidade de determinados elementos das representações. Essa relação vai além da sugestão inicial, com base apenas na frequência das evocações (ABRIC, 2003, p.38). Portanto, o estudo das Representações Sociais só é possível a partir do levantamento dos seus núcleos centrais.

### 6.1. Identificação e validação do Núcleo Central (NC)

Várias técnicas têm sido desenvolvidas para a identificação e validação do poder simbólico dos elementos do NC. Buscam-se as evocações que mantêm com o objeto da representação uma relação necessária, "não negociável". Isto quer dizer que, na visão do grupo considerado, esses elementos não podem ser dissociados do objeto, sob pena de este perder toda a significação. Nesse objetivo consideramos duas características que permitem diferenciar os elementos do NC dos outros elementos das Representações Sociais: a saliência e o poder associativo.

A saliência sugere o poder simbólico, visto que as noções centrais ocupam um lugar privilegiado nas representações. São mais salientes as palavras evocadas mais frequente e prevalentemente que as demais (MOLINER, 1994). As conotações próprias de cada grupo social apresentam "elementos lexicais com maior ou menor relação com outros elementos lexicais". A coocorrência de palavras com outros elementos da representação nos mostra seu poder associativo. Estes elementos coocorrentes "possuem maior importância em uma representação (centralidade) que aqueles destacados apenas por sua frequência" (GUIMELLI; ROUQUETTE, 2003, p.197).

Desta forma, decorreu-se para o grupo de maçons a análise da característica de saliência das cognições centrais para identificar a possível estrutura do Núcleo Central da RS acerca de 'em loja'. Em seguida, confirmou-se sua centralidade através do seu poder associativo, a fim de validar o seu poder simbólico.

### 6.2. A análise prototípica das representações sociais

Extraímos, do total das 16 palavras evocadas pelos participantes da pesquisa, as nove palavras que obtiveram uma frequência igual ou superior a dez

citações. A frequência mínima adotada pelo grupo de pesquisa para investigar os elementos centrais das representações sociais, com base no tamanho da amostra e da sua representatividade total no estudo de caso: 30% da população.

As evocações 'estudo', 'harmonia' e 'amizade' compõem o núcleo central (NC) das Representações Sociais acerca de 'em loja' para os membros desta loja maçônica (Quadro 1 - Quadrante superior esquerdo). O quadrante superior esquerdo reúne os elementos que possivelmente constituem o núcleo central das representações sociais. Nele estão as palavras com maior frequência e prontamente evocadas pelos participantes.

No quadrante superior direito, aparecem os elementos do núcleo periférico limítrofe. São elementos candidatos a fazer parte do núcleo central da representação do grupo. Apesar de terem evocação tardia, possuem alta frequência entre os participantes do estudo. Compõem esse núcleo fraternidade', 'crescimento', 'trabalho' e união.

O quadrante inferior esquerdo reúne elementos que revelam um pensamento muito importante, mas para poucos indivíduos. Contudo, não é o pensamento majoritário. Esse núcleo marginal pode revelar a presença de um subgrupo na coletividade. Para eles a 'filantropia' é muito importante para as atividades de uma loja maçônica.

No entanto, Abric (1994) esclarece que as dimensões quantitativas de frequência e força de evocação não são por si só determinantes do caráter inegociável dos elementos mais centrais. Há também que considerar sua dimensão qualitativa, isto é, se este elemento é ou não aquele que dá sentido à representação. Para isto, é necessário que, além da prevalência, o NC assuma, através da conectividade, o caráter da centralidade, em torno do qual se organizam os elementos periféricos.

**Quadro 1:** Quadro de quatro casas com os possíveis elementos constituintes dos núcleos central e periféricos das Representações Sociais de 'em loja'



|                  |        | Grande Força de Evocação |    |          | Pequena Força de Evocação |    |          |
|------------------|--------|--------------------------|----|----------|---------------------------|----|----------|
|                  |        |                          | f  | OME <2,4 |                           | f  | OME ≥2,4 |
| Alta Frequência  | f ≥ 12 | estudo                   | 20 | 1,9      | fraternidade              | 20 | 2,6      |
|                  |        | harmonia                 | 17 | 2,5      | crescimento               | 13 | 2,6      |
|                  |        | amizade                  | 15 | 2,3      | trabalho                  | 12 | 3,2      |
|                  |        |                          |    |          | união                     | 12 | 2,8      |
| Baixa Frequência | f < 12 | filantropia              | 11 | 2,5      | renovação                 | 10 | 2,6      |
|                  |        |                          |    |          |                           |    |          |
|                  |        |                          |    |          |                           |    |          |
|                  |        |                          |    |          |                           |    |          |

No quadro, f é a frequência simples de evocação; A mediana da Frequência de Evocações é igual a 12. A média da Ordem Média de Evocações (OME) é igual a 2,4. As evocações com frequência menor que 10 (dez) foram desprezadas. No quadro, força está associada à prevalência na evocação, onde a palavra citada na primeira posição tem força maior (igual a um) do que a citada na segunda posição (força igual a dois) e assim sucessivamente. Portanto, quanto menor o valor da OME maior a força de evocação.

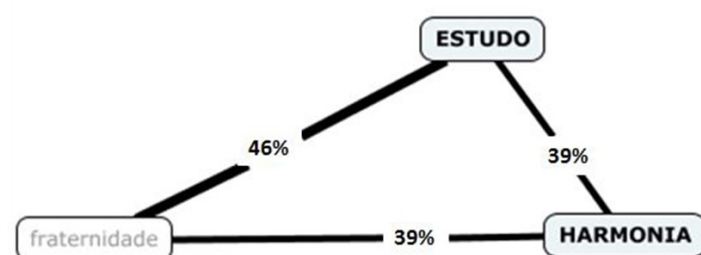
### 6.3. Confirmação da centralidade das representações sociais de 'em loja'

Seguindo essa orientação, procedamos à análise da colocabilidade léxica das evocações. Para isso, investigamos a coocorrência entre os próprios elementos constituintes da representação de estar 'em loja', aqueles mais frequentemente evocados entre os participantes da pesquisa.

Considerando o caráter qualitativo da pesquisa como estudo de caso e a representatividade da totalidade dos membros ativos da Loja na amostra (100%), foram selecionadas para essa análise palavras com frequência mínima de dez citações, evocadas por dez (10) ou mais respondentes (seis ou mais citações), uma representatividade mínima próxima de 30% entre os 26 respondentes. Através da matriz de coocorrência de palavras gerada programa AIDECAT, identificou-se as evocações que tiveram uma coocorrência em pelo menos 1/3 do grupo amostral, valor próximo de 33%, como mostra a Figura 3.

A estrutura da árvore máxima de similitude sugere que o elemento da periferia limítrofe 'fraternidade' faz parte da centralidade das representações sociais, com base em sua coocorrência forte

com os outros elementos do núcleo central.



**Figura 3:** Gráfico de coocorrência - Árvore máxima de similitude das Representações Sociais acerca de 'em loja!' para os membros de uma loja maçônica

\* As palavras destacadas em negrito e caixa alta são elementos do Núcleo Central das Representações Sociais desses maçons. A espessura das arestas reflete a porcentagem de participantes que citaram as duas palavras ao mesmo tempo. As porcentagens equivalem respectivamente a 12 pessoas (46%) e 10 (39%).

A presença de poucos elementos na árvore máxima de similitude é rara em estudos de representações sociais. Quase sempre essas representações gráficas são ramificadas e apresentam muitas evocações, dada a dispersão das informações nos grupos sociais. Além disso, o forte grau de compartilhamento desses elementos pelos membros desta loja maçônica ratifica o pensamento representado no plano gráfico relativo a estar 'em loja'. Para o grupo a informação é bem clara: 'em loja' deve ser um momento no qual "a fraternidade convive em harmonia e se dedica ao estudo".

Todavia, diante do pensamento coletivo traçado em uma árvore máxima de similitude, este estudo traz um retrato significativo deste grupo. As informações estão muito claras para esses sujeitos. A ideia do que é estar 'em loja' é bem definida. De fato, o número de participantes neste estudo é expressivo para um estudo de caso, sua totalidade. Seus resultados apresentam as expectativas dos membros de uma loja maçônica acerca de suas reuniões. Por outro lado são dados muito particulares, concluintes apenas para esta investigação. No entanto, espera-se com este artigo oferecer um quadro e contribuir para as reflexões nesta área.

## 7. Considerações finais

Apesar das limitações estatísticas da presente

investigação seus dados são consonantes com pesquisas que estão na fronteira do conhecimento nesta área. Em 2018, Ismail e colaboradores fizeram um levantamento com cerca de 8000 maçons no Brasil sobre a Ordem no século XXI. O estudo teve como respostas mais evocadas ao termo 'O que a maçonaria deveria fazer e não está fazendo ou está fazendo pouco' duas questões identificadas na centralidade das representações sociais da presente análise. Em primeiro lugar apareceu naquele estudo 'a melhor seleção de membros' (47%). Em segundo, 'uma educação maçônica de qualidade' (37%).

Ao irem de encontro aos resultados deste estudo de caso, a pesquisa de Ismail (2018) traz aspectos que testificam a presente investigação. Apesar disso, esta é uma questão que requer mais levantamentos acerca das particularidades no seio da Ordem Maçônica. Com base nos elementos centrais do pensamento dos membros da loja maçônica analisada nesse artigo, os membros desta célula da Ordem, ao estar 'em Loja!', esperam da fraternidade harmonia e estudo. Com base nesse diagnóstico, traçar estratégias para fomentar boas práticas nos relacionamentos dos membros da loja e balancear as questões cognitivas durante as reuniões pode ser um caminho perspicaz para valorizar as pretensões de seus integrantes. Embora outras questões relativas às particularidades de cada loja também mereçam investimentos e análises investigativas.

Acima de quaisquer apontamentos, devemos ponderar que a Maçonaria é um grupo social secundário. Um grupo no qual as pessoas entram voluntariamente. No qual podem se desligar da mesma maneira (COOLEY, 1902). Desta forma, se as necessidades básicas de satisfação pessoal daqueles que investem seus recursos cronológicos e monetários em uma causa não forem consideradas, especificamente em tempos líquidos, o 'trabalho das danaides', as quais deveriam encher de água um grande tonel de barro sem fundo, seria uma alegoria relativa a perda de membros pela Ordem Maçônica por evasão.

## 8. Referências

ABRIC, J. A abordagem estrutural das representações sociais. *Estudos interdisciplinares de representação social*, v. 2, n. 1998, , 1998; p. 27-38.

\_\_\_\_\_. Prácticas sociales y representaciones; Las representaciones sociales: aspectos teóricos. *Pratiques sociales et représentations*. 2003. p.1-32.

BERNARDO, J. *A nova maçonaria*. 2013. blog. Disponível em [https://colunas.gospelmais.com.br/maconaria\\_6305.html](https://colunas.gospelmais.com.br/maconaria_6305.html) acesso: 18/04/18

COOLEY, C.1902 *Human Nature; Nature, Human. the Social Order*. New York: Charles Scribner's Sons, 1902.

COUTINHO, M . A Utilização das Técnicas Projetivas na Abordagem das Representações Sociais. In: II Jornada Internacional de Representações sociais: questões metodológicas, 2001, Florianópolis. *Anais do II Jornada Internacional de Representações sociais: questões metodológicas*, 2001. p. 126-126.

DE MORAIS, C; ISMAIL, K. Motivação e evasão no trabalho voluntário: Um estudo de caso na Grande Loja Maçônica do Distrito Federal. *Revista Ciência & Maçonaria*, v. 4, n. 1, 2017.

DORON, D; 2006 Is Freemasonry STILL RELEVANT? *Pietre Stones* – Review of Freemasonry disponível em: [http://www.freemasons-freemasonry.com/freemasonry\\_2006.html](http://www.freemasons-freemasonry.com/freemasonry_2006.html) acesso: 18/04/18

FERREIRA, A. Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa. In: *Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa*. 2004.

FLAMENT, C. *Estrutura e dinâmica das representações sociais*. As representações sociais, 2001, p. 173-186.

FOUCAULT, M. *A Ordem do discurso*. Edições Loyola, 2004. 79 p.

GUIMELLI, C; ROUQUETTE, M. Contribution du modèle associatif des schèmes cognitifs de base à l'analyse structurale des représentations sociales. *Bulletin de psychologie*, v. 45, n. 405, 1992, p. 196-202.

ISMAIL, K. *Relatório de pesquisa: "CMI – maçonaria no século XXI"* 2018; disponível em: <https://www.noesquadro.com.br/wp-content/uploads/2018/04/RELAT%C3%93RIO-CMI.pdf> . ACES- SO: 20/04/18

\_\_\_\_\_. Porque a Maçonaria brasileira está perdida: uma análise comparativa da influência dos diferentes lemas sobre as atividades maçônicas. *Revista Ciência & Maçonaria*, v. 1, n. 1, 2013.

JODELET, D. et al. *As representações sociais*. Rio de Janeiro: Eduerj, p. 17-44, 2001.

LEITE, HP , *Evasão maçônica: um problema recorrente, sem solução a curto e médio prazo*. blog. Disponível em <http://fernandopaivarf.com.br/artigos.html?auth> Acesso: 18/04/18

LENT, R. *Neurociência da mente e do comportamen-*

- to. Grupo Gen-Guanabara Koogan, 2008.
- MINAYO, A. *Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade*. ed. Petrópolis: Vozes, 2007; 80 p.
- MOLINER, P. *Les méthodes de repérage et d'identification du noyau des représentations sociales*. Structures et transformations des représentations sociales, 1994, p. 199-232.
- MOSCOVICI, Serge. *A psicanálise, sua imagem e seu público*. Petrópolis: Vozes, v. 1961, 2012.
- \_\_\_\_\_; The phenomenon of social representations, *Social Representations*, Cambridge: Cambridge University Press. 1984. p.3-69.
- \_\_\_\_\_; *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Vozes, 2009. 404 p.
- PIVA, M. As Lojas Maçônicas: (Desafios e Entraves) 2014 *Revista Bibliot3ca*, 2014. Disponível em: <https://bibliot3ca.com/2014/01/31/as-lojas-maconicas-desafios-e-entraves/> cesso: 18/04/18.
- PORFÍRIO DA SILVA, A. A maçonaria do presente e do futuro 2013 *R2CPRESS*, 2013. Blog. disponível em: <http://www.r2cpres.com.br/v1/2013/09/29/a-maconaria-do-presente-e-do-futuro/>acesso: 18/04/18
- REINERT, M. Alceste, une méthode statistique et sémiotique d'analyse de discours. ( Application aux "Rêveries du promeneur solitaire".) *La Revue Française de Psychiatrie et de Psychologie Médicale*, (2001) V (49), p. 32-37.
- ROSA, GM. *A Admissão e a Evasão Maçônicas – Uma Reflexão Metodológica*, 1997. Luzes Editora. 1997.
- SÁ, C.; *Núcleo central das representações sociais*. Vozes, 2002. 97p.
- \_\_\_\_\_; Representações sociais: teoria e pesquisa do núcleo central. *Temas em Psicologia*, v. 4, n. 31.1996, p. 19-33.
- TURA, L; JODELET, D.; MADEIRA, M. Aids e estudantes: a estrutura das representações sociais. *AIDS e representações sociais: à busca de sentidos*, 1998, p. 121-154.
- VERGÈS, Pierre; SCANO, S.; JUNIQUE, C. *Ensembles de programmes permettant l'analyse des evocations*. Manuel version, v. 2, 2002.
- WACHELKE, J. Social representations: a review of theory and research from the structural approach. *Universitas Psychologica*, v. 11, n. 3, 2012; p. 729-741.
- ZELDIS, L. The future of freemasonry: challenges and responses; *Pietre Stones – Review of Freemasonry*. disponível em: <http://www.freemasons-freemasonry.com/zeldis05.html> acesso: 18/04/18.

