



# Teorias de Media e Comunicação

(6)

## Teorias da socialização pelos media e da construção social da realidade

Rita Espanha

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias de  
Informação

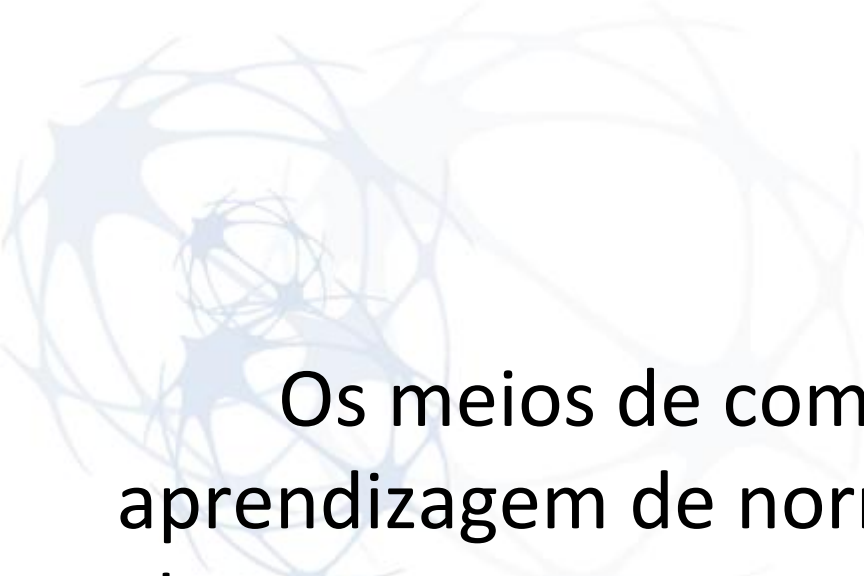
1º Semestre 2012/2013

**ISCTE**  **IUL**  
**Instituto Universitário de Lisboa**

# Teorias da socialização pelos *media*

Entre os efeitos a longo prazo da comunicação social, na perspectiva de Montero (1993) e McQuail (1987), encontra-se o seu papel socializador.

Os meios competem com a família, a escola, as relações informais, os partidos políticos, o governo, etc., enquanto agentes de socialização



Os meios de comunicação promovem a aprendizagem de normas, valores e expectativas de comportamento, em função do contexto das situações e do papel desempenhado pelas pessoas em sociedade (Mc-Quail)

# Para estes autores ...

Embora não exista uma teoria específica sobre a ação socializadora dos meios de comunicação social, esta dimensão é tratada em todas as teorias dos efeitos a longo prazo e nas teorias que conferem aos media um papel sustentador do *status quo*.

# Segundo Montero, 1993

*"Poderia dizer-se que existe um acordo generalizado de que os meios de comunicação exercem uma influência subtil, observável apenas em períodos dilatados, em todos os aspetos da vida quotidiana" (p.112).*

# Para esta autora

Destacam-se três grandes linhas de investigação sobre o papel dos meios de comunicação nos processos de socialização

# 1. Meios de Comunicação como instituições-agentes de socialização

Os meios de comunicação, institucionalizados, interagem com outras instituições sociais e modificam os canais e as formas de comunicação inter-institucional, entre as instituições e o meio social e entre as pessoas e grupos em sociedade.



## 2. Meios de comunicação como agentes de socialização política

Ao participarem na configuração do conhecimento sobre a política e ao modelarem uma determinada escala de valores que, por exemplo, pode levar à participação ou ao desinteresse dos cidadãos, os meios de comunicação atuam como agentes de socialização política

"a socialização política produz-se ao longo da vida (...) e faz referência às formas de compreensão que se geram nos diferentes âmbitos da estrutura social, em particular as instituições, o seu funcionamento e as suas implicações na vida quotidiana. A socialização política manifesta-se, na realidade, como uma necessidade e um controlo por parte do sistema político para assegurar-se da sua própria manutenção“

(Montero, 1993: 113)

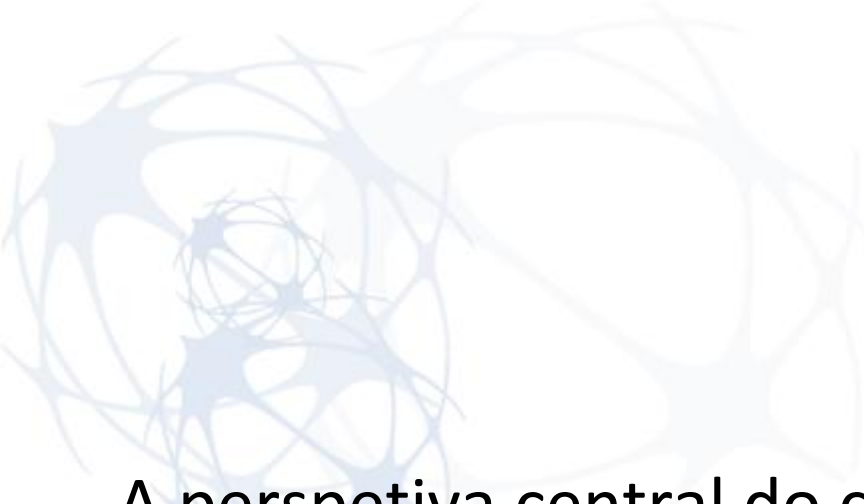
### 3. Acontecimentos críticos e processos de socialização política

Os meios de comunicação atuam como referentes e definidores de novas formas de pensar e atuar em situações de crise e rutura. Ocorrências como o caso Watergate (ou os casos Relvas ...) podem levar as pessoas, principalmente crianças e adolescentes, a colocar a honestidade no topo dos valores políticos.

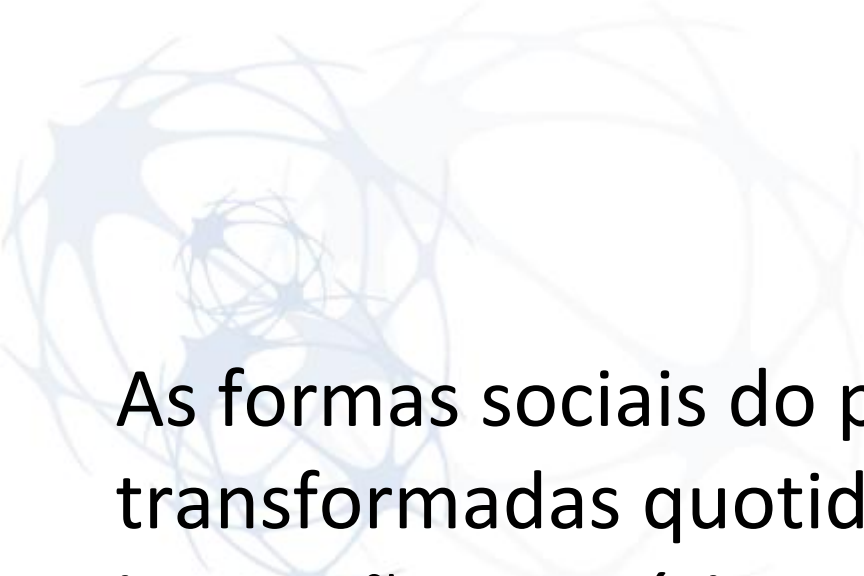


# As teorias da construção social da realidade

O conceito da "construção social da realidade", inspirado na fenomenologia social de Alfred Schütz, foi apresentado por Peter Berger e Thomas Luckmann (1976), inscrevendo-se dentro do ramo da sociologia convencionalmente designado por *sociologia do conhecimento*, que discorda das perspetivas que vêem os factos sociais quase como fenómenos naturais, encarando-os, antes, como o resultado de um processo histórico de construção coletiva de conhecimento.



A perspetiva central do conceito é a de que **toda a realidade é socialmente construída**, dia a dia, pelas práticas individuais e sociais, o que conduz a uma permanente redefinição e renegociação das regras, normas, significados e símbolos sociais (que podem, inclusivamente, ser contestados).



As formas sociais do passado são reproduzidas e transformadas quotidianamente pelas interações e práticas dos atores sociais (construtivismo dos atores sociais), mas estas práticas e interações também originam novas formas sociais.

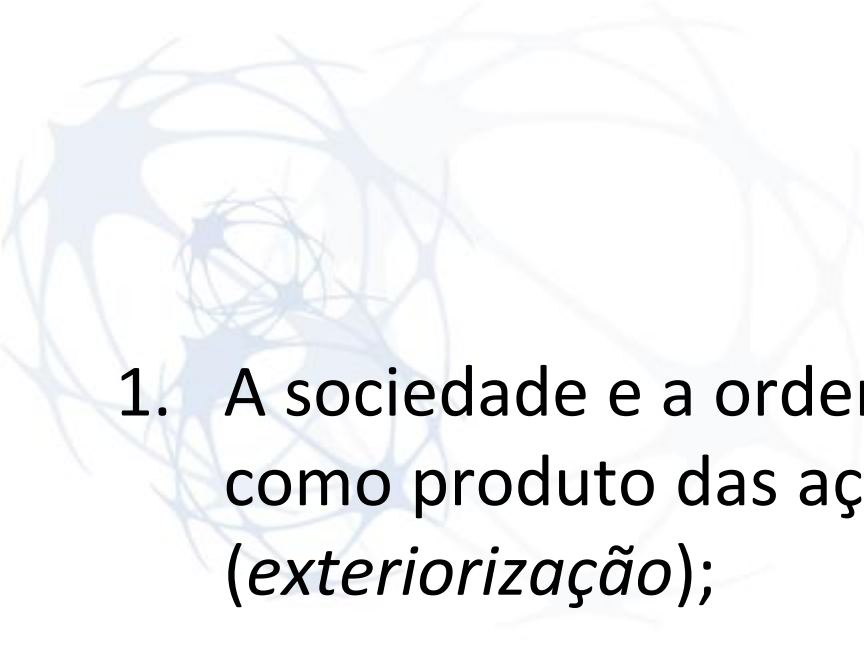
# Durante esse processo ...

interagindo, os indivíduos atribuem significado às suas ações, o que origina, constantemente, novas representações e definições da sociedade, ou seja, novos significados sobre a realidade social. Os conceitos são construções operativas do conhecimento. O conhecimento social, construído e distribuído com base nesses processos, é um recurso para a ação na vida quotidiana.



# A construção social da realidade

decorre, segundo Berger e Luckmann, da existência de uma relação dialéctica entre o indivíduo e a sociedade que resulta da interacção de três processos:

- 
1. A sociedade e a ordem social existem somente como produto das ações dos indivíduos (*exteriorização*);
  2. A sociedade é, porém, uma realidade objetivamente independente da consciência dos indivíduos (*objetivação*);
  3. Os indivíduos, não obstante, são um produto da sociedade (*interiorização*).

As realidades sociais são, simultaneamente, objetivadas, pois é assim que são experimentadas, e subjetivadas, pois são interiorizadas durante o processo de socialização.

Ou seja ...

as realidades sociais (convenções, valores, instituições, grupos, organizações...) são exteriorizadas, objetivadas e interiorizadas no *conhecimento comum*, nas representações e perceções constantemente produzidas no contexto das interações dos indivíduos, entendidos como atores sociais.

## Segundo Berger e Luckmann (1976),

A comunicação social contribui para criar uma espécie de patamar mínimo de entendimento comum, compartilhado, da realidade social. A comunicação social propõe modelos de comportamento, definição de papéis sociais, etc. A atuação das pessoas sobre a sociedade relaciona-se precisamente com este processo.

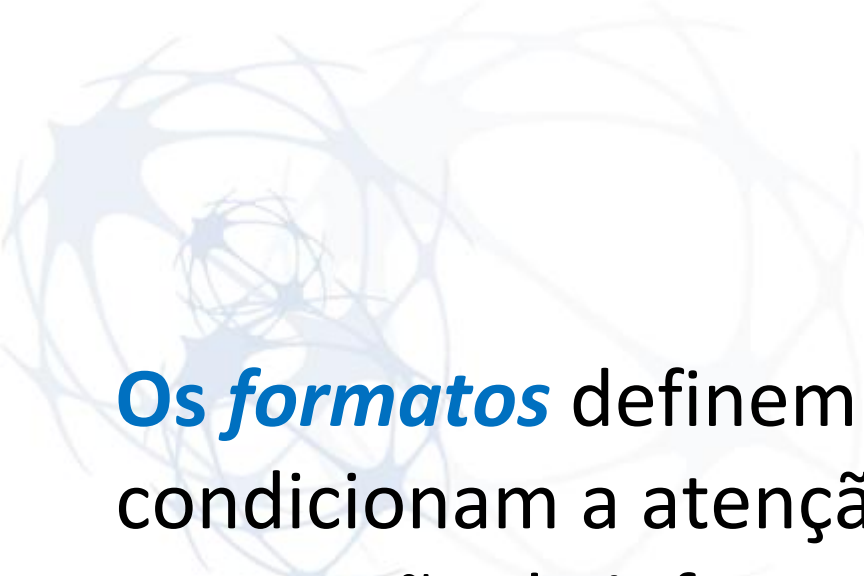
# No campo das Ciências da Comunicação

alguns autores, baseados nas ideias da construção social da realidade, propõem, genericamente:

- que a realidade social é produto de "representações" (Watzlawick, 1981).
- Altheide e Snow (1988) desenvolveram uma *teoria da mediação* que procura explicar a ação social global dos meios de comunicação, através da descrição da organização e dos processos globais de comunicação em sociedade (comunicação mediada, interpessoal, etc.).

# Para os autores

os meios servem-se, essencialmente, dos *formatos* e da sua *gramática específica* enquanto mediadores ativos do processo de construção social da realidade.



***Os formatos*** definem os conteúdos e, portanto, condicionam a atenção, as expectativas, a apreensão da informação e a construção de significados por parte do público, já que comportam a estratégia e a forma de produção, apresentação e interpretação da informação.

A *gramática específica* organiza logicamente os procedimentos que tornam possível a localização, hierarquização, organização e interpretação dos conteúdos definidos pelos formatos.

A distribuição das notícias pelas secções dos jornais, as técnicas jornalísticas de relato dos acontecimentos na imprensa e o vocabulário específico que esta desenvolveu são exemplos dos efeitos da adoção mediática de uma *gramática específica*.





Mas, é bom lembrar que:

a construção de significados depende sempre de *quem* interpreta os conteúdos (da *reader response*) e do *contexto* de receção dos conteúdos.

## este contexto de receção de conteúdos possui três dimensões:

1. contexto da lógica e das convenções dos produtos mediáticos;
2. contexto em que se consomem esses produtos;
3. contexto em que se criam os significados.



Ou seja,

*"(...) qualquer consequência dos conteúdos mediados estará incorporada nas premissas de ação que governam a interpretação numa dada circunstância" (Montero, 1993: 126).*

# Anderson e Meyer (1988)

Dão-nos um olhar crítico ao *sistema de produção de conteúdos dos meios de comunicação*, ao dizer que:

“são as estruturas mediáticas a modelar esses conteúdos”.

De certa forma, os conteúdos existem à margem da audiência e são conformados por fatores económicos (como as pretensões de audiência dos publicitários), políticos, legais, etc.