**Meios de comunicação
e socialização política**

Bruno Carriço Reis - Universidade Autónoma de Lisboa

Investigador integrado OBSERVARE

Co-coordenador do NIP-C@M - UAL

breis@autonoma.pt

Sergio Rivera Magos - Universidad Autónoma de Querétago

Investigador do NIP-C@M - UAL

riveramagos2013@gmail.com

<https://doi.org/10.26619/978-989-8191-99-1.1>

Recebido / Received 05.01.2018	Aceite / Accepted 10.02.2018	Publicado / Published 29.10.2019
-----------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------

Como citar este capítulo / How to quote this chapter:

Carriço Reis, B. & Magos, S. R. (2019). Meios de comunicação e socialização política. In B. Carriço Reis & S.R. Magos (Coords). *Comunicação Política*. Lisboa: NIP-C@M & UAL, pp. 11-44. Disponível em <http://hdl.handle.net/11144/4370>. <https://doi.org/10.26619/978-989-8191-99-1.1>.

A socialização política é um dos conceitos fundamentais da sociologia contemporânea (Renshon, 1977; Wasburn & Covert, 2017), mas o seu estudo implica uma abordagem de natureza multidisciplinar. A análise que aqui propomos utiliza subsídios teóricos de distintas áreas disciplinares, em particular da ciência política e da sociologia, contudo os estudos da comunicação servirão de fio condutor para tecermos o estado da arte no que concerne ao papel dos *media* como agentes de socialização política.

O interesse compartilhado das distintas ciências sociais pelo estudo da socialização política, produziu uma pluralidade de definições, mas encontramos pontos de intersecção conceptual que nos permitem entender a sua definição como um processo de aprendizagem, de apropriação de papéis, valores e atitudes que possibilitam ao indivíduo, compreender um sistema político e atuar em conformidade com o mesmo (Berger & Luckmann, 2003).

Contudo, é necessário repensar as formulações propostas para a compreensão dos mecanismos de socialização política, levando em linha de conta a reconfiguração do ecossistema mediático (Sanchez Duarte & Carriço Reis, 2011). Se atendermos ao facto que o conhecimento político está associado ao consumo de notícias de atualidade (Gunter & McAleer, 1997), é imperioso não descurar que assistimos a uma transformação do consumo informativo por parte das audiências¹. As práticas mediadas pelo

¹ Ver os relatórios produzidos pela *Reuters* acerca dos consumos informativos: <http://www.digitalnewsreport.org/>

uso intensivo das tecnologias, em portabilidade e com recurso a fontes de natureza não jornalística, desenham um quadro de consumo torrencial de informação fortemente permeado por *fake news* (Dornan, 2017), condicionando muito o entendimento dos acontecimentos políticos (Owen, 2008).

Os sociólogos, ao identificarem esta tendência como expressiva, reforçaram a leitura das questões de socialização mediática desde o enfoque da literacia mediática (Pfaff-Rüdiger & Riesmeyer, 2016; Calabrese, 2001), devido ao preponderante papel dos *media* na formação política das populações (Lazere, 1987). Os meios de comunicação fornecem aos atores sociais tópicos de discussão política, que dependem dos outros agentes de socialização, família/escola/grupo de pares, para modelarem um dado sentido interpretativo do fenómeno político.

Mas nem sempre os *mass media* ocuparam um papel preponderante como agentes de socialização política, especialmente nos manuais clássicos de sociologia, onde apareciam como agentes secundários. Desde os anos 70 essa conceção tem vindo a alterar-se, atendendo as conclusões mais substantivas dos estudos de socialização, que atribuíam aos meios de comunicação relevo para a configuração da comunicação interpessoal que estrutura o debate público (Lee, Shah & Mcleod, 2012).

A importância mediática para socialização política, ganhou definitivamente relevo a partir do advento da televisão e dos estudos de consumos televisivos (Niemi & Sobieszek, 1977). A partir da leitura dos efeitos dos programas de televisão foi possível constatar como este *media* se situa à frente dos jornais em ter-

mos de informação política² (Garrazone & Atkin, 1986; Hoffman & Thomson, 2009).

É a partir de autores como Giddens (1994), Thompson (1995) e Kellner (2001), que os meios de comunicação começam a ganhar notoriedade, sendo consolidados como socializadores de primeira ordem na cultura de massas. Nos anos 90, os *media* começam a superar a sua condição marginal, a partir dos estudos de socialização política fortemente ligados as correntes do interacionismo simbólico (Moscovici, 1988 e do socio-construtivismo, que atribuem aos meios de comunicação uma enorme relevância na construção de papéis e representações sociais.

Relevância que ficou notoriamente plasmada no advento e expansão da cibercultura, quando as análises de socialização política constatarem a efetiva importância das redes sociais nos processos de socialização. Tanto nas posições otimistas (Ward, 2005), quanto nas posições mais críticas (Tedesco, 2004), foi notória a relevância das redes sociais e plataformas digitais como fontes de informação, ferramentas de ativismo e ação coletiva.

Face ao exposto, é nosso objetivo problematizar numa primeira instância o papel desempenhado pelos meios de comunicação de massas no processo de socialização política e, num segundo momento, acerca do papel das Tecnologias de Informação e Comunicação³. Para o efeito, perguntamos: a incorporação de novas mediações alterou radicalmente o processo de socialização política?

² Diretamente relacionado com aspetos de decisão de voto e matérias de participação cívica.

³ Daqui em diante TIC.

Da socialização à socialização política; o papel dos *mass media*

A socialização é um dos conceitos centrais da sociologia e ajudou a estabelecê-la como um campo autônomo de conhecimento (Simmel, 1977). A teoria sociológica dominante assume que nos primeiros anos de vida, captamos de forma cumulativa valores e papéis que servirão de referência para a nossa forma de pensar e agir. Para Berger e Luckmann (2003), a infância e adolescência constituem os momentos vitais em que toda a internalização normativa subsequente é sedimentada. Contudo, a família vai perdendo peso no processo de socialização. Esta transformação é resultado de uma sociedade capitalista que desenvolveu um cotidiano em torno de ritmos intensivos de trabalho/estudo/lazer, redefinindo sociabilidades na esfera doméstica (Bauman, 2004). Um âmbito familiar fortemente permeado pelos *media* e as TIC, que assumem lugar de relevo na vida das crianças desde o berço (Hepp, Hajarvard & Lundby, 2015). As TIC competem pelo protagonismo socializador no seio familiar (Thompson, 1995).

A escola e os grupos de par também foram perdendo peso socializador, mediados fortemente por tecnologias. A escola, como salientam os professores diariamente, perdeu a hegemonia na transmissão de dados e informações (Han, 2016). A diversidade de meios disponíveis desde uma idade muito precoce, estabelece uma compreensão do mundo à parte e frequentemente em oposição aos currículos escolares (Germán Rey & Barbero-Mertín, 2001). O efeito dessa prática mediática intensiva pro-

duziu uma erosão no papel “sacerdotal” da instituição escolar. E os grupos de par competem agora com as múltiplas atividades individualizantes que emanam de uma cultura digital, que desmultiplica pertenças e potenciam sociabilidades à distância (Webster, 2014).

Como evidência substantiva, percebemos a transversalidade dos processos mediáticos no processo de socialização, competindo com o sistema de valores da família e com o sistema de conhecimento e informação da escola (Morin, 1984). Essa perspectiva obriga-nos a compreender os diferentes agentes de socialização em contínua interdependência, estabelecendo processos de convergência e enfrentamento, pela necessidade de salvaguardar os seus próprios espaços de interação e influência.

Nesse processo, o indivíduo é dotado das atitudes e conhecimentos necessários para se adaptar ao seu contexto sociopolítico, podendo intervir ou adotando uma postura de indiferença⁴. Partindo dessa noção compartilhada com a sociologia, a ciência política encontrou semelhantes inercias em relação aos processos de aprendizagem política por via dos *media*. Outras instâncias de socialização foram priorizadas. Tende-se a dizer que desde a infância e pela família, o indivíduo começa a construir o sujeito político e herda o seu posicionamento ideológico (Jennings, Stoker & Bowers, 2009; Charney, 2008; Jaime Castillo, 2000); assume-se um modelo parsoniano, onde, de acordo com a teoria funcionalista, seria imposto um consenso normativo, a base de todo o sistema social autorregulado.

⁴ Para aprofundar os comportamentos políticos da cidadania ver Magalhães, P. (2003). A confiança nos parlamentos nacionais: regras institucionais, representação e responsabilização política. *Análise Social*, XXXVIII (167), 443-465.

O modelo de Percheron e Jennings (1981) propõe que as afinidades partidárias passam de geração em geração, conferindo ao quadro familiar uma enorme importância na aprendizagem política. Mas, como argumentamos, as famílias tornaram-se estruturas de socialização menos autoritárias, onde a transmissão de valores se tornou mais flexível. Agora a família compartilha as suas funções normativas com outros agentes, em particular com os *media* (Fentress & Wickham, 2003).

Os meios de comunicação alimentam o conhecimento sobre os processos, instituições e atores do sistema político. A construção da realidade política é essencialmente um processo mediado (Kaid, Gerstlé & Sanders, 1991), onde os cidadãos assimilam e internalizam as questões de natureza política. De facto, constatou-se que os jovens recorrem aos meios de comunicação como veículo privilegiado de obtenção de informações (Chaffee & Yang, 1990) e, a partir daí, abordam o seu contexto político específico por via de trocas interpessoais.

Como as crianças e os jovens assumiam as suas atitudes políticas foi, até ao início dos anos 80 do século XX, a questão central dos estudos de socialização política. Poderíamos argumentar que muita importância foi dada à infância, mas pouca atenção foi dada aos meios de comunicação. Somente a partir dos anos 90 é que se assume o carácter permanente da socialização, e se introduz a questão da re-socialização e a importância de perceber a forma como os adultos se relacionavam com as questões de espectro político. Essa necessidade adveio em grande parte, como consequência da “terceira onda” de democratização no sul da

Europa (Huntington, 1991). As transições de ditaduras para democracias levantam novas questões, como a re-configuração do cidadão de acordo com os valores democráticos das sociedades plurais emergentes (Mazzoleni & Schulz, 1999). A ressocialização, entendida como a modificação intencional das condições de socialização, cobra assim importância. As inovações tecnológicas e as diferenças de literacia digital entre diferentes cortes geracionais, são também fonte inesgotável de novas reflexões sobre o papel que as TIC podem jogar na reconfiguração dos sujeitos políticos, independentemente da sua idade.

Em resumo, a relevância teórica do efeito socializador dos *media* parece ser reconhecida quase como uma evidência, tanto na sociologia como na ciência política. Quantificar e medir os seus efeitos é, portanto, de grande importância académica e empírica. Mas é uma tarefa difícil, devido à sua enorme complexidade, como veremos nas limitações das propostas que tentaram dar-lhe sentido.

Socialização política; uma revisão desde os estudos comunicativos

No seu manual *The Media in American Politics*, David Paletz (1998) identifica seis áreas de socialização política onde os meios de comunicação desempenham um papel fundamental: 1) a legitimidade do sistema, 2) eficácia política, 3) a participação política, 4) identificação partidária, 5) identificação do grupo e 6) preferências políticas. No entanto, concluiu que “apesar de alguns esforços louváveis, não há uma abundância de investiga-

ções recentes que relacionem o conteúdo dos *media* com as seis áreas de socialização política” (Paletz, 1998: 117). Na mesma linha, Doris Graber (2005: 496) apontou que;

o papel da comunicação política na socialização política foi esquecido [...] E esta falta de interesse nos estudos de socialização política também é surpreendente, porque a queda do império soviético levantou várias perguntas sobre o tipo de informação necessária para re-socializar, tanto os adultos como as crianças, para que operem em regimes democráticos. Os académicos da comunicação política fizeram pouco para fornecer novas linhas de investigação.

Importa por isso assumir que uma parte fundamental da problematização, tem que levar em linha de conta a análise dos efeitos ideológicos dos meios de comunicação. Na revisão que fazemos, distinguimos entre as escolas norte-americanas, mais inclinadas à análise quantitativa, e as europeias, mais propensas a abordagens qualitativas. Diferenças que acabaram por se desvanecer com o decorrer do tempo.

Uma leitura transversal, procurando efeitos socializadores dos meios de comunicação, revela que alguns dos autores americanos mais proeminentes lidaram com as seguintes questões: a violência subjetiva em relação à ordem social (teoria cultivo), as desigualdades de conhecimento e participação através da *media* (distanciamento social), efeitos sobre a informação política carregada de negativismo (cinismo político) ou banalização (*infotainment*); convergindo para as questões que são formuladas a partir dos atuais estudos de *Civic Learning*.

A “teoria do cultivo” de George Gerbner, desenvolvida na Escola de Comunicação de Annenberg (Universidade da Pensilvânia), constitui um modelo de socialização mediática a partir de um forte trabalho empírico. Gerbner sustenta que a exposição prolongada à televisão distorce a noção do mundo exterior, gerando no espectador atitudes paranóicas ou agressivas. Depois de medir o nível de violência subjetiva, gerado pela ênfase televisiva nos conteúdos violentos, mostrava correspondência com posições ideológicas conservadoras, propensas a maiores quotas de repressão e controlo institucional. Os sujeitos do estudo eram adultos de classe média, embora não fosse descartado observar o papel socializador da televisão em crianças. Enquanto Gerbner e os seus colaboradores (1987) não estabeleciam uma relação de causa-efeito, os resultados empíricos demonstravam que os sectores com maior consumo televisivo eram mais propícios a manterem posturas conservadoras, comparativamente com os indivíduos com um menor grau de exposição televisiva.

No entanto, as correlações encontradas não descartam outras explicações. A primeira seria que outros fatores, como o nível educativo, implicassem um maior consumo de televisão. Então, a verdadeira causalidade não viria da exposição à televisão, mas da correlação estabelecida entre o baixo nível de escolaridade (e o baixo nível socioeconómico correlativo) e o conservadorismo. A segunda e mais importante objeção, aponta que os próprios produtores/canais televisivos são conscientes da preeminência dos gostos conservadores do público e, portanto, programam conteúdos apropriados para eles. Então, a causalidade seria

recíproca e somente a hipótese do reforço mediático dos valores já existentes seria validada.

Uma versão interessante da tese de reforço seria a teoria do *Knowledge gap* - distanciamento social. Afirma que cada novo meio aumenta as desigualdades existentes, em vez de equilibrar o conhecimento e as possibilidades de participação política da cidadania. Começou a aplicar-se ao consumo televisivo e foi ganhando fôlego metodológico nos estudos de Internet.

Entre as objeções levantadas à teoria do cultivo e à do distanciamento social, surge a escola como instância que condiciona o uso dos meios e seus efeitos. As correlações negativas entre um maior consumo televisivo e o envolvimento político dos usuários têm sido uma constante nos estudos empíricos. O mesmo se pode dizer das correlações positivas entre os meios impressos e o perfil de uma audiência com um maior grau de socialização política (De Landtsheer *et al.*, 2014).

Processos mediáticos mais recentes, e que estão ligados ao negativismo, poderiam aumentar o cinismo político da população. O triunfo da política dos escândalos mediáticos (financeira, sexual ou política) tornou-se um formato padronizado de informação (Lull & Hinerman, 1997). O sensacionalismo e o populismo, que buscam audiências massivas, aplicados à cobertura política, seria outro fator a contribuir para a formação de públicos cada vez mais distantes e desconfiados da política institucional. Embora possa também constituir uma via de acesso à esfera pública de novos temas, mais ligados à experiência do cidadão comum (Hallin, 2000).

Desembocamos, assim, nos estudos sobre *infotainment*, infoentretenimento ou info-sátira. A análise de conteúdo desses programas conclui que as informações que eles fornecem são cínicas, negativas, críticas e parciais (Berrocal, Abad, Cebrián & Pedreira, 2003: 281; Santana Pereira, 2016). Não parece que essas expressões forneçam a base suficiente para gerar uma socialização política positiva (pelo menos em referência ao sistema político-institucional existente).

As análises produzidas acerca desses programas, que misturam gêneros tão disparees como entretenimento e informação, convergem para as leituras do *Civic Learning*. Estes estudos, com considerável apoio empírico, sustentam que a “educação cívica” pode contribuir substancialmente para o conhecimento e os valores políticos dos alunos (Hooghe & Claes, 2009; Galston, 2001; Niemi & Junn, 1998). Os objetivos prendem-se em determinar se o baixo nível de conhecimento se deve à pobreza da informação política disponível. Cada vez temos mais evidências, de que a degradação comercial da informação política seria em grande parte responsável pela ignorância generalizada e, portanto, pela incompetência dos cidadãos em cumprir as suas obrigações cívicas, incluindo votar de forma esclarecida em candidatos e programas eleitorais.

As diferentes conclusões alcançadas pelos autores são devedoras das teorias do processamento da informação e refletem as duas teses dominantes (mas antagônicas) que já apontámos, agora atualizadas na linguagem da *rational choice* (escolha racional). Por um lado, há autores como Bennett (2003) e Patterson (1994,

2000, 2002) que sublinham uma tendência expressiva dos meios de comunicação para a maximização das audiências, empobrecendo o diálogo e o debate social. Haveria, portanto, grande parte da população que, apesar do seu interesse pela política, seria marginalizada, devido aos custos necessários para se informar de forma fundamentada. No extremo oposto, estão aqueles que dizem que o “jornalismo popular” aproxima as questões políticas das pessoas comuns, uma vez que lhes fornece “sinais” suficientes ou “atalhos cognitivos” para participarem na medida das suas motivações (Lupia & McCubbins, 1998, 2000). A teoria de John Zaller (2003), dos *media* como “alarmes” que avisam o público acerca dos eventos relevantes, é a herdeira da teoria da ação racional, aplicada ao consumo de informação política.

As ciências da comunicação europeias seguiram um processo intelectual paralelo (muitas vezes pioneiro). Partem também dos estudos sobre a hegemonia ideológica (*Glasgow Media Group*) para desembocarem na afirmação da polissemia cultural, a partir de abordagens qualitativas (Estudos Culturais) ou quantitativas (escolas escandinavas). Mas serão as pontes estabelecidas por autores reconhecidos de ambos os lados do Atlântico que assentam as bases da proposta que vamos formular em seguida.

O *Glasgow Media Group* dos anos 80 do século XX compartilha com a análise de cultivo de Gerbner a tentativa de validar as teses *gramscianas* do domínio ideológico das classes dominantes por via do aparato mediático. A análise da hegemonia acabou por se consolidar na Europa, pondo o seu foco no consumo mediático, que pode favorecer ou impedir os processos

ideológicos de legitimação, universalização, racionalização, naturalização, reificação, diferenciação e dissimulação (Cormack, 2000: 102-105)⁵.

A *Birmingham School*, liderada por Stuart Hall, popularizou a análise política da cultura popular. A releitura imprimida ao estudo dos estereótipos foi radical, transformando a herança da Escola de Frankfurt. Desde o legado crítico, negaram a possibilidade de uma leitura dos efeitos mediáticos com base apenas na análise das mensagens mediáticas. Hall aplicou a semiótica social e a análise do discurso, conformando categorias próprias. O seu legado, foi distorcido pelos estudos culturais mais triviais e pelas abordagens pós-modernas. As simplificações grosseiras da sua proposta, não entenderam que se alguns membros do público contestam e questionam o discurso dominante, isso não elimina a possibilidade de um efeito ideológico em amplas camadas da população, sem recursos para construírem “nichos de resistência” ou realizarem “guerrilha semiótica” (Fiske, 1987).

David Morley e Charlotte Brundson (1999) realizaram um estudo interessante sobre um programa da BBC, *Nationwide*, que esclareceu algumas questões previamente levantadas pelos autores dos estudos culturais. Foi um programa de info-entretenimento polvilhado por informações políticas de *hard news*. Morley e Brundson identificaram diferentes “posições de conhecimento” que foram oferecidas ao público. Os autores determinaram a sua aquisição informativa e os usos sociais, dependendo de variáveis

⁵ Proposta devedora das aproximações de Terry Eagleton e John B. Thompson.

sociodemográficas. Foi uma maneira de contrastar o que Morley (1980) chamou depois de “quadros socialmente avaliativos”. Com eles, o público conseguiu extrair significados relevantes do programa e integrá-los nas suas interações familiares e sociais (Morley, 1986).

Por fim, a escola escandinava desenvolveu projetos de investigação quantitativa mais sofisticados. O dinamarquês Klaus Jensen (1986, 1987) e os suecos Peter Dahlgren (1992) e Birgitta Højjer (1990, 1992) são conhecidos pela sua clareza conceitual e a sua capacidade de abordar algumas das questões básicas sobre meios de comunicação e socialização política.

A apresentação que fizemos, com um cisma transatlântico entre as linhas de pesquisa norte-americanas e europeias, não é verazmente dicotómica. Como prova disso temos o trabalho de Daniel Dayan e Elihu Katz (1992), acerca da coesão social que provocam os *media events*, e o de William Gamson (1992), sobre os quadros discursivos favoráveis à mobilização política. A conclusão mais interessante é a que revela que, mesmo os públicos economicamente mais desfavorecidos, extraem informações politicamente relevantes.

Além disso, Gamson (1992) distingue os quadros discursivos que o público tem que elaborar para adotar uma atitude proativa, participativa ou mobilizada em relação ao sistema político. A indignação, a consciência da capacidade e eficácia para agir, e a identidade comum antagónica, são os três componentes discursivos necessários para que a “audiência activa” se torne protagonista na esfera pública. No entanto, os meios de comu-

nicação convencionais (generalistas) não possuem incentivos institucionais para oferecerem cobertura que melhore a participação política da audiência.

Uma cobertura informativa, que propiciasse a participação ativa da audiência no sistema político e contribui-se para a conscientização cívica, afastaria os cidadãos do principal desígnio corporativo das cadeias mediáticas, que é o de aumentar o *share* para o incremento das tarifas publicitárias. Um discurso mediático que fortalecesse os antagonismos políticos de maneira categórica segmentaria grandes audiências, deixando assim de ser massivo. Somente a imprensa do partido, quase extinta, ou os meios alternativos estão comprometidos em promover a ação coletiva. Mediante este cenário, parece-nos apropriado analisar o modelo explicativo da “cultura digital” (Creeber & Martin, 2009; Palfrey & Gasser, 2008) como a perspectiva apropriada para uma renovada interpretação do efeito socializados dos meios.

Tecnologias de informação e comunicação como socializadores políticos; um olhar centrado nas práticas juvenis

Importa reiterar que os meios de comunicação geram informações jornalísticas úteis para que o cidadão conheça e aprenda sobre o sistema político e as suas instituições (Dudley & Gitelson, 2002). Da mesma forma, o gênero ficcional promove a aprendizagem de papéis, modelos a seguir e representações de personagens ou problemas do ambiente político (Sánchez Ruiz, 1996). A isto, foi-se somando a preponderância do espaço digital

e as desmultiplicações das tecnologias socializadoras. Autores como García Lastra (2006), consideram que os recursos digitais se impõem aos meios convencionais, como agentes de socialização política para os jovens, formatados numa cultura audiovisual e tecnológica, confiando mais nas informações que provêm das suas próprias redes (Portillo, 2003).

Atualmente, a intermediação tecnológica ocupa um lugar preponderante na ecologia dos *media*, onde a política se desdobra e se comunica. A Internet constitui, assim, um importante recurso para a socialização política devido às atitudes mais individualistas e hedonistas da geração jovem (Putnam, 2000; Mindich, 2005). Nesta lógica, alguns autores consideram que a Internet oferece oportunidades de socialização e desenvolvimento político (Kann, Berry, Grant & Zager, 2007; Wellman, Witte & Hampton, 2001; Shah, Kwak & Lance, 2001; Stanley & Weare, 2004). As TIC são vistas na perspectiva da investigação em comunicação como mediadoras de processos políticos (Erazo, 2009; Mejía, 2010; Muñoz, 2010; Padilla, 2011), desde a socialização até a participação em movimentos sociais.

Embora o processo de socialização política envolva diferentes agências e meios de comunicação, as características da Internet tornam-no num espaço particularmente atraente para práticas em torno da política. O imediatismo, a conectividade permanente, a mobilidade, a quebra de barreiras de tempo e espaço e sua natureza horizontal, fazem da Internet uma ferramenta importante para práticas políticas e um desafio para os investigadores, dada a sua natureza dinâmica.

A relação da tecnologia com os comportamentos sociais tem uma tradição que tem gerado literatura abundante, especificamente no que se refere à Internet, sabemos que no início deste século eram poucos os estudos sobre o seu uso político. Os esforços percursores de Sonia Livingstone (2003) identificavam boas práticas de jovens na rede e desencadearam múltiplas linhas de investigação que tentavam aferir práticas digitais juvenis.

Apesar do entusiasmo inicial, a grande maioria dos estudos mostrou que a Internet não era mais eficaz do que os meios convencionais para envolver politicamente os jovens, tradicionalmente alheados das questões políticas. Contudo, os estudos ressaltavam que as ferramentas digitais se revelavam importantes para a mobilização de sujeitos com interesse político. A partir desse argumento surgem estudos ligados ao uso das TIC em movimentos sociais; que vão desde a Primavera Árabe, ao 15-M, ao *occupy*, até ao *#yo Soy 132* no México. O uso de redes sociais para mobilização tem atraído particularmente a atenção de investigadores (Cortés, 2011; Monterde, 2012; Feixa & Nofre, 2013; Iwilade, 2013), uma vez que se assume como um espaço para observar e compreender as atividades políticas dos internautas.

A relação existente entre o trinómio jovens, internet e socialização política, gerou trabalhos conceptualmente polarizados, de um lado, os otimistas digitais e, de outro, os realistas ou normalizadores (Echeverría & Meyer, 2016). Os otimistas propõem uma maior participação política motivada pelo uso da Internet, devido ao imediatismo que possibilita (Perea Anduiza, Cantijoch & Gallego, 2009; Guerrero, Rodríguez-Oreggia & Machuca,

2014; Muñiz & Corduneanu, 2014). Também argumentam que as informações obtidas na internet levam a uma maior prática cívica, possibilitando um incremento do capital social e uma amplificação do debate público (Gil de Zuniga, Nakwon & Valenzuela, 2012). Em consonância com essa lógica otimista, fica claro que a relação entre Internet e participação política é mais clara ou mais direta do que com os *medias* convencionais (Bakker & De Vreese, 2011).

Por seu lado, os realistas, concebem que o uso da Internet amplia a participação política nas franjas da população onde esse interesse já se verifica previamente, contemplando o papel da Internet na socialização e na participação política de maneira mais conservadora. Apontam que a participação depende mais de experiências passadas ou do contexto em que a socialização ocorre e não tanto do uso das TIC (Valenzuela, Park & Kee, 2009). Há também estudos que concluem que a procura por informação política na Internet tende a reforçar crenças ou posições politicamente existentes (Baumgartner & Morris, 2010).

Embora a relação entre a Internet e o processo de socialização política seja afluída em diversos estudos (Yang, Wu, Zhu & Southwell, 2004; Gennaro, 2006; Wang, 2007; Owen, 2008; Echeverría & Meyer, 2016) existe uma tendência para equipará-la aos conceitos de “participação política”, “cultura política” ou “educação cívica”, o que dificulta uma leitura precisa do que se entende nitidamente por socialização política.

Uma segunda dificuldade que se deve assinalar, é a assunção de auto evidência de que partem os investigadores: os “nativos

digitais” estão por defeitos habilitados para operarem *on-line*. Importa, contudo, discutir as competências e os usos digitais realizados pelos jovens, que denotam práticas muito limitadas e conhecimentos rudimentares das ferramentas digitais (Carriço Reis, Magos, Lopes & Sousa, 2018). Partindo de evidências empíricas em lógica comparada⁶, pese a procedimentos digitais intensivos, os jovens não conseguem extrair todo o potencial da cultura digital e não são conscientes dos riscos de determinadas ações em rede (Boyd, 2015; Carr, 2012). Importaria por isso discutir o próprio conceito de “nativo digital”, que carece ser repensado atendendo as evidências empíricas encontradas. Estudos de literacia mediática digital, podem aportar luz acerca das dificuldades e barreiras sentidas pelos jovens nas suas práticas *on-line* e na compreensão da dificuldade em perceberem os riscos associados a determinados comportamentos em rede.

Uma terceira dificuldade que importa assinalar é que os estudos que decorrem do entendimento do papel das TIC no processo de socialização política, apresentam recorrentemente um enviesamento metodológico; amostras compostas por jovens de diferentes idades, usuários de internet e indivíduos suscetíveis de serem socializados politicamente (Echeverría & Meyer, 2016; Paz García & Brussino, 2012; Perea Anduiza, 2001; Bescansa & Jerez, 2011; Fernandez-Planells & Figueras Maz, 2012; Balletbó, Sabé & Morant, 2007; Soler, 2013). Os resultados manifestam inevitavelmente uma forte correlação entre usos digitais e participação política. Faltam estudos mais abrangentes acerca

⁶ Veja-se a informação disponível em <https://nipcom.autonoma.pt/projetos/>

das práticas digitais dos jovens e que procedam num segundo momento a realizarem leituras das subjectividades juvenis. Denotamos como recorrentes abordagens quantitativas que não contemplam nas suas aproximações abordagens metodológicas inovadoras. A aplicação de refinadas abordagens de investigação, como a aplicação de protocolos de etnografia virtual e “métodos digitais” (Rogers, 2009), estão muito centradas na utilização de TIC por parte dos movimentos sociais (Morell, 2010, 2011).

A falta de uso de metodologias de comunicação digital para o estudo da socialização política, parece estar relacionada com a complexidade específica do fenómeno. Dificuldade já previamente registada nos estudos canónicos de socialização e de socialização política, onde a principal barreira reside em perceber o “peso” de cada agente de socialização na conformação política dos sujeitos. O consumo mediático não pode ser isolado dos usos e padrões instituídos no grupo familiar, das práticas escolares e das mediações do grupo de pares (Lavy & Sand, 2012; Moran, Seaman & Tinti-Kane, 2011).

Os desenhos metodológicos sofisticaram-se o suficiente para abordarem os processos de interação produzidos no quadro específico de cada um dos agentes de socialização (em particular do papel da escola), mas são necessárias abordagens que produzam leituras mais holísticas do fenómeno. Leituras que permitam atender a novos quadros relacionais (Ritzer & Jurgenson, 2010; Ritzer, Dean & Jurgenson, 2012), participativos (Jenkins, 2006) e a proatividade juvenil como produtora de conhecimento (Torney-Purta, 1995).

A integração das tecnologias de comunicação na vida quotidiana tem sido muito rápida, faltando distância temporal para se considerar com fundamento as consequências da passagem do modelo do *TVcentrismo* familiar (do consumo gregário da sala de estar), ao modelo de “pulverização mediática” que dispersa o agregado familiar em torno da privatização dos consumos mediáticos. A comunicação social, entrelaça os nossos processos de interação e constitui a atmosfera social que nos rodeia, dando fôlego ou sufocando (de acordo com as sensibilidades analíticas dos investigadores) os processos de socialização política.

Um campo de estudo estagnado

Diana Owen (2008), num interessante texto de meta-análise sobre os processos de estudo do fenómeno da socialização política, faz uma revisão apurada das abordagens e estratégias utilizadas pelos investigadores no século XXI. A sua conclusão substantiva é que o campo de estudo da socialização política está em plena estagnação. A razão principal reside numa abordagem do fenómeno que não leva em linha de conta os processos de mudança das sociedades, que têm uma implicação direta nos processos de socialização.

Testemunhamos profundas reconfigurações dos agentes socializadores: família, escola, pares são atravessados de forma directa e indirecta por narrativas de uma “cultura mundo” (Lipovetsky & Serroy, 2016). Assistimos a uma reconfiguração de papéis, valores e identidades dos atores sociais, em ecossiste-

mas mediáticos digitais, que redesenham novas possibilidades para a cidadania e as instituições políticas (partidos, governos, movimentos sociais).

A onnipresença *mass* mediática, tecida entre meios, aparatos e redes, conforma um quotidiano em moldes renovados, o que suscita necessariamente propostas de investigação inovadoras para se perceberem as dinâmicas tecidas nos processos de socialização (política) (Levy & Gurevitch, 1992; Bennett & Iyengar, 2008). Para analisarmos os mecanismos com que operam os meios de comunicação neste entramado social, precisamos de recursos conceituais refinados e instrumentos metodológicos confiáveis (Hesmondhalgh & Toynbee, 2008), capazes de apresentar resultados conclusivos. A insuficiência dessa lógica está patente nas abordagens correntes nos estudos mediáticos da esfera digital, onde investigadores replicam métodos e técnicas de investigação usadas na compreensão dos meios de comunicação pré-digitais.

Bibliografia

- Alejandro Guerrero, M., Rodríguez-Oreggia, E. & Machuca, C. (2014). Consumo informativo y culturas cívicas: el papel de internet y las audiencias proactivas. (pp. 229-264). In G. Meixueiro y A. Moreno (eds.), *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012. Análisis del proyecto comparativo de las elecciones nacionales (CNEP)*. México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, ITAM. Disponible en: http://departamentodecienciapolitica.itam.mx/sites/default/files/u327/el_comportamiento_electoral_libro_2014.pdf
- Bakker, T. & De Vreese, C. H. (2011). Good News for the Future? Young People, Internet Use, and Political Participation. *Communication Research*, 38(4), 451-470. Available in: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0093650210381738>

Bauman, Z. (2004). *Amor Líquido. Sobre a fragilidade dos laços Humanos*. São Paulo: Zorge Zahar Editor.

Baumgartner, J. & Morris, J. (2010). My FaceTube Politics. Social Networking Web Sites and Political Engagement of Young Adults. *Social Science Computer Review*, 28(1), 24-44. Available in: https://www.researchgate.net/publication/249737635_MyFaceTube_Politics_Social_Networking_Web_Sites_and_Political_Engagement_of_Young_Adults

Bennett, W. (2003). *News: The Politics of Illusion*. New York: Longman.

Bennett, W. & Iyengar, S. (2008). A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication. *Journal of Communication*, 58(4), 707-731. Available in: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x>

Berger, P. & Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu editores. Diponible en: <https://zoonpolitikonmx.files.wordpress.com/2014/09/la-construccic3b3n-social-de-la-realidad-berger-luckmann.pdf>

Berrocal, S., Abad, L., Cebrián, E. & Pedreira, E. (2003). El 'Infoentretenimiento' Televisivo. Las Elecciones Legislativas de 2000 en El Informal, Caiga quien Caiga y Las Noticias del Guinól. In S. Berrocal (coord.), *Comunicación Política en Televisión y Nuevos Medios*. Barcelona: Ariel. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/304405991_El_infoentretenimiento_televisivo_las_elecciones_legislativas_de_2000_en_El_informal_Caiga_quien_Caiga_y_Las_Noticias_del_Guinol

Boyd, D. (2015). *É complicado: as vidas sociais dos adolescentes em rede*. Lisboa: Relógio D'Água.

Calabrese, A. (2001). The political significance of media literacy. (pp. 125-141). in O. Luthar, K. McLeod & M. Zagar (eds.), *Liberal democracy, Citizenship, and Civic Education*. Ontario: Mosaic Press. Available in: <https://spot.colorado.edu/~calabres/Political%20Significance%20of%20Media%20Literacy.pdf>

Carr, N. (2012). *Os Superficiais*. Lisboa: Gradiva.

Carriço Reis, B., Rivera Magos, S., Lopes, P. & Sousa, J. (2018). Práticas digitais de los jóvenes portugueses y mexicanos. Un estudio comparativo. *Index.comunicación*, 8(3), 185-205. Disponible en: <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/423>

Chaffee, S. & Yang, S. (1990). Communication and Political Socialization. In O. Ichilov (ed.), *Political Socialization, Citizenship Education and Democracy*. New York: Teachers College Press.

Charney, E. (2008). Genes and Ideologies. *Perspectives on Politics*, 6 (2), 299-319. DOI:[10.1017/S1537592708080626](https://doi.org/10.1017/S1537592708080626)

Cormack, M. (2000). The re-assessment of ideology. (pp. 93-105). In D. Fleming (ed.), *Formations. A 21st Century Media Studies Handbook*. Manchester: Manchester University Press.

Cortés Forniés, P. (2011). Redes Sociales: ¿Apoyo o boicot para la participación política? X Congreso AECPA, Murcia. Disponible en: <https://aecpa.es/es-es/redes-sociales-apoyo-o-boicot-para-la-participacion-politica/congress-papers/422/>

Creeber, G. & Martin, R. (eds.). (2009). *Digital culture: Understanding new media*. New York: McGraw-Hill International. Available in: https://books.google.pt/books?id=sOIEBgAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Dahlgreen, P. (1992). What's the meaning of this? Viewers' plural sense making of TV news. In P. Scannell & P. Schlesinger (eds.), *Culture and Power: A Media Culture and Society Reader*. London: Sage. Available in: https://books.google.pt/books?id=fvBksBaEs2IC&pg=PA14&lpg=PA14&dq=Culture+and+Power:+A+Media+Culture+and+Society+Reader.+London:+Sage.&source=bl&ots=_K6tjDrk8L&sig=ACfU3U1JwKkKWSSB6N0tXpgXhl9uep95hA&hl=en&sa=X&ved=2ahUKewjRtOqdx-bkAhUKkhQKHYYuUD34Q6AEwB3oECACQAQ#v=onepage&q=what's%20the%20meaning&f=false

Dayan, D. & Katz, E. (1992). *Media Events. The live broadcasting of history*. Massachusetts: Harvard University Press.

De Landtsheer, C., Farnen, R., German, D., Dekker, H., Sünger, H., Song, Y. & Miao, H. (eds.) (2014). *E-Political Socialization, the Press and Politics: The Media and Government in the USA, Europe and China*. Frankfurt am Main: Peter Lang AG.

Dornan, C. (2017). *Dezinformatsiya: The past, present and future of fake news, Series of reflection papers*, Canadian Commission for UNESCO, March. Available in: <http://www.unesco.se/wp-content/uploads/2017/05/2017-03-30-dezinformatsiya-the-past-present-and-future-of-fake-news-by-c-dornan-ccunesco.pdf>

Dudley, R. & Gitelson, A. (2002). Political Literacy, Civic Education, and Civic Engagement: a Return to Political Socialization? *Applied Developmental Science*, 6(4), 175-182. DOI: [10.1207/S1532480XADS0604_3](https://doi.org/10.1207/S1532480XADS0604_3)

Echeverría, M. & Meyer, J. (2016). Internet y socialización política. Consecuencias en la participación juvenil. *Anagramas*, 15(30), 29-50. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/angr/v15n30/1692-2522-angr-15-30-00029.pdf>

Erazo Caicedo, E. (2009). De la construcción histórica de la condición juvenil a su transformación contemporánea. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 7 (2), 1303-1329. Disponible en: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/alianza-cinde-umz/20131127113116/art.EdgardiErazo.pdf>

Feixa, C. & Nofre, J. (orgs.) (2013). *#Generación Indignada: Topías y utopías del 15M*. Lleida: Editorial Milenio. Disponible en: https://www.edmilenio.com/media/docs/9788497435352_L33_23.pdf

Fentress, J. & Wickham, C. (2003). *Memoria Social*. Madrid: Ediciones Cátedra. Disponible en: [https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=QLX_hXVMv1wC&oi=fnd&pg=PA11&dq=Fentress,+J.+%26+Wickham,+C.+\(2003\).+Memoria+Social.+Madrid:+Ediciones+C%C3%A1tedra.&ots=CTHgtWxF9G&sig=w57i6fiLf_D1J6ol2YswKSkGlz0&redir_esc=y#v=onepage&q=Fentress%2C%20J.%20%26%20Wickham%2C%20C.%20\(2003\).%20Memoria%20Social.%20Madrid%3A%20Ediciones%20C%C3%A1tedra.&f=false](https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=QLX_hXVMv1wC&oi=fnd&pg=PA11&dq=Fentress,+J.+%26+Wickham,+C.+(2003).+Memoria+Social.+Madrid:+Ediciones+C%C3%A1tedra.&ots=CTHgtWxF9G&sig=w57i6fiLf_D1J6ol2YswKSkGlz0&redir_esc=y#v=onepage&q=Fentress%2C%20J.%20%26%20Wickham%2C%20C.%20(2003).%20Memoria%20Social.%20Madrid%3A%20Ediciones%20C%C3%A1tedra.&f=false)

Fernández-Planells, A. & Figueras Maz, M. (2012). *Plaza en red. Características del seguimiento informativo de la Dispo @acampadaBCN por parte de los/las jóvenes participantes en Plaza Cataluña*. doi: <https://repositori.upf.edu/handle/10230/16284>

Fiske, J. (1987). *Television Culture*. New York: Methuen.

Galston, W. (2001). Political Knowledge, Political Engagement, and Civic Education. *Annual Review of Political Science*, 4, 217-234. Available in: <https://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev.polisci.4.1.217>

Gamson, W. (1992). *Talking Politics*. Cambridge: Cambridge University Press. Available in: https://books.google.pt/books?id=mQGrGC5W6wkC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

García Lastra, M. (2006). Política y mundo universitario: algunos datos sobre la cultura política del alumnado en la Universidad de Cantabria (España). *Perfiles Educativos*, XXVIII (114), 152-168. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982006000400007

Garramone, G. & Atkin, C. (1986). Mass communication and political socialization: specifying the effects. *Public Opinion Quarterly* 50(1): 76–86. Available in: <https://academic.oup.com/poq/article-abstract/50/1/76/1821399/?redirectedFrom=fulltext>

Gennaro, C. (2006) The internet and the public: online and offline political participation in the United Kingdom. *Parliamentary Affairs* 59(2): 299–313. Available in: https://www.researchgate.net/publication/249293575_The_Internet_and_the_Public_Online_and_Offline_Political_Participation_in_the_United_Kingdom

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. & Signorielli, N. (1982). Charting the Mainstream: television's Contribution to Political Communication. *Journal of Communication*, 32, 2, 100-127. Available in: <http://web.asc.upenn.edu/gerbner/Asset.aspx?assetID=376>

Germán Rey & Barbero-Mertín, J. (2001). *Os exercícios do ver*. São Paulo: SENAC.

Giddens, A. (1994). *Modernidade e identidade pessoal*. Oeiras: Celta.

Gil de Zúñiga, H., Nakwon, J. & Valenzuela, S. (2012). Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17, 319-339. Disponible in: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x>

González i Balletbó, I., Collet i Sabé, J. & Sanmartín i Morant, J. (2007). *Participació, política i joves. Una aproximació a les pràctiques polítiques, la participació social i l'afeció política de la joventut catalana*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Disponible en: http://xarxanet.org/sites/default/files/participacio_politica_joves.pdf

Graber, D. (2005). Political communication faces the 21 century. *Journal of Communication*, 55(3), 479-507. Available in: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.505.7251&rep=rep1&type=pdf>

Gunter, B. & McAleer, J. (1997). *Children and orkisión*. New York: Routledge.

- Habermas, J. (1984). *Logique des Sciences Sociales: et autres essais*. Paris: PUF.
- Hallin, D. (2000). La Nota Roja; Periodismo Popular y Transición a la Democracia en México. *América Latina Hoy*, 25: 35-43.
- Han, B. (2016). *No enxame. Reflexões sobre o digital*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Hepp, A., Hjarvard, S. & Lundby, K. (2015). Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society. *Media, Culture & Society*, 37(2), 314-324. Available in: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0163443715573835>
- Hesmondhalgh, D. & Toynbee, J. (Eds.) (2008). *The Media and Social Theory*. Abingdon: Routledge.
- Hoffman, L. & Thomson, T. (2009). The effect of television viewing on adolescents' civic participation: political efficacy as a mediating mechanism. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 53(1), 3-21. Available in: https://www.researchgate.net/publication/233353850_The_Effect_of_Television_Viewing_on_Adolescents'_Civic_Participation_Political_Efficacy_as_a_Mediating_Mechanism
- Hoijer, B. (1990). Studying viewer's reception of television programmes: theoretical and methodological considerations. *European Journal of Communication*, 5(1), 29-56. Available in: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0267323190005001003>
- Hoijer, B. (1992). Reception of television narration as a socio-cognitive process: a schema-theoretical outline. *Poetics, special issue: audience research*, 21, 4, 283-304. Available in: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0304422X9290010Z>
- Hooghe, M. & Claes, E. (2009). Civic Education in Europe: perspectives from the Netherlands, Belgium, and France. In J. Youniss & P. Levine (eds.), *Engaging young people in civic life*. Nashville: Vanderbilt University Press.
- Huntington, S. (1991). *The Third Wave. Democratization in the late twentieth Century*. Norman: University of Oklahoma Press. Available in: https://books.google.pt/books?id=6REC58gdt2sC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Iwilade, A. (2013). Crisis as opportunity: youth, social media and the renegotiation of power in Africa. *Journal of Youth Studies*, 16(8), 1054-1068. Available in: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13676261.2013.772572>

Jaime Castillo, A. (2000). Familia y socialización política. La transmisión de orientaciones ideológicas en el seno de la familia española. *REIS*, 92, 71-92. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=758098>

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press. Available in: <https://www.hse.ru/data/2016/03/15/1127638366/Henry%20Jenkins%20Convergence%20culture%20where%20old%20and%20new%20media%20collide%20%202006.pdf>

Jennings, M., Stoker, L. & Bowers, J. (2009). Politics across Generations: Family Transmission Reexamined. *The Journal of Politics*, 71(3), 782-799. Available in: <https://www.journals.uchicago.edu/doi/10.1017/S0022381609090719>

Jensen, K. (1986). *Making Sense of the News: towards a Theory and an Empirical Model of Reception for the Study of Mass Communication*. Aarhus: Aarhus University Press.

Jensen, K. (1987). Qualitative audience research: toward an integrative approach to Reception. *Critical Studies in Mass Communication*, 4, 21-36. Available in: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15295038709360110>

Kaid, L., Gerstlé, J. & Sanders, K. (1991). Constructing a Political Communication Project in Two Cultures. In Kaid, L., Gerstlé J. & Sanders K. (eds.), *Mediated Politics in Two Cultures: Presidential Campaigns in the United States and France*. New York: Praeger.

Kann, M., Berry, J, Grant, C. & Zager, P. (2007). The Internet and youth political participation. *First Monday*, 12(8). doi: <https://doi.org/10.5210/fm.v12i8.1977>

Kellner, D. (2001). *Cultura da mídia. Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru-SP: EDUSC. Available in: https://ufabcpoliticacultural.files.wordpress.com/2015/08/kellner_a-cultura-da-mc3addia_2001.pdf

Lavy, V. & Sand, E. (2012). *The Friends Factor: How Students' Social Networks Affect Their Academic Achievement and Well-Being?* NBER Working Paper 18430.

Lazere, D. (1987). Literacy and Mass Media: the political implications. *New Literary History*, 18(2), 237-255. Available in: <https://pt.scribd.com/document/171716655/Lazere-literacy-Media-politcal-Implications>

Lee, N., Shah, V. & Mcleod, J. (2012), Processes of political socialization: a communication mediation approach to youth civic engagement. *Communication Research*, 20 (10), 1-28. Available in: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.408.9484&rep=rep1&type=pdf>

Levy, M. & Gurevitch, M. (1994). *Defining Media Studies: reflections on the future of the field*. New York: Oxford University.

Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2016). *A Cultura-Mundo. Resposta a uma Sociedade Desorientada*. Lisboa: Edições 70.

Livingstone, S. (2003). Children's use of the internet: reflections on the emerging research agenda. *New Media and Society*, 5(2), 147-166. Available in: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444803005002001>

Lull, J. & Hinerman, S. (1997). The Search for Scandal. In J. Lull & S. Hinerman (eds.), *Media Scandals; Morality and Desire in Popular Culture Marketplace*. Cambridge: Polity Press.

Lupia, A. & McCubbins, M. (1998). *The democratic dilemma: can citizens learn what they need to know?* New York: Cambridge University Press.

Lupia, A. & McCubbins, M. (2000). The institutional foundations of political competence: How citizens learn what they need to know. In A. Lupia, M. McCubbins & S. Popkin (eds.), *Elements of reason: Cognition, choice and the bounds of rationality*. Cambridge: Cambridge University Press.

Mazzoleni, G. & Schulz, W. (2010). "Mediatization" of Politics: a challenge for democracy? *Political Communication*, 16(3), 247-261. DOI: [10.1080/105846099198613](https://doi.org/10.1080/105846099198613)

Mindich, D. (2005). *Tuned Out. Why Americans Under 40 Don't Follow the News*. Oxford: Oxford University Press.

Monterde, A. (2012). *Tecnopolítica, Internet y R-evoluciones. Sobre la centralidad de redes digitales en el 15-M*. Barcelona: Icària.

Moran, M., Seaman, J. & Tinti-Kane, H. (2011). *Teaching, Learning, and Sharing: How Today's Higher Education Faculty Use Social Media*. Boston: Pearson Learning solutions and Babson Survey Research Group. Available in: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED535130.pdf>

Morin, E. (1984). *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo – Neurose*. Rio de Janeiro: Forense. Disponível em: https://issuu.com/grupogen/docs/morin_cult_mass_neurose_necrose

Morell, M. (2010). *Governance of online creation communities: Provision of infrastructure for the building of digital commons (Unpublished dissertation)*. EUI PhD theses. Florence: European University Institute.

Morell, M. (2011). Advantages, Challenges and New Frontiers in Using Information Communication Technologies in Societal and Social Movement Research. *Triple C: Communication*, 9 (2), 632–643. Available in: <https://pdfs.semanticscholar.org/7e4e/541023f230e1aba659f41059a065939518e1.pdf>

Morley, D. (1980). *The “Nationwide” Audience: Structure and Decoding*. London: British Film Institute.

Morley, D. (1986). *Family Television: cultural Power and Domestic Leisure*. London: Comedia book by Routledge London and New York. Available in: https://monoskop.org/images/9/97/Morley_David_Family_Television_Cultural_Power_and_Domestic_Leisure_1988.pdf

Morley, D. & Brundson, C. (1999). *The Nationwide. Television Studies*. London: Routledge. Available in: https://monoskop.org/images/9/99/Brundson_Charlotte_Morley_David_The_Nationwide_Television_Studies_1999.pdf

Moscovici, S. (1988). *Psicología social II. Pensamiento y vida social: psicología social y problemas sociales*. Barcelona: Paidós. Available in: https://www.researchgate.net/publication/31733289_Psicologia_social_II_Pensamiento_y_vida_social_psicologia_social_y_problemas_sociales

Muñiz, C., & Corduneanu, I. (2014). El papel mediador de la conversación política en la generación de participación política: evidencias desde una perspectiva generacional comparativa. (pp. 201- 228). In G. Meixueiro, & A. Moreno (eds.), *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012. Análisis del Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales (CNEP)*. México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, ITAM. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/266079380_El_papel_mediator_de_la_conversacion_politica_en_la_generacion_de_participacion_politica_evidencias_desde_una_perspectiva_generacional_comparativa

Muñoz González, G. (2010). De las culturas juveniles a las ciberculturas del siglo XXI. *Revista del Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico*, (18), 11-25. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/52202540.pdf>

Niemi, R. & Sobieszek, R. (1977). Political Socialization. *Annual Review of Sociology*, 3, 209-233. Available in: <https://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.so.03.080177.001233>

Niemi, R. & Junn, J. (1998). *Civic Education: What makes students learn?* New Haven: Yale University Press.

Owen, D. (2008, September 21-26). *Political Socialization in the Twenty-first Century: Recommendations for Researchers*. Paper presented for presentation at The Future of Civic Education in the 21st Century conference, James Madison's Montpelier, September 21-26, 2008. Available in: https://www.civiced.org/pdfs/GermanAmericanConf2009/DianaOwen_2009.pdf Padilla, M. (2011). *Políticas en el ciberespacio*. Barcelona: Bella--terra.

Paletz, D. (1998). *The Media in American Politics. Contents and consequences*. New York: Longman.

Palfrey, J. & Gasser, U. (2008) *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. New York: Basic Books.

Patterson, T. (1994). *Out of Order: An incisive and boldly original critique of the news media's domination of America's political process*. New York: Knopf.

Patterson, T. (2000). *Doing well and doing good: how soft news and critical journalism are shrinking the news audience and weakening democracy – and what news outlets and do about it*. Cambridge: Joan Shoresteing Center on the Press. Available in: <https://research.hks.harvard.edu/publications/getFile.aspx?Id=1>

Patterson, T. (2002). *The vanishing voter: Public involvement in an age of uncertainty*. New York: Knopf.

Paz García, A. & Brussino, S. (2012). Consumo juvenil de información política. Análisis estructural y reticular de las preferencias mediáticas de universitarios cordobeses. (Argentina, 2012). *Redes. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 26 (2), 171-205. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5184936>

Percheron, A. & Jennings, K. (1981). Political continuities in French families. *Comparative Politics*, 13, 421-436. Available in: https://www.jstor.org/stable/421719?seq=1#page_scan_tab_contents

Perea Anduiza, E. (2001). *Actitudes, Valores y Comportamiento Político de los Jóvenes Españoles y Europeos. Un estudio comparado*. Madrid: INJUVE. Disponible en: http://www.injuve.es/sites/default/files/actitudesvalores_con_portada.pdf

Perea Anduiza, E., Cantijoch Cunill, M. & Gallego, A. (2009). Political participation and the Internet. *Information Communication & Society*, 12(6), 860-878. Disponible en: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13691180802282720>

Pfaff-Rüdiger, S. & Riesmeyer, C. (2016). Moved into action. Media literacy as social process. *Journal of Children and Media*, 10(2), 164-172. Available in: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17482798.2015.1127838>

Portillo, M. (2003). Juventud y Política, representaciones en el discurso de los jóvenes de la Ciudad de México. *Jovenes. Revista de Estudios sobre Juventud*, (19), 220-245.

Prensky, M. (2011). *Enseñar a nativos digitales*. Madrid: Ediciones SM.

Putnam, R. (2000). *Bowling alone. The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster

Raúl Mejía, M. (2010). Las culturas juveniles: una forma de la cultura de la época. *Revista del Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico*, (18), 49-76. Disponible en: <https://revistas.idep.edu.co/index.php/educacion-y-ciudad/article/view/168/157>

Renshon, S. (ed.) (1977). *Handbook of Political Socialization: Theory and Research*. New York: Free Press.

Ritzer, G. & Jurgenson, N. (2010). Production, Consumption, Prosumption. *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13-36. Available in: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1469540509354673>

Ritzer, G., Dean, P. & Jurgenson, N. (2012). The Coming of Age of the Prosumer. *American Behavioral Scientist*, 56 (4), 379-398. Available in: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0002764211429368?journalCode=absb>

Rogers, R. (2009). *The End of the Virtual. Digital Methods*. Amsterdam: Amsterdam University Press. Available in: https://www.researchgate.net/publication/281748691_The_End_of_the_Virtual

Sánchez Ruiz, E. (1996). Cultura política y medios de difusión: educación informal y socialización. (pp. 253-292). In E. Krotz (ed.), *El estudio de la cultura política en México: Perspectivas disciplinarias y actores políticos*. México: Conaculta/CIESAS. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Enrique_Sanchez-Ruiz/publication/27391651_Cultura_politica_y_medios_de_difusion_Educacion_informal_y_socializacion/links/57589c9e08ae414b8e3f5edf/Cultura-politica-y-medios-de-difusion-Educacion-informal-y-socializacion.pdf

Sanchez Duarte, J. & Carriço Reis, B. (2011). Regeneração do ecossistema informativo; pautas para uma Sociedade enredada. *Revista Ponto-e-vírgula*, 9, 71-80. Disponível em: <http://sanchezduarte.com/wp-content/uploads/2015/08/DUARTE-REIS-REGENERAC%CC%A7AO1.pdf>

Santana Pereira, J. (2016). *Política e entretenimento*. Lisboa: FFMS.

Shah, D., Kwak, N. & Lance, R. (2001). "Connecting" and "Disconnecting" With Civic Life: patterns of Internet Use and the Production of Social Capital. *Political Communication*, 18(2), 141–162. Available in: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/105846001750322952>

Simmel, G. (1977). *Sociología, 1. Estudios sobre las formas de socialización*. Madrid: Alianza Editorial. Disponible en: <https://seminariosocioantropologia.files.wordpress.com/2014/03/simmel-georg-sociologic3aca-estudios-sobre-las-formas-de-socializacioc3acn-vol-i-1908-3.pdf>

Soler i Martí, R. (2013). *Democràcia, participació i joventut. Una anàlisi de l'enquesta de participació i política 2011*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Disponible en: https://treballiaferssocials.gencat.cat/web/.content/JOVENTUT_documents/arxiu/publicacions/col_estudis/ESTUDIS33.pdf

Spannring, R., Ogris, G. & Gaiser, W. (2008). *Youth and Political Participation in Europe*. Leverkusen: Barbara Budrich Publishers.

Stanley J. & Weare C. (2004). The Effects of Internet Use on Political Participation. Evidence from an Agency Online Discussion Forum. *Administration & Society*, 36(5), 503-527. Available in: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0095399704268503>

Tedesco, J. (2004). Changing the Channel: Use of the Internet for Communicating About Politics. In L. Kaid (ed.), *Handbook of Political Communication Research*. New Jersey: Laurence Elrbaum Associates. Available in: https://www.academia.edu/1573163/Handbook_of_Political_Communication_Research

Thompson, J. (1995). *Ideologia e cultura moderna*. Petrópolis: Vozes.

Torney-Purta, J. (1995). Psychological theory as a basis for political socialization research: Individuals' construction of knowledge. *Perspectives on Political Science*, 24, 23-41.

Valenzuela, S., Park, N. & Kee, K. (2009). Is There Social Capital in a Social NetworkSite? Facebook Use and College Students'Life Satisfaction, Trust, and Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 875-901. Available in: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x>

Wang, S. (2007). Political use of the internet, political attitudes and political participation. *Asian Journal of Communication*, 17(4), 381-395. Available in: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01292980701636993>

Ward, J. (2005). An opportunity for engagement in cyberspace: Political youth Web sites during the 2004 European Parliament election campaign. *Information Polity*, 10(3/4), 233-246. Available in: https://www.researchgate.net/publication/228425294_An_opportunity_for_engagement_in_cyberspace_Political_youth_Web_sites_during_the_2004_European_Parliament_election_campaign

Wasburn, P. & Covert, T. (2017). Changing Perspectives on Political Socialization. In P. Wasburn & T. Covert (eds.), *Making Citizens. Political Socialization Research and Beyond*. London: Palgrave Macmillan.

Webster, J. (2014). *The marketplace of attention: How audiences take shape in a digital age*. Cambridge: MIT Press.

Wellman, B., Witte, J. & Hampton, K. (2001). Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 436-55. Available in: <https://www.mysocialnetwork.net/downloads/offprint/Does%20the%20Internet%20Increase,%20Decrease,%20or%20Supplement%20Social%20Capital%202001.pdf>

Yang, C., Wu, H., Zhu, M. & Southwell, G. (2004). Tuning in to fit in? Acculturation and media use among Chinese students in the United States.

Asian Journal of Communication, 14(1), 81–94. Available in: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01292980420001951512>

Zaller, J. (2003). A New Standard of News Quality: burglar alarms for the monitorial citizen. *Political Communication*, 20(2), 109-130. Available in: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600390211136>