

DIÁRIO DE PESQUISA CIENTÍFICA



REVISTA SAMAYONGA

ISSN: 0504 - 0035

EDIÇÃO: 2023-002

ÁREAS

1

CIÊNCIAS TÉCNICAS

2

CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO

3

CIÊNCIAS MÉDICAS

ISSN 0504-0035

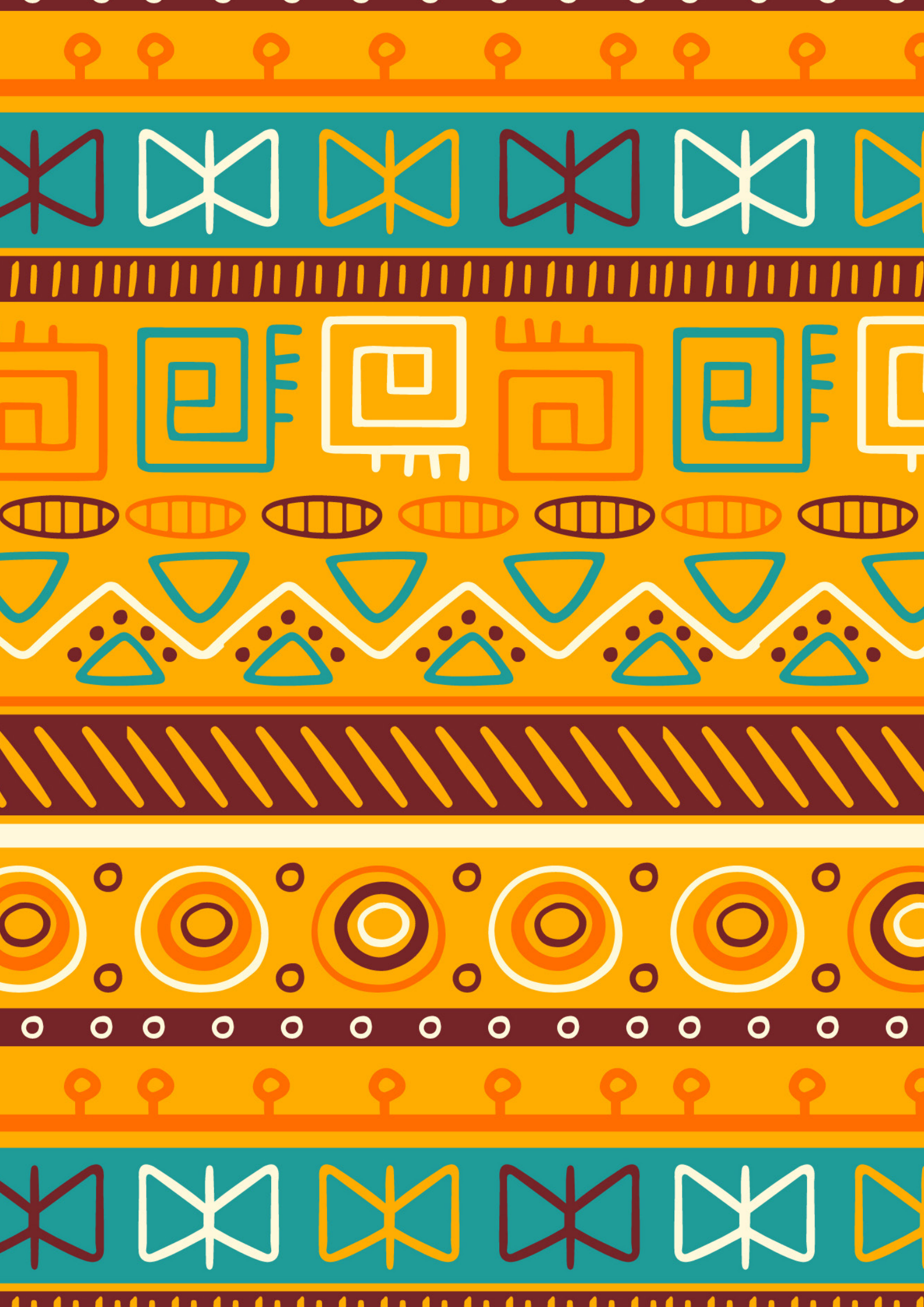


9 770504 003142



MWANA PWO EDITORA







REVISTA SAMAYONGA

DIÁRIO DE PESQUISA CIENTÍFICA

FICHA TÉCNICA

Editor Chefe

Dr. JORGE RUFINO

(Universidade Agostinho Neto, Universidade Jean Piaget de Angola)

Conselho editorial

Presidente – Dr. C Francisca Manuela Martins Wille

(Universidade Jean Piaget de Angola)

Dr. C Vicente Eugenio León Hernández

(Universidade de Pinar del Rio)

Dr. C Albano Ferreira

(Universidade Katyavala Bwila)

Dr. C Filomena de Jesus Francisco Correia Filho Sacomboio

(Instituto Superior para as Tecnologias da Informação e Comunicação)

Dr. C Klaus- Dieter Gerhard Wille

Dr. C Ivan Machado

(Universidade de Santa Clara)

Revisão

Msc. Imaculada Esperança Lourenço Domingos

(Universidade Jean Piaget de Angola)

Equipe Técnica

Elias Clemente Gongga

Eng. Flávio Geremias Miguel Clemente

Eng. Henriques Gededias Cambelele Quimuanga

Paginação & Designer

Vanilson Cristóvão

**Revista técnico-científica Samayonga [recurso eletrônico].
Nº. 02 (Jun. 2023). - Luanda.**

Periodo: Semestral

ISSN 0504-0035

1. Ciências Técnicas. 2. Ciência da Educação. 3. Ciências Médicas

REVISTA SAMAYONGA

DIÁRIO DE PESQUISA CIENTÍFICA





BEM VINDO A REVISTA SAMAYONGA

Estimado colegas

A revista Samayonga que agora sai a segunda edição no mercado angolano académico e científico, vai continuar a preencher as grandes lacunas, que as produções e publicações se denominam.

A revista Samayonga vai continuar a ter como objectivo principal a divulgação de trabalhar com:

- Trabalho de fim do curso de licenciatura
- Trabalhos relacionados a pedagogia, sociologia e outros fins
- Investigação de projetos científicos e académicos das áreas da engenharia, medicina e pedagogia

A RICS conta com um corpo editorial de 12 membros, todos com bastantes experiências de mais 20 anos em educação superior na investigação em publicações em revista internacionais. As contribuições enviadas são submetidas a revisão a pares interna e externas e se garante a sua imparcialidade mediante a dupla cega. Os nossos corpos de árbitros fazem parte de uma rede de professores angolanos do ensino superior que podem recomendar com base na norma de revisão.

Neste quesito recomendamos que o envio dos trabalhos deve ser realizado por nosso e-mail: secretariageral@ciap-samayonga.co.ao assim como as normas devem ser consultada nas nossas páginas web: www.ciap-samayonga.co.ao

Esperamos que esta revista continue a poder preencher o grande vazio que Angola ainda tem no Ranking do mundo da ciência e da academia.

Luanda, aos 20 de Junho de 2023

O editor Chefe

Drº. Jorge Rufino



SUMÁRIO

04 EDITORIAL

09 ARTIGOS

11 **Televisão e a Instituição Escolar. Os Efeitos Cognitivos das Mensagens Televisivas e a sua Importância no Processo de Ensino-aprendizagem**



ARTIGOS

Televisão e a Instituição Escolar. Os Efeitos Cognitivos das Mensagens Televisivas e a sua Importância no Processo de Ensino-aprendizagem

Autor: Vidal António Machado

RESUMO

A televisão e a instituição escolar. Os efeitos cognitivos das mensagens televisivas e a sua importância na aprendizagem, é a nossa proposta de investigação em Psicologia Social e Educação. Como é do conhecimento geral, estamos diante de uma sociedade de paradoxos, de informação, de desinformação, ruído, propaganda e formação de opinião à velocidade cruzeira, que precisa ser estudado e explicado. O mais sonante aqui, é constatar a emergência dos órgãos de informação e comunicação à escala global. A televisão se tornou um instrumento privilegiado de penetração cultural, de socialização, de formação de consciências e de transmissão de ideologias e valores. Nesta função, a mensagem televisiva faz parte do nosso quotidiano, envolvendo-nos completamente mesmo sobretudo nos momentos de lazeres e entretenimentos. Esta realidade cada vez mais assumida como natural por todos nós, vai constituir uma componente significativa na cultura das pessoas, determinando a forma como cada um de nós percebe e entende os outros, o meio onde nos inserimos e até o próprio mundo. .

Palavras-chave: psicologia social, família, televisão, ensino-aprendizagem e sociedade.

INTRODUÇÃO

O início do milénio coincide com uma acentuada aceleração da mudança em todos os campos da organização social. As transformações são de tal ordem e numa escala tão global, que os investigadores em ciências sociais tal como em Psicologia social, se têm empenhado na referida abordagem numa tentativa de se compreender toda a amplitude.

A revolução tecnológica, protagonizada pelas auto-estradas electrónicas, pela compressão numérica e pela consequente digitalização da imagem, tornou possível o velho sonho do diálogo universal, convertendo-o na nova realidade interactiva da comunicação bidireccional doméstica, pela convergência entre telefone computador pessoal e aparelho de televisão, ou seja, a era do multimedia. Telebanco, ensino interactivo à distância, teleconferência, redes de trabalho doméstico, bancos de notícias, jogos por encomendas, programas de entretenimento, a explosão de canais de televisão especializado ou temáticos, etc., serão componentes triviais do nosso quotidiano, a um prazo relativamente curto.

Nesta conformidade, a televisão se tornou um instrumento privilegiado de penetração cultural, de socialização, de formação de consciências e de transmissão de ideologias e valores. Nesta função, a mensagem televisiva faz parte do nosso quotidiano, envolvendo-nos completamente mesmo sobretudo nos momentos de lazeres e entretenimentos. Esta realidade cada vez mais assumida como natural por todos nós, vai constituir uma componente significativa na cultura das pessoas, determinando a forma como cada um de nós percebe e entende os outros, o meio onde nos inserimos e até o próprio mundo.

METODOLOGIA

O presente artigo é um ensaio teórico-prático, baseado numa pesquisa bibliográfica, onde toda a informação que sustenta a sua abordagem foi desenvolvida a partir de fontes secundárias (documentos, bibliografias e demais fontes conexas); a técnica de compilação da informação foi a de documentação indirecta.

DESENVOLVIMENTO

1. OS PERCURSOS DA TELEVISÃO COMO INSTITUIÇÃO SOCIAL

A televisão é em todos os sentidos, vista como um veículo de alta utilidade social, pois, incorpora-se no quadrante dos meios de comunicação social de massas, ela informa, comunica, entretém as pessoas e promove cultura.

Por isso, desde o seu aparecimento (há mais de 50 anos), ela tem vindo a suscitar, ao longo de todo este tempo, sucessivas paixões. A ela tudo se assaca, inclusive o poder de fazer o bem e o mal. Ainda sobre a televisão, muito se tem dito, milhares de artigos científicos, técnicos ou simplesmente de opinião e outras tantas obras, são publicadas periodicamente, dedicadas à esta *«caixa que mudou o mundo»*, (McLuhan apud Vaz Freixo, 2002, p. 229).

A televisão trás uma nova perspectiva no quadro da comunicação de massas, para além de ser vista como um veículo de transmissão de notícias, ela é também potenciada a fazer o duplo papel, notícia-imagem, permitindo que o telespectador possa ter uma imagem mais circunstancial da realidade ligando o seu dia-a-dia.

Esta invenção aumenta a sua concorrência com a rádio e, neste período, muitos já cogitavam e profetizavam o fim das emissões da rádio informativa.

No entanto, independentemente deste meio século de existência e do vasto acervo de informação actualmente disponível sobre a televisão, ainda é possível, assim, encontrar quem a considere criticamente *«um objecto não pensado»*. Para justificar essa qualificação está o autor Dominique Wolton que considera que poucas actividades tão amplamente divulgadas são, desde há tanto tempo, *«objecto de uma tal preguiça intelectual, de um tal conformismo crítico e de uma submissão às modas do momento»*, (Wolton apud Vaz Freixo, 2002, p. 229).

Esta abordagem insere-se no quadro das afirmações que negam a existência das ideias, que têm em si, o fundamento de que as «coisas novas não trazem novidades», mas sim, aumentam as disfunções entre as já existentes, aquelas que já tomaram o seu espaço normal e que já se implantaram em todos os circuitos da vida social, política e cultural dos indivíduos. Neste sentido, a televisão é encarada como um meio que pode estar diante destes dois sentidos invocados anteriormente.

Sabe-se que existem inumeráveis estudos sobre a televisão, mas estes estudos não têm o mesmo eco que têm por exemplo, os que se desenvolvem na área da educação, da saúde, da política, da economia e das outras ciências sociais. O que estará na base desta pouca divulgação de estudos sobre a televisão?

Vaz Freixo (2002), reafirma que a essa pergunta é possível responder-se com a circunstância de a televisão suscitar fantasmas de poder, ligados ao facto de as imagens gerarem grande adesão e, sobretudo, serem recebidas simultaneamente por uma infinidade de pessoas. Por sua vez, este estatuto de meio de massas foi reforçado pelo seu imenso êxito popular, «o qual acentuou os receios existentes a seu respeito, receios esses que os trabalhos empíricos não conseguiram afastar».

A questão de fundo, no entanto, para se alimentarem estes fantasmas sobre a televisão, é manifestada, sobretudo, pela desconfiança dos políticos a que se veio juntar o discurso de alguns intelectuais que por exemplo, no período pós independência, colocam os mass media no centro de suas preocupações para promoverem a reaproximação e a adequação da nação angolana nos novos contextos sociais, económicos, políticos das diversas franjas da sociedade.

Por conseguinte, a imagem da televisão é visualmente pobre em dados, já que oferece aos espectadores três milhões de pontos por segundo, destes numerosos pontos, o espectador só selecciona umas centenas em cada instante e constrói, por si, a sua imagem, a partir desses elementos.

Desta forma, o telespectador participa na criação da imagem, o que levou McLuhan fazer uma distinção entre media quentes e os frios. McLuhan apud Vaz Freixo (2002), considera que a televisão pertence aos media frios, na medida em que, favorece a participação e deixa muitos quadrados em branco para serem preenchidos pelo telespectador.

Ainda para este autor de origem canadiana, os media quentes «são aqueles que contêm dados sensoriais relativamente completos ou elevada redundância, na acepção da teoria da informação; com os media quentes há menos necessidade de quem percebe (a audiência) de se envolver no preenchimento dos dados que faltam.

Deste modo, os media são classificados segundo o grau de envolvimento das pessoa, foi partindo deste pressuposto que McLuhan apud Vaz Freixo (2002, p. 243) considera existirem dois grupos distintos de media; «os media quentes e os frios».

Estes media, na opinião do autor, são baixos em participação, isto porque a sua acção é mais completa, fornecendo tudo, e originando nos destinatários, por via dessa eficácia, uma atitude de embotamento ou sonambulismo. Constituem exemplos de meios quentes, a rádio, o cinema, entre outros, que prolongam um único dos nossos sentidos e em alta definição.

Por outro lado, os media frios na perspectiva de McLuhan apud Vaz Freixo (2002, p. 245), **«requerem a participação do indivíduo, a quem caberá preencher percentualmente, os dados que faltam»**. Esse elevado grau de participação gera um envolvimento saudável, na opinião do investigador canadiano. É importante compreender que o uso dos conceitos de participação ou envolvimento, não se refere ao grau de interesse ou tempo consumido, acompanhando ou prestando atenção a determinado meio de comunicação, refere pelo contrário, a qualidade completa (quente) ou incompleta (fria) do estímulo.

Por exemplo, o filme é considerado um veículo quente porque a imagem projectada na tela é completa, em todos os detalhes. O espectador de um filme não é solicitado a preencher, perceptualmente, seja o que for. No sentido da teoria da informação, diríamos que o filme possui alta redundância e baixa informação.

A televisão, por outro lado, fornece ao espectador apenas um esboço, através da iluminação de minúsculos pontos. Perceptualmente o telespectador deve preencher os intervalos entre esses pontos visuais na tela. Em suma, ele deverá envolver-se perceptualmente com o estímulo, exigindo-lhe um esforço considerável de imaginação.

A televisão desde o seu aparecimento caracteriza-se por disponibilizar uma oferta completa de imagens a um público perfeitamente anónimo e heterogéneo, inseparável de uma programação que garante a oferta de imagens, de géneros e estatutos diferentes, constituindo um verdadeiro espectáculo. Esta sua essência, ou seja, a sucessão e a mistura diversificada de imagens, de que ninguém domina a recepção e a interpretação, constitui a razão do seu êxito e, também, conforme bem assinala Dominique Wolton, expressa a sua verdadeira unidade. Nestas condições, a televisão, pelas condições de recepção por um público anónimo, de imagens muito particulares que, tal como afirma Bourdieu, *«tem uma espécie de monopólio, de facto, sobre a formação dos cérebros de uma parte muito importante da população»*, (Wolton apud Vaz Freixo, 2002, p. 246).

Pode-se de concreto, aferir que a televisão é um veículo de grande relevância para a sociedade, pois, influencia na construção da opinião pública, na elaboração dos mecanismos que favorecem a construção social da realidade, torna o indivíduo anónimo mais esclarecido e inserido na dinâmica social da sua realidade. A televisão é assim, uma caixinha de imagens, palavras e conteúdos de diversos âmbitos presentes no quotidiano da sociedade.

Sob o ponto de vista técnico, podemos identificar dois grandes espaços de realização da televisão: as condições de produção e as de recepção. Na produção, no momento actual, encontramos o vídeo, a difusão por cabo ou satélites; por sua vez, na recepção, encontramos os receptores, onde a última novidade é a tecnologia de alta definição, cuja qualidade aumentará ainda mais, o poder de impacto da imagem e do som (Idem, 2002). Imagens que recorda-se, podem ser emitidas em directo, em diferido ou guardadas e dizerem respeito a domínios mais variados. Podem estas imagens, reflectir a realidade ou figurá-la, a ponto de serem totalmente artificiais. Do lado dos emissores, como oportunamente recorda Dominique Wolton, é possível identificar, para além dos jornalistas, todos os produtores que no essencial, constituem os autores da oferta dos programas.

Todo o processo relativo à produção, e atrás sumariamente descrito, é no essencial passível de ser controlado. O mesmo não se poderá dizer do processo de recepção das mensagens, classificado por Dominique Wolton como o «mistério da recepção», envolvendo uma multiplicidade de fenómenos contraditórios designadamente entre a significação intencional do autor e a percepção e a interpretação do espectador, ao mesmo tempo idênticas e diferentes, de pessoa para pessoa.

Assim, Vaz Freixo (2002) assume a ideia de que a relação que se estabelece entre a intenção do autor, a polissemia da imagem, o som, as condições de recepção, são outras tantas condições constituintes do jogo pouco racional do processo de comunicação. Isto porque a ambiguidade inerente à mensagem reforça, assim, o peso do contexto

cognitivo ou sociocultural do processo de significação e interpretação, por outras palavras, na televisão, a maior parte do tempo, a significação excede a intenção. Esta realidade, por exemplo, não ocorre com o cinema porque, neste, os géneros são mais restritos, a construção é muito mais elaborada, as condições culturais são mais estruturadas e, sobretudo, a recepção, num local específico, por um público determinado, confere à obra cinematográfica um estilo e uma estética muito particular embora, a televisão não seja destituída de tal possibilidade.

Por outro lado, deverão considerar-se as diferenças entre as imagens do cinema e da televisão; com efeito, na televisão a diversidade dos géneros e o volume das imagens são maiores sobressaindo o carácter massivo da recepção, o domicílio, enviesando assim uma interpretação única e generalizada da imagem.

Esta diferenciação de géneros, de conteúdo, de público e de estilos em termos de imagem e recepção, varia de contextos e de interesses políticos e socioculturais envolvidos. Pois, a escolha do teor da informação preparada no processo de comunicação dependerá do autor da informação e das características do público considerado receptor destas imagens.

Daí, a sincronização que é suscitada pela televisão, ela é também participante no processo da construção social da realidade dos indivíduos, promove e pode alterar o curso cultural de determinada sociedade, fazendo com que molde os traços de convergência a partir da sua intervenção como um dos actores sociais de grande significância histórica e política.

Vaz Freixo (2002, p. 246) entretanto, no âmbito desta dualidade, considera que *«dadas as condições de recepção “massiva”, embora em domicílio, a característica da imagem televisiva e o uso que dela se faz, tornam-se indissociáveis»*, obrigando a uma interacção entre o emissor, o difusor e o receptor. Este processo, considerado inevitavelmente dinâmico, resulta de uma relação dialéctica concreta entre as condições de emissão (intenções e condições de produção) e as condições de recepção. É, justamente, por esse motivo, que a televisão é uma forma de comunicação muito particular na nossa sociedade, onde, a significação parcialmente aleatória da mensagem decorre de uma interacção silenciosa com um público que não se pode apreender.

Estas características únicas da televisão tornam-na como um objecto de análise complexo e, ao mesmo tempo, uma actividade livre e igualitária. Livre, pela facilidade com que cada um se liga a ela no tempo que quiser, sem necessidade de qualquer tipo de justificação; e igualitária, na medida em que disponibiliza mensagens a que todos, potencialmente, têm acesso, não existindo, graças à polissemia das imagens, nenhuma interpretação obrigatória, normativa ou ortodoxa. Em síntese, podemos dizer que a imagem televisiva deixa uma via de acesso ao sentido, nomeadamente por intermédio do imaginário, tornando-a mais igualitária que a leitura de um texto permite, sendo o acesso à imagem mais fácil do que o acesso ao texto.

Esta diferenciação é realçada de igual modo por Joan Ferrés apud Vaz Freixo, (2002, p. 247), ao afirmar que *«a leitura e a televisão não deveriam ser consideradas práticas opostas, mas complementares»*. De facto, tal como defende a autora, são consideradas actividades

culturais e recreativas compatíveis.

Contudo, mesmo assim é possível descortinar uma diferença radical entre as leituras e as imagens, uma vez que o universo do telespectador é dinâmico, enquanto o do leitor é estático, ou seja, a televisão favorece a gratificação sensorial, visual e auditiva, enquanto o livro favorece a reflexão.

Ainda na senda desta diferenciação, ressaltemos agora a relação entre a palavra e a televisão. A primeira é vista como um símbolo inteiramente resolvido naquilo que significa, naquilo que deixa compreender. E a palavra só deixa compreender se for compreendida, isto é, se conhecermos a língua a que pertence: de outro modo, é letra morta, um signo ou um som qualquer, pelo contrário, a imagem é pura e simples representação visual. A imagem, simplesmente, vê-se; e para a ver basta não sermos cegos. «A imagem não se vê em chinês, árabe, inglês ou português....simplesmente, vê-se», (Giovanni Sartori op cit. Vaz Freixo, 2002).

2. EFEITOS COGNITIVOS DAS MENSAGENS TELEVISIVAS

Considerando processos de orientação e de percepção que seleccionam a informação disponível para processamento central, começou a ser estudada no processamento de informação televisiva de modo mais sistemático a partir da segunda metade da década de 70. Ao contrário do que acontecia na investigação mais tradicional da psicologia cognitiva, nos estudos dos processos de atenção para a informação televisiva utilizam-se estímulos mais complexos, com maior duração e significado e que integram diversas modalidades sensoriais.

Nestes estudos têm sido abordadas três áreas: duas mais ligadas ao desenvolvimento da criança, orientação visual (olhar) para a televisão e a audição de televisão, e outra mais ligada à população adulta, a intensidade da atenção à televisão, (Anderson e Burns, 1991).

Esta última apresenta maior interesse, numa síntese sobre os efeitos da televisão, pois a intensidade da atenção tem sido usada como indicador do envolvimento do espectador com o programa televisivo, factor mediador importante nos estudos sobre os efeitos da exposição aos media. A intensidade da atenção tem sido também relacionada com aspectos formais (resultantes de técnicas de produção e de educação) e de conteúdo (relativos à importância e facilidade de compreensão da informação). Esta investigação conduziu à formulação de modelos de atenção à televisão, por exemplo, o modelo da inércia atencional e o modelo dos recursos múltiplos, (Geiger e Reeves, 1993a, 1993b).

O modelo da inércia atencional considera que a atenção à televisão aumenta com o envolvimento cognitivo da mensagem. O que explica a manutenção da atenção entre segmentos não relacionados da mensagem e permite manter o processamento mesmo quando o conteúdo muda e se apresenta, momentaneamente, imprevisível ou incompreensível, (Bums e Anderson, 1993); por exemplo, na transição entre cenas de um filme ou na transição para um intervalo publicitário.

No âmbito deste modelo, Geiger e Reeves (1993b) analisaram a variação da atenção para sequências televisivas compostas por segmentos de diferente duração. Neste estudo, a atenção foi avaliada com base na resposta a uma tarefa secundária. Pressupõe-se uma

base limitada de recursos atencionais, estando a atenção deslocada principalmente para a tarefa primária, que consiste em ver televisão.

A resposta a uma tarefa secundária, que no caso consistia na reacção a um som, também vai exigir atenção. E o tempo que a pessoa leva a responder ao som que pode fornecer pistas sobre a quantidade de recursos atencionais exigidos pela tarefa primária, ver televisão.

Sabe-se de forma quase exacta, ou mesmo exacta, que a abordagem epistemológica dos mass media não deve ser feita de maneira privativa ou singular, também pode ser encarada como causa e consequência sobre a alteração dos comportamentos, das atitudes e dos sistemas de valores de uma dada sociedade. Pois, desta visão, ressalta a ideia de que existe uma vinculação concreta entre as tendências objectivas na elaboração dos conteúdos noticiosos e as suas implicações na maneira de construção da consciência colectiva.

Esta incidência pode-se constatar desde as dimensões cognitivas, culturais, políticas até às dimensões antropológicas pois, a compreensão da função social dos media é direccionar a sua existência à vida humana, é propor a condição de consumo e da desconexão à verdade existencial dos indivíduos. Obviamente, esta última instância, pode ser entendida como uma espécie de formulação dos critérios de manipulação e de adequação do sentido pervertido da realidade social dos sujeitos atingidos pelos órgãos de comunicação de massa.

Na verdade, o retrato anteriormente exposto, apresenta um mosaico profundo de reflexões sobre como os mass media se apresentam no quotidiano das pessoas e, como esta presença interessa significativamente nos estudos sociológicos e da Psicologia Social no âmbito da construção social da realidade.

Neste sentido, Berger e Luckmann são autores de uma das mais importantes e conhecidas obras no domínio da sociologia do conhecimento, publicada originalmente com o título: *The Social Construction of Reality*.

Este campo do conhecimento ficou inicialmente conhecido com essa designação e circunscrito ao enfoque sociológico da história das ideias. Contudo, Berger e Luckmann, nesta obra, vêm redefinir toda essa perspectiva, como *«o estudo de tudo aquilo que se considera conhecimento na sociedade, especialmente do senso comum, que constitui a realidade quotidiana para o membro comum da sociedade»* (Vaz Freixo, 2002, p. 91).

Por conseguinte, Vaz Freixo (2002, p.91) de forma incisiva para explicar e compreender esta construção epistemológica realça que:

Berger e Luckmann, para elaborarem a sua sociologia do conhecimento, partem de duas injunções teóricas que eles consideram como as mais influentes “ordens de marcha” que foram dadas a uma disciplina. A primeira injunção é a de Durkheim, expressa em As Regras do Método Sociológico, onde a primeira regra, que é a mais fundamental, consiste em considerar os “factos sociais como coisas.” A segunda é weberiana, contida na sua obra Economia e Sociedade, onde inscreve o princípio

de que tanto para a sociologia, no sentido actual, quanto para a história, o objecto do conhecimento é o complexo de significados subjectivos da acção.

Mediante estas abordagens, os autores chegam às seguintes conclusões: Estes dois enunciados não são contraditórios. A sociedade possui na verdade facticidade objectiva.

E a sociedade de facto é construída pela actividade que expressa um significado subjectivo. E, diga-se de passagem, Durkheim conheceu este último enunciado, assim como Weber conheceu o primeiro.

Vaz Freixo (2002) reconhece que é precisamente o duplo carácter da sociedade em termos de facticidade objectiva e significado subjectivo que torna sua “a realidade sui generis”, para usar outro termo fundamental de Durkheim.

A questão central da teoria sociológica pode por conseguinte, ser enunciada desta maneira: como é possível que significados subjectivos se tornem facticidades objectivas? Ou em palavras apropriadas às posições teóricas acima mencionadas: «como é possível que a actividade humana produza um mundo de coisas?»

Assim, na visão de Berger e Luckmann (2004, p. 35) *«a vida quotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada pelos homens e subjectivamente dotada de sentido para eles na medida em que forma um mundo coerente.»*

Desta feita, a imaginação concreta virada para a compreensão dos fenómenos resulta da própria experiência que os homens adquirem ao longo da sua existência como participantes de toda a estrutura social, cultural, política e até mesmo antropológica, que define todas as maneiras de percepção sobre os factos que ocorrem de forma intrínseca à sua volta.

A verdade desta toda existência é prova de que o homem torna-se produto do próprio homem ou seja, percepção que se tem de nós mesmos é a pura demonstração daquilo que o meio envolvente é, pois, o homem como ser social, faz toda a construção a partir do ambiente proporcionado pelo espaço social da sua pertença e, sobretudo, sobre as tendências dos modelos de interacção social estabelecidos para manter a solidez das relações humanas na sociedade.

Nesta senda, quer Berger assim como Luckmann (2004, pp. 35.36) afirmam que:

No quadro da sociologia enquanto ciência empírica é possível tomar esta realidade como dada, tomar como dados os fenómenos particulares que surgem dentro dela, sem maiores indagações sobre os fundamentos dessa realidade, tarefa já de ordem filosófica. Contudo, considerando o particular propósito do presente tratado, não podemos contornar completamente o problema filosófico. O mundo da vida quotidiana não somente é tomado como uma realidade certa pelos membros ordinários da sociedade na conduta subjectivamente dotada de sentido que imprimem as suas vidas, mas é um mundo que se origina ao pensamento e na acção dos homens comuns, sendo, sendo afirmado como real por eles.

Assim, compreende-se nesta visão, o surgimento das práticas quotidianas que revelam todo o procedimento local que assume o papel de agente fundamental para a elaboração do conhecimento subjectivo que constrói a percepção da existência de uma identidade concreta comum de uma dada sociedade.

Para a finalidade em apreço, isto é uma tarefa preliminar, mas não podemos fazer mais do que esboçar os principais aspectos daquilo que acreditamos ser uma solução adequada do problema filosófico, adequada, apressamo-nos em acrescentar apenas no sentido de poder servir como ponto de partida para a análise sociológica.

As considerações feitas a seguir têm, portanto, a natureza de prolegómenos filosóficos e, em si mesmas, pré-sociológicas. Os métodos que julgamos mais convenientes para esclarecer os fundamentos do conhecimento na vida quotidiana são *«o da análise fenomenológica, método puramente descritivo, e como tal, “empírico” mas não “científico”, segundo o modo como entendemos a natureza das ciências empíricas»*, (Berger & Luckmann, 2004, p.36).

A abordagem sociológica sobre a construção social da realidade, constitui um verdadeiro desafio para qualquer erudito das ciências sociais, tendo em conta, o seu carácter divergente, pois, compreender, analisar e explicar determinados fenómenos exige delas a transposição empírica vista como fonte da construção de todo esse acervo científico.

Por conseguinte, a presente demonstração confirma que “a consciência é sempre intencional, sempre tende a ser dirigida para os objectos. Nunca podemos apreender um suposto substrato de consciência de tal ou qual coisa, isto assim, é, pouco importando que o objecto da experiência, *«seja experimentado como pertencendo a um mundo físico externo ou aprendido como elemento de uma realidade subjectiva»* (Berger & Luckmann, 2004, p.37).

Nestas circunstâncias, quando se aborda sobre o papel dos mass media, deve-se ter em conta com asua preponderância na construção de ideias, convicções e sobretudo, na formulação e promoção de comportamentos que podem estimular a construção de uma consciência colectiva e encorajar este fundamento e incentivar tendências individualistas.

Pois, no dizer de Berger e Luckmann (2004, p. 38), *«a realidade da vida quotidiana além disso apresenta-se a mim, como um mundo intersubjectivo, um mundo de que participo juntamente com os outros homens»*.

Fazendo valer exactamente, a noção de que todos podem ter o papel de influenciar todos, cada parte de uma dada sociedade joga uma função primordial sobre o todo e por sua vez, o todo pode também ter este desiderato sobre a parte, fazendo com que sejam os media eles que relatam a realidade do meio social envolvente e sejam eles, orientam a realidade do quotidiano dos indivíduos.

Ainda, os autores Berger e Luckmann (2004, p. 40) consideram que:

A intersubjectividade diferencia nitidamente a vida quotidiana de outras pessoas realidades das quais tenho consciência. Estou sozinho no mundo de meus sonhos, mas sei que o mundo da vida quotidiana é tão real para os outros quanto para mim mesmo. De facto, não posso existir na vida quotidiana sem estar continuamente em interacção e comunicação com os outros. Sei que minha atitude natural com relação a este mundo corresponde à atitude natural dos outros, que eles também compreendem as objectivações graças às quais este mundo é ordenado, que eles também organizam este mundo em torno do “aqui e agora” de o seu estar nele e têm projectos de trabalho nele. Sei também evidentemente, que os outros têm uma perspectiva deste comum não é idêntica a minha. Meu “aqui” é o “já” deles. Meu “agora” não se superpõe completamente ao deles.

Certamente, a construção do saber do ser humano como espécie animal não pode ser compreendida como um acto isolado e que depende pura e simplesmente da sua evolução natural.

Este saber deriva de um conjunto de fontes, ou seja, é uma construção multidimensional, que conta com ajuda não só dos processos de interacção interpessoal, como também das práticas culturais definidas em cada localidade ou espaço social.

Assim também, como na emergência das tecnologias de informação e comunicação, como a rádio, a televisão, os jornais e outros órgãos que de forma subjectiva em algum caso e, de forma objectiva em outro caso, favorecem a construção das modalidades comportamentais e inter-relacionais dos sujeitos integrantes do mundo humano.

CONCLUSÃO

Nesta conformidade, a presente proposta de tema de investigação enquadra-se na Psicologia social da comunicação; dando grande realce a maneira como as mensagens de TV impactam no processo de desenvolvimento cognitivo dos indivíduos conforme podemos comprovar em estudos realizados por alguns autores como: Alexandra Lazaro (1997), o seu estudo resume na ideia de que do modo como as pessoas processam a informação dos mass media é analisado nas fases mais genéricas, considerando a atenção, dos factores que afectam a informação em memória e o modo como esta é recuperada e utilizada nas representações sobre sociedade, nas atitudes e nos comportamentos. O papel dos afectos no processamento de informação e no modo como se experienciam as mensagens é também considerado. No global, verifica-se maior esforço na investigação sobre a televisão, uma articulação crescente com modelos e perspectivas provenientes principalmente da Cognição Social e da Psicologia Cognitiva e um nível heurístico elevado na geração de problemas de investigação: Por conseguinte, Sfez (1991) realça que as metáforas da máquina e do organismo desenvolvem, cada uma por seu lado, duas concepções da comunicação. 1-**Representação**, em que a comunicação é vista como um meio útil de ligar elementos estocásticos, atomizados, para obter o vínculo poderoso que a vida em sociedade exige; 2-**hierarquias**, ligações verticais e horizontais, de representação por signos e sinais. Se certas etapas e hierarquias são necessárias para ligar entre si elementos que, por definição, são já totalidades, há que convocar níveis específicos de ligação para domínios particulares.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Anderson, D. R. e Burns, J. (1991). Paying attention to television. In J. Bryant e D. Zillmann (Eds.). Responding to the screen - reception and reaction processes. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

Burns, J. J. & Anderson, D. R. (1993). Attentional inertia and recognition memory in adult television viewing. *Communication Research*, 20 (6), 777-799

Berger, P., & Luckmann, T. (2004). A Construção Social da Realidade. Tratado de Sociologia do Conhecimento. Petrópolis: Editora Vozes, Petrópolis (Brasil).

Geiger, S. & Reeves, B. (1993b). We interrupt this Program ... -attention for television sequences. *Human Communication Research*, 19 (3), 368-387.

Sfez, L. (1991). A Comunicação (Vol. 1ª edição). Lisboa (Portugal), Portugal: Instituto Piaget.

Vaz Freixo, M. J. (2002). A Televisão e a Instituição Escolar; Os Efeitos Cognitivos das Mensagens Televisivas e a sua Importância na Aprendizagem. Lisboa (Portugal): Instituto Piaget.



MWANA PWQ EDITORA

