

Aula 00 - Profa. Júlia Branco

*ANM (Cargo 13: Especialista em
Recursos Minerais - Especialidade:
Comunicação) Conhecimentos
Específicos - 2024 (Pós-Edital)*

Autor:

Antonio Daud, Júlia Branco

11 de Dezembro de 2024

Índice

1) Apresentação do curso - Cebraspe	3
2) O Processo Comunicativo	5
3) Teorias da Comunicação	12
4) Questões Comentadas - Teorias da Comunicação - CEBRASPE	28
5) Resumo - O Processo Comunicativo	35
6) Resumo - Teorias da Comunicação	36



APRESENTAÇÃO DO CURSO

Olá, amigo (a) do Estratégia Concursos! Tudo bem?

Seja bem-vindo (a) ao nosso curso! É um prazer recebê-lo (a) aqui para darmos início a esta jornada no estudo desse conteúdo, que é essencial para quem deseja ser aprovado em concursos para cargos específicos da nossa área.

Por isso, quero pedir licença para me apresentar:



Meu nome é **Júlia Branco** e eu sou a professora responsável por guiá-lo no estudo deste curso. Sou Consultora da Câmara Legislativa do Distrito Federal (CLDF) na área de Comunicação Social (Prod. Multimídia) e aprovada em 2º lugar meu concurso (2018). Sou Bacharel em **Jornalismo** e em **Publicidade e Propaganda** (UniCEUB), e também sou formada em Mídias Digitais e Tecnologias Web, nos Estados Unidos (Montgomery College). Estarei junto com você nesta jornada até a sua aprovação na área de Comunicação Social!

Se quiser, você pode me acompanhar nas minhas redes sociais para ter acesso às dicas gratuitas e **conteúdos adicionais** que eu posto semanalmente no meu perfil no Instagram (@profjuliabranco).

Para **tirar dúvidas** e ter **acesso a dicas e conteúdos gratuitos**, acesse minha rede social:

Instagram - @profjuliabranco

Entenda como funciona o curso:

O **Estratégia Concursos** é líder absoluto em aprovações em concursos. Há mais de 10 anos, nossa metodologia de aprovação já auxiliou milhares de alunos a alcançarem seus cargos públicos. Tenho muito orgulho não apenas de ser professora da instituição, mas também de **ter sido aluna e ter estudado pelos materiais do Estratégia** durante a minha jornada de concurseira :)

Nosso curso será organizado da seguinte forma: você terá acesso a **videoaulas**, **livros digitais em PDF** e, também, um **fórum** no qual você poderá me enviar diretamente as suas dúvidas sobre o conteúdo teórico das aulas e/ou sobre as questões apresentadas nelas. Em nossos PDFs, vamos priorizar o conteúdo teórico necessário para a resolução dos exercícios com maior probabilidade de serem cobradas na sua prova.





Livros digitais completos
com toda a teoria +
questões comentadas



Videoaulas
gravadas com alta
qualidade em estúdio



Fórum de dúvidas
para perguntas sobre o
conteúdo ou questões
apresentadas no curso

A respeito das questões, a minha prioridade foi selecionar itens cobrados em concursos recentes de comunicação, entre 2018 e 2022. Apresentarei **questões da banca Cebraspe** para o seu concurso. Todas as questões são colocadas com comentários para que você entenda exatamente os motivos dos seus erros ou acertos. Em casos nos quais não haja questões da banca sobre determinado tópico (e/ou tenhamos poucas questões disponíveis), serão apresentadas questões de bancas diversas para a fixação do conteúdo.

No entanto, você poderá notar a presença de questões mais antigas nas listas: existem temas que são mais teóricos e que permitem o uso delas para estudo e, em alguns casos, não existem muitos itens recentes, a respeito de determinados tópicos, que sejam bem elaborados. Por isso, fiz uma seleção criteriosa para que você possa praticar e fixar bem o conteúdo estudado para ter um desempenho excelente em sua prova.

Espero que você aproveite este curso e que o conteúdo e os exercícios aqui presentes aumentem a sua confiança ao resolver as questões da sua prova. Tenho certeza de que, com muito estudo e dedicação, o seu esforço será recompensado com o tão sonhado nome no Diário Oficial!

E aí, que tal começarmos a nossa aula de hoje?

Prof. Júlia Branco



O PROCESSO COMUNICATIVO

Nós nos comunicamos o tempo todo na nossa sociedade: essa aula é um exemplo de uma comunicação na qual eu, como emissora, transmito uma mensagem (conteúdo do PDF) para você, caro (a) aluno (a), que terá o papel de receptor. Assim, é essencial destacar que a sua interpretação do texto será diferente daquela realizada por outro aluno do mesmo curso, que tem uma vivência pessoal e profissional distinta e, portanto, talvez tenha dificuldade ou facilidade em relação a determinados pontos do conteúdo.

Para iniciarmos nossos estudos, vamos ver algumas definições para o termo “comunicação” de acordo com o dicionário Michaelis¹:

comunicação

co·mu·ni·ca·ção

sf

- 1 Ato ou efeito de comunicar(-se).
- 2 [LING] Ato que envolve a transmissão e a recepção de mensagens entre o transmissor e o receptor, através da linguagem oral, escrita ou gestual, por meio de sistemas convencionados de signos e símbolos.
- 3 O conteúdo da mensagem transmitida.
- 4 Transmissão de uma mensagem a outrem.
- 5 Exposição oral ou escrita sobre determinado assunto, geralmente de cunho científico, político, econômico etc.
- 6 Ato de conversar ou de trocar informações verbais.
- 7 Nota, carta ou qualquer outro tipo de comunicado através da linguagem escrita.
- 8 Comunicado oral ou escrito sobre algo; aviso.
- 9 Aquilo que permite acesso entre dois lugares; passagem.
- 10 União ou ligação entre duas ou mais coisas.

Perceba que, na maioria dos significados acima apresentados, a comunicação envolve uma relação entre um emissor e um receptor para que uma mensagem possa ser transmitida. Assim, trata-se de um processo bilateral, que acontecerá a partir do uso de símbolos, voz, etc. É essencial, portanto, que todas as partes envolvidas conheçam os códigos linguísticos utilizados para que seja possível compreender o conteúdo comunicado e para que ele faça sentido no processo comunicacional. Além disso, podemos ver que a comunicação se manifesta não apenas por meio da verbalização de palavras e expressões, mas também a

¹ MICHAELIS. **Comunicação**. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/comunica%C3%A7%C3%A3o/>. Acesso em: 14 fev. 2020.



partir de gestos corporais e da escrita. É, portanto, mais abrangente do que o simples ato de falar pessoalmente com outra pessoa e pode ser realizada por diferentes meios e em múltiplos contextos.

Se olharmos para a etimologia do termo comunicação, vemos que ele é derivado da expressão do latim *communicatio*. Veja o quadro abaixo:

<i>Communicatio</i>
→ Prefixo co: “atividade realizada conjuntamente”;
→ Raiz munis: “estar encarregado de”;
→ Tio: realização de atividade. ²

Assim, a comunicação é uma atividade que é executada de forma conjunta, ou seja, existe um emissor e um receptor (com exceção do caso da comunicação intrapessoal). Ademais, esse ato de romper um isolamento e realizar uma transmissão de uma mensagem com uma relação com o outro é um dos principais fatores que diferenciam o termo comunicação de outras expressões que tendem a serem utilizadas de maneira similar. Logo, de acordo com Martino (2001), podemos compreender a comunicação como uma relação entre duas consciências distintas.

Nesse contexto, destaco que informação não tem o mesmo significado que comunicação, especialmente para fins de prova. As bancas examinadoras costumam explorar a relação entre esses dois termos, que são similares, mas têm definições distintas. A informação não depende de um processo comunicativo para existir: tratam-se de dados isolados, sem relação com um receptor de forma direta. Assim, a comunicação é que ativará a informação para que ela faça algum sentido: o conteúdo da nossa aula seria apenas uma informação se não houvesse o seu processo de leitura e compreensão do significado das palavras aqui escritas. Se você não fosse fluente em português, por exemplo, esse texto não faria o menor sentido para você e não exerceria a sua função pedagógica.

O termo informação se refere à parte propriamente material, ou melhor, se refere à organização dos traços materiais por uma consciência, enquanto que o termo comunicação exprime a totalidade do processo que coloca em relação duas (ou mais) consciências. (MARTINO, 2001)

Assim, a informação é a mera organização de dados em um suporte (como o papel de um livro, por exemplo). Alguns autores, como Martino (2001), entendem que a informação é uma comunicação em potencial: a partir do momento no qual os símbolos são compreendidos por um receptor, trata-se de um processo comunicativo em andamento. Logo, a informação diz respeito à estruturação material, independentemente do formato, de um determinado conteúdo: pode ser feita de forma visual ou textual, por exemplo, com o uso de cores, símbolos, desenhos, etc. Um rádio, por exemplo, emitirá ondas sonoras para codificar a informação a ser transmitida pela emissora. Dessa forma, entende-se que não há comunicação sem a presença da informação, mas nem toda informação será comunicação (é preciso passar por um processo relacional entre um emissor e um receptor).

Dito isso, entendemos que **a comunicação é definida, para fins de prova, como o ato de comunicar uma mensagem emitida por um emissor para o receptor, a partir do qual espera-se uma interação**

² MARTINO, Luiz C. De qual comunicação estamos falando? **Teorias da comunicação**: Conceitos, escolas e tendências, Petrópolis, 4a ed., 2001.



(feedback). Assim, a comunicação pode ser realizada de diferentes formas (verbal, escrita, gestual) e também está presente em múltiplas esferas da nossa vida enquanto sociedade, como no âmbito empresarial, político, público, governamental, etc. Ao longo das nossas aulas do curso, nós estudamos como esse conceito básico de comunicação é aplicado e desenvolvido de acordo com o contexto e com as ferramentas disponíveis (como no caso do jornalismo digital, que utiliza recursos eletrônicos, como web, para cumprir as suas funções sociais).

Além da definição de comunicação vista acima, podemos compreender o termo de acordo com três planos de significado: o primeiro seria a expressão de ideias, relacionado à liberdade de comunicar mensagens de acordo com os próprios pensamentos, valores e interesses. O segundo diz respeito do plano político, no qual a comunicação tem um papel essencial para a consolidação da democracia em uma sociedade. Ademais, há o plano instrumental, que nos mostra a comunicação sob o aspecto técnico da infraestrutura necessária para viabilizar as relações entre os seres humanos e que, portanto, sofre constantes transformações de acordo com o avanço da ciência e da tecnologia. Dessa forma, entende-se que a comunicação depende não apenas de uma informação em si, mas de um compartilhamento de linguagens, de uma cultura, de aspectos históricos entre os envolvidos no processo comunicacional para que ela possa existir.

Ao estudar a comunicação, Wolton (1997)³ entende que existem três princípios básicos para que ela ocorra: a tolerância, a coabitação e a solidariedade social. Ou seja, é preciso existir uma aceitação das diferenças para que exista respeito no processo comunicacional (tolerância), a consciência de que trata-se de um coletivo, ou seja, um convívio com pessoas que apresentam um ponto de vista distinto (coabitação) e utilizar a comunicação como uma forma de estreitar as relações entre os indivíduos que fazem parte de um grupo ou de uma sociedade (solidariedade social). Perceba, assim, que a escolha de um determinado meio para realizar a comunicação, como a internet, por exemplo, não elimina os pressupostos básicos para que uma mensagem possa ser compreendida por um receptor e para que haja a retroalimentação necessária para a consolidação de um diálogo respeitoso e eficiente entre os sujeitos envolvidos.

A seguir, veremos como funciona o processo básico de comunicação. Nessa parte do nosso estudo, utilizarei como referência as obras de Torquato (1986)⁴ e também os estudos da Teoria Matemática da Comunicação, desenvolvida por Claude Shannon e Warren Weaver no final da década de 40. Ela tem como objetivo explicar o funcionamento da comunicação como um processo de transmissão de informações, sem considerar diretamente aspectos sociológicos ou antropológicos.

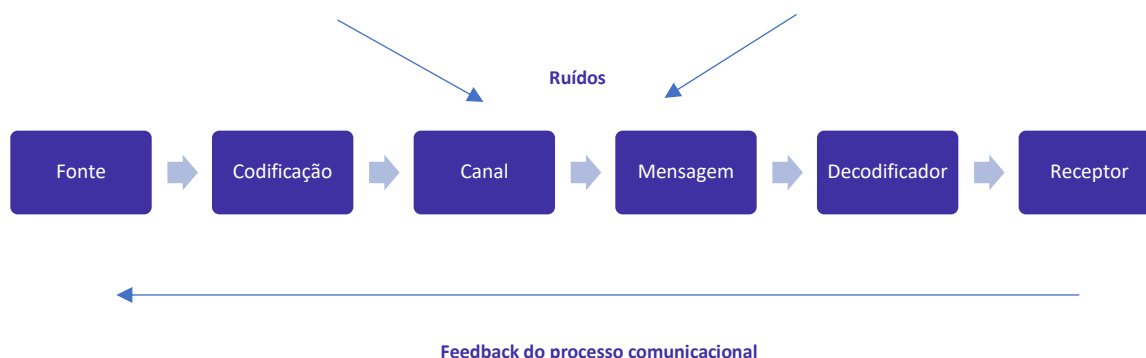
No entanto, o processo comunicacional é formado por outras partes além do emissor e do receptor. De acordo com Torquato (1986), a comunicação pode ser compreendida como um sistema configurado da seguinte forma: **fonte, codificador, canal, mensagem, decodificador e receptor**. Tais elementos devem existir nessa ordem para que a comunicação ocorra de forma efetiva, ou seja, para que a mensagem seja transmitida com o menor nível de ruído possível. Veja como o processo é estruturado:

³ WOLTON, Dominique. Pensar a comunicação. Brasília: UnB, 2004. Traduzido por Zélia Leal Adghirni. Tradução de Penser la communication. Paris: Flammarion, 1997.

⁴ TORQUATO, Francisco Gaudêncio. Comunicação Empresarial/Comunicação Institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. 5. ed. São Paulo: Summus, 1986.



Elementos do processo básico de comunicação



Vamos entender qual é a função de cada elemento na comunicação?

A **fonte** é o emissor, portanto, é aquele que tem como função iniciar o processo comunicativo para que uma determinada mensagem possa ser compreendida pelo receptor. É necessário que o pensamento do emissor seja **codificado**, ou seja, esteja organizado com o uso de sinais, símbolos, signos, etc. Ressalta-se, aqui, que tanto a fonte quanto o receptor devem conhecer o **código** utilizado para que a comunicação possa existir. Em seguida, há o **canal**: trata-se do meio material pelo qual a mensagem codificada é transmitida - pode ser pela televisão, por meio de uma ligação telefônica, por aplicativos de mensagens, etc. Ademais, temos a **mensagem** em si: é o conteúdo que a fonte deseja que o receptor receba e possa compreender. Portanto, entende-se que a mensagem é o objeto da comunicação em si. Ela deverá ser **decodificada** pelo **receptor**, ou seja, ele deverá compreender os símbolos e a linguagem utilizada pelo emissor ao materializar seu pensamento e suas ideias. Por fim, há o próprio receptor, que é indispensável para que o processo comunicacional possa acontecer, já que ele é baseado na relação entre dois ou mais indivíduos.

Note que é possível separar a comunicação em duas etapas distintas: há inicialmente a transmissão da mensagem por parte do emissor e a decodificação das informações pelo receptor. No entanto, nem sempre esse processo acontecerá de forma tão simplificada e linear, porque é preciso considerar os fatores psicológicos, sociais e econômicos, por exemplo, que interferem na eficiência de um processo comunicativo entre duas ou mais pessoas. Esse processo é bem estruturado no caso da comunicação entre dois computadores, por exemplo, mas no caso do ser humano ele sofrerá variações e influências do contexto e de fatores pessoais dos envolvidos na comunicação, por exemplo.

A definição de Torquato (1986) a respeito dos elementos comunicacionais já foi cobrada de forma literal nas provas e, portanto, utilizei-a como referência para a nossa aula. No entanto, existem mais dois aspectos da comunicação que você precisa conhecer para responder às questões: o feedback e o ruído.

O **feedback** é o retorno comunicacional pelo receptor, ou seja, é uma forma de compreender se a informação chegou no seu destinatário final e também verificar como ela foi recebida e interpretada. Portanto, trata-se de uma forma de reagir ao estímulo recebido: o feedback serve como um retorno para que a conversa possa ser estabelecida. Assim, o emissor sabe que a mensagem foi transmitida ao receptor e pode conhecer melhor os seus efeitos. Ressalta-se, no entanto, que o feedback nem sempre será verbal: em uma comunicação



entre duas pessoas realizada presencialmente, por exemplo, a linguagem corporal poderá ser uma forma de obter feedback em relação ao que é comunicado de maneira oral⁵.

Já o **ruído**, por sua vez, é a interferência que existe entre a emissão da mensagem e a sua decodificação. Você já deve ter percebido que nem sempre as outras pessoas compreendem as informações da forma como nós imaginamos que o conteúdo será recebido. Minha intenção pode ser boa ao sinalizar um possível erro do meu colega de trabalho, mas ele pode entender o que eu disse como uma ofensa ou uma crítica infundada, por exemplo. Assim, o processo comunicativo não é imune às interferências internas e externas relacionadas aos elementos que fazem parte dele. Nesse sentido, existem quatro tipos de ruídos de comunicação que são cobrados nos concursos públicos: eles podem ser físicos, fisiológicos, psicológicos e semânticos.

Tipos de ruídos comunicacionais

Físicos: são ruídos externos ao indivíduo, ou seja, que estão relacionados ao ambiente no qual ele está inserido. São exemplos de ruídos físicos o barulho de carros em uma via engarrafada, uma música de fundo muito alta, uma parede que não favorece a acústica de um local, etc.

Fisiológicos: são ruídos relacionados a fatores internos de um ser humano e que, portanto, podem afetar de forma negativa a compreensão de uma informação. Uma dor de cabeça ou uma dor muscular, por exemplo, reduzem o nível de atenção de uma pessoa para a mensagem a ser comunicada.

Psicológicos: são barreiras criadas pela mente humana que inviabilizam ou desfavorecem o processo comunicativo. Ou seja, se estou desatenta à televisão que está ligada no mesmo cômodo no qual realizo outra atividade, trata-se de uma barreira mental para que o conteúdo de um telejornal possa ser compreendido por mim, por exemplo.

Semânticos: são ruídos relacionados à linguagem utilizada para transmitir uma informação, como o uso de palavras de cunho técnico ou que sejam consideradas rebuscadas para o nível de entendimento do receptor. Ou seja, há uma dificuldade em decodificar a mensagem e compreender o pensamento do emissor ao comunicá-la.

Como você pode ver, o entendimento de uma mensagem pode ser prejudicado por inúmeros fatores que podem ser internos ou externos ao ser humano. Você já deve ter vivenciado dificuldades ao realizar uma chamada de vídeo via Skype, por exemplo, na qual um dos participantes está conectado à uma rede de internet de baixa velocidade: a imagem e/ou o som travam e não é possível entender com clareza o que a outra pessoa está falando. É fato comprovado que a tecnologia favoreceu os meios pelos quais nós nos comunicamos enquanto sociedade, mas ela também aumentou a quantidade de informações disponíveis para nós. Vivemos um período de sobrecarga de conteúdo, o que também configura uma barreira para que um determinado dado seja conhecido por todos.

No mundo pós moderno, as barreiras se tornam inúmeras. Não só a velocidade com que a informação trafega livremente pela teia comunicacional interativa do século XXI, mas a maneira como é recebida e decodificada às vezes danifica o processo informativo. No atual

⁵ ROCK CONTENT. Entenda qual a importância do feedback para o sucesso de uma empresa. Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/feedback/>. Acesso em: 17 fev. 2020.



processo social que se vivencia, a velocidade com que as relações pessoais se enovelam e depois se quebram confirma o individualismo do século. (FREIRE, CAMINHA & SILVA, 2015)⁶

Ao estudar os meios digitais, vemos que há a construção de redes entre pessoas com interesses ou características similares, que visam facilitar a comunicação a partir da tecnologia. No entanto, esse processo também pode favorecer o individualismo e a criação de bolhas: estamos acostumados a lidar com mensagens que reforçam nossos próprios pontos de vista, o que cria uma resistência mental ao precisarmos nos relacionar com pessoas que são, de alguma forma, opostas a nós em suas opiniões. Esses são apenas alguns aspectos de como os ruídos comunicacionais podem sim existir em um contexto de comunicação intermediada e influenciada por plataformas digitais, por exemplo.

Dessa forma, concluímos aqui o estudo sobre os aspectos básicos que compõem o processo comunicacional. Como vimos, a comunicação exercerá inúmeras funções na nossa sociedade, ao mediar a relação entre os indivíduos. Ela pode, portanto, ser classificada de inúmeras formas de acordo com o seu objetivo ou com a forma pela qual ela ocorre: temos a comunicação pública e a comunicação oral, por exemplo. A comunicação é um conceito amplo e que está presente de forma constante nas nossas vidas, além de ser também uma área de estudo na Academia e uma profissão a ser exercida em diferentes campos de atuação, como o jornalismo e a publicidade.



(QUADRIX – 2019 - CREF-SE)

A comunicação é um processo que só se completa se, além da transmissão da informação, houver sua compreensão pelo destinatário.

O transmissor corresponde a um decodificador e o receptor, a um codificador.

Comentário:

O item está errado: o transmissor codifica uma mensagem que, então, será decodificada pelo receptor.

Gabarito: errado.

(QUADRIX – 2019 - CREF-SE)

No processo de comunicação, o *feedback* pode ser verbal ou não verbal.

Comentário:

⁶ FREIRE, Marla; CAMINHA, R. D. A. A. B; SILVA, L. R. D. Os ruídos comunicacionais na Pós-Modernidade: : barreiras pessoais, físicas e semânticas para uma comunicação efetiva. **Intercom**. Manaus, 2015. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/norte2015/resumos/R44-0360-1.pdf>. Acesso em: 13 fev. 2020.



A questão está correta: o feedback é essencial no processo comunicativo para que o emissor entenda se a mensagem transmitida foi compreendida pelo receptor. Logo, item certo.

Gabarito: certo.

(FUNDEP – 2019 – Prefeitura de Lagoa Santa/MG)

Assinale a sequência que apresenta os elementos básicos compreendidos pelo processo de comunicação de uma organização, em sua ordem correta:

- a) Emissor, mensagem, receptor, informação.
- b) Emissor, receptor, informação, decodificador, receptor.
- c) Fonte, codificador, canal, mensagem, decodificador, receptor.
- d) Informação, canal, decodificador

Comentário:

O processo comunicativo é composto pelos seguintes elementos na ordem apresentada: fonte, codificador, canal, mensagem, decodificador, receptor. Logo, a alternativa que responde à questão é a letra C.

Gabarito: letra C.



TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

Ao longo das últimas décadas, foram desenvolvidas inúmeras teorias de comunicação, em países como França, Estados Unidos, Alemanha e Brasil. No entanto, nosso objetivo aqui é fazer com que você acerte o maior número possível de questões na sua prova de concurso público. Para isso, selecionei as teorias que costumam ser mais cobradas pelos examinadores.

Vou apresentá-las a você de forma breve e objetiva, com os elementos essenciais para que você conheça o ponto de vista dos seus autores e possa identificá-las com mais clareza ao responder às questões. As teorias serão colocadas aqui segundo uma coerência cronológica, no entanto, você vai perceber que muitas delas aconteceram ao mesmo tempo na história, mas em locais geográficos distintos.

É importante ressaltar que, nesse caso, é preciso memorizar, ainda, os nomes dos autores que estão relacionados às teorias. Sei que é uma atividade que pode parecer tediosa; no entanto, muitas bancas examinadoras citam os nomes dos autores e fazem esse tipo de cobrança nos certames, como você verá nas questões que iremos resolver em seguida.

Os estudos a respeito das teorias da comunicação ganharam força no período entre a primeira e a segunda guerras mundiais (primeiras décadas do século XX): nessa época, nós vivenciamos uma rápida expansão dos primeiros veículos de comunicação de massa, como o jornalismo impresso e o rádio, sobretudo na Europa e nos Estados Unidos. Por esse motivo, a Academia direcionou seus estudos para compreender melhor o processo comunicacional, a forma como ele ocorria e também seus impactos sobre os indivíduos. Assim, a compreensão da comunicação como objeto de estudo é feita com base em conhecimentos multidisciplinares, como sociologia, antropologia e psicologia.

Dito isso, que tal começarmos os nossos estudos?

Teoria da Agulha Hipodérmica

A **Teoria da Agulha Hipodérmica** é considerada uma das primeiras teorias da comunicação de que se tem registro. Ela também pode ser chamada de teoria da bala mágica ou teoria dos efeitos ilimitados: se aparecer dessa forma na sua prova, saiba que é uma referência a essa teoria. Ela foi formulada na década de 1930, em um contexto de grande desenvolvimento socioeconômico nos Estados Unidos, que, a partir dos anos posteriores à Primeira Guerra Mundial, investia na popularização da mídia.

A teoria faz parte do Mass Communication Research, uma série de estudos da comunicação que ocorreu nos Estados Unidos a partir das primeiras décadas do século XX. Veja as teorias que fazem parte desse movimento:

- Estudo dos efeitos: Teoria Hipodérmica, Teoria da Persuasão e Teoria dos Efeitos Limitados;
- Corrente funcionalista (com base nos estudos realizados por Lasswell);
- Teoria matemática.

Boa parte das pesquisas foi financiada por órgãos militares e governamentais, devido ao interesse em usar os meios de comunicação de massa como uma ferramenta para fins políticos e ideológicos. Dito isso, podemos prosseguir com nossos estudos a respeito da Teoria da Agulha Hipodérmica.



A ideia fundamental é que as mensagens da mídia são recebidas de maneira uniforme pelos membros da audiência e que respostas imediatas e diretas são desencadeadas por tais estímulos. (FLEUR & BALL-ROCKEACH, 1993)¹

Essa teoria procurou estudar como ocorre a relação entre os emissores e os receptores no contexto da comunicação de massa. Segundo os estudiosos da época, cada indivíduo seria atingido de forma uniforme, consistente e direta pelas mensagens veiculadas pela mídia. Portanto, ela não considerava a existência de fatores que podem influenciar esse processo de comunicação, como questões sociais, econômicas e políticas.

Para a teoria em estudo, os veículos de comunicação de massa agiam como agulhas que propagavam conteúdos na sociedade, sem enfrentar nenhum tipo de barreira para que determinada ideologia ou mensagem fosse aceita pela massa. Assim, as pessoas são vistas como passivas, ou seja, apenas recebem as informações sem contestá-las ou refletirem sobre o assunto. Dessa forma, o poder midiático seria absoluto e não poderia ser influenciado por nenhum outro elemento presente no contexto social, o que representa uma visão bastante romantizada da mídia e da sua capacidade de penetração na nossa sociedade.

Além disso, a Teoria da Agulha Hipodérmica é baseada nos estudos behavioristas, que estabelecem uma relação entre um estímulo e uma resposta em um determinado sistema. Assim, **a mensagem transmitida pelo veículo de comunicação seria um estímulo e, portanto, os receptores reagiriam de forma instantânea e igualitária em relação ao conteúdo recebido.** Portanto, o emissor estabelece a mensagem e o efeito que deseja obter e, assim, a massa reagirá de forma homogênea a esse estímulo.

Assim, o homem moderno está rodeado de gente, mas é solitário. Ele é como um átomo isolado, que apenas reage aos estímulos dos meios de comunicação. Apesar de seu estado de submissão, o indivíduo tem medo de sair da massa, ser diferente dos outros, ser rejeitado. (OLIVEIRA, 2014)²

Ao olharmos o contexto histórico de desenvolvimento da Teoria da Agulha Hipodérmica, vemos que esse é o entendimento dos regimes totalitários europeus em relação à propaganda política realizada na época: o nazismo, por exemplo, acreditava que a população reagiria de forma passiva a respeito das mensagens antissemitas divulgadas pelo governo alemão. A mídia, portanto, é soberana e pode influenciar comportamentos de forma direta, sem que haja um questionamento por parte da massa. Assim, o indivíduo é visto como frágil, impotente e com laços sociais manipuláveis, devido à presença dos novos meios de comunicação. Há uma hipervalorização do poder dos veículos e, portanto, o desenvolvimento de inúmeras peças gráficas e de produtos audiovisuais por parte de órgãos governamentais com o objetivo de manipular a opinião pública de acordo com os interesses dos Estados.

Como você pode ver, um conceito importante para a compreensão da Teoria da Agulha Hipodérmica e dos estudos subsequentes é a massa: o que é isso?

De acordo com Wolf (2003)³, a **massa** pode ser definida como um agrupamento de indivíduos com comportamentos homogêneos, enquanto seus indivíduos são provenientes de contextos sociais, econômicos e políticos distintos. Assim, são pessoas que estão isoladas geograficamente, não têm muita possibilidade de interação entre si e não possuem regras lideranças estabelecidas ou estruturas organizacionais para mediar

1 FLEUR, Melvin De. BALL-ROKEACH, Sandra. (Org.). Teorias da comunicação de massa. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

2 OLIVEIRA, I. C. A. D. A teoria hipodérmica: subtítulo do artigo. Teorias da Comunicação: correntes de pensamento e metodologia de ensino, São Paulo, 1a ed., 2014.

³ WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. Lisboa: Presença, 2003.



suas relações. No entanto, a massa apresentará uma série de comportamentos similares e compartilhará determinados pensamentos, que são entendidos como verdades (é o lugar-comum do pensamento crítico-analítico). Portanto, a massa orienta as suas ações como uma forma de não desafiar a estabilidade social que ali existe, ou seja, para não frustrar expectativas e valores que são, de certa forma, vistos como uma unanimidade ou como o ideal.

Assim, precisamos entender que a Teoria da Agulha Hipodérmica, apesar da sua relevância histórica, recebeu também duras críticas a partir da consolidação dos estudos sobre a comunicação de massa: os pesquisadores entenderam que aspectos sociais, históricos e econômicos podem sim influenciar a forma como a mensagem é compreendida pelas pessoas. Além disso, a massa não deve ser vista apenas como um grupo homogêneo, mas também como agrupamento de pessoas que pode ter seus próprios influenciadores de opinião, em um processo de comunicação em duas etapas (linha de pensamento que seria posteriormente desenvolvida pela teoria do *Two-step-flow of Communication*).

Modelo de Lasswell

Outro ponto importante para o nosso estudo é o modelo comunicacional desenvolvido por Harold Lasswell em 1927: ele foi um professor e pesquisador norte-americano que buscou entender os pontos nos quais a Teoria da Agulha Hipodérmica seria considerada insuficiente para explicar a relação entre os veículos e as massas. Apesar de ter atuado no desenvolvimento da teoria anterior, seu modelo trouxe importantes críticas ao pensamento vigente na época ao introduzir a ideia de que existem ao menos cinco fatores que devem ser considerados para uma transmissão eficiente de uma mensagem. Assim, foi criado um modelo com base em perguntas que direcionam o desenvolvimento de uma análise comunicacional mais aprofundada:

Perguntas utilizadas pelo modelo de Lasswell

- a) Quem?
- b) Diz o quê?
- c) Em qual veículo?
- d) A quem
- e) Com que efeito?

As perguntas possibilitaram uma análise com base em fatores como o emissor, o conteúdo da mensagem, o meio de veiculação, o receptor e os efeitos da mensagem. Há uma percepção de que o poder dos veículos de comunicação não é ilimitado, mas sim condicionado à presença dos cinco fatores investigados pelas perguntas acima. Ademais, entenda que há uma preocupação em realizar uma análise a respeito do que é difundido, bem como sobre o conteúdo das mensagens e os meios utilizados para a sua propagação. A fórmula criada por Lasswell para compreender o processo comunicativo se popularizou rapidamente no meio científico na época, apesar de ainda estabelecer o seu foco de estudo na iniciativa de comunicação por parte do emissor.

Dessa maneira, de acordo com Wolf (2003), entende-se que o Modelo de Lasswell baseia-se nas seguintes premissas:

- O processo de comunicação é estritamente assimétrico, ou seja, a massa reage de forma passiva à mensagem (estímulo) transmitida pelo emissor;



- A comunicação é sempre realizada com um determinado objetivo, ou seja, é necessário estabelecer um efeito desejado como resposta das massas e isso pode ser mensurado de acordo com transformações comportamentais, de opinião, etc;

- Não há impacto de fatores sociais, situacionais, culturais ou econômicos que possam influenciar a relação entre o emissor e o receptor da comunicação;

Apesar de mais completo, esse modelo foi questionado posteriormente porque Lasswell considerava esses fatores de estudo como isolados entre si, ou seja, não havia uma compreensão da relação entre o emissor e o receptor, por exemplo.

Teoria da Persuasão e Teoria dos Efeitos Limitados

A **Teoria da Persuasão** também pode ser conhecida como Teoria Empírico-Experimental e foi desenvolvida na década de 1940 nos Estados Unidos: ela buscava superar a Teoria da Agulha Hipodérmica e um dos seus marcos é considerar a influência de aspectos psicológicos na assimilação de informações por parte dos receptores. Assim, a comunicação não seria um processo direto entre emissor e receptor, mas seria mediado por fatores relacionados à psique humana, como no esquema abaixo:

Estrutura básica - Teoria da Persuasão



Assim, a Teoria da Persuasão buscou entender como os fatores psicológicos devem ser considerados no processo comunicativo para que os efeitos desejados pelo emissor sejam obtidos em relação ao receptor. É a primeira vez que os pesquisadores admitem que a comunicação não é uma simples relação entre duas pontas e, portanto, não é um processo mecânico facilmente controlável.

“[...] em geral, toda pesquisa experimental fornecia dados úteis para aumentar a eficácia das mensagens ou, de todo modo, para fazer o levantamento de seus obstáculos: o ponto de vista pressuposto era o dos efeitos desejados ou planejados pelo emissor. (WOLF, 2003)”

Dessa maneira, destacam-se os principais pontos a respeito da Teoria da Persuasão:

- É possível persuadir os destinatários, desde que haja uma adequação da mensagem em relação aos fatores psicológicos envolvidos na sua compreensão;

- Há uma preocupação em formatar a mensagem com o objetivo de aumentar o seu poder de persuasão das massas;

- A comunicação é intensiva, pode ter o seu sucesso avaliado e deve ser realizada por instituições e organizações que possuam uma posição de poder em relação ao seu público.



A Teoria da Persuasão também acredita que deve existir uma pré-disposição da audiência para adquirir conhecimento, ou seja, isso facilita a compreensão da mensagem e os efeitos desejados. Portanto, quanto maior for a exposição de um tema por parte da mídia, maior será o interesse da audiência em buscar mais informações sobre o assunto. Além disso, os estudos também indicaram que as pessoas tendem a se interessar mais por conteúdos que reforcem suas crenças, ou seja, que estejam de acordo com seus valores pessoais (e não contrariem suas opiniões já concebidas). Nesse contexto, a Teoria da Persuasão foi muito utilizada para compreender os efeitos de campanhas publicitárias, sobretudo aquelas realizadas para partidos políticos ou para governos, com o objetivo de influenciar comportamentos ou reforçar determinadas ideologias.

Para prosseguir nos nossos estudos, precisamos conhecer a **Teoria dos Efeitos Limitados**. Também conhecida como Teoria Empírica de Campo, ela foi desenvolvida com base em estudos da Sociologia e considera, como seu ponto principal, que **a comunicação de massa exerce um efeito contido na sociedade, por ser apenas mais um tipo de força ou elemento de persuasão** (como a Igreja ou o governo, por exemplo). Apesar de ter como ponto de partida as pesquisas realizadas pela Teoria da Persuasão, ela considera que a influência da comunicação na sociedade é limitada e encontra esses limites nas relações sociais entre os grupos e os indivíduos.

O filtro realizado pelo receptor ao receber uma determinada mensagem terá como base aspectos sociológicos (e não psicológicos, como afirmado pela Teoria da Persuasão). Ou seja, os valores estabelecidos pela Igreja, pela família e pela comunidade são importantes para compreender quais são os efeitos esperados a partir de um determinado processo comunicativo. Assim, a interpretação de uma mensagem e uma possível mudança comportamental, por exemplo, estão condicionados ao contexto social no qual a comunicação ocorre. Logo, a mídia é uma força presente na sociedade, mas não é absoluta, como acreditava-se na Teoria da Agulha Hipodérmica.

Portanto, perceba que o foco da Teoria dos Efeitos Limitados é na influência de comportamentos e opinião e não na manipulação ou na persuasão, como defendido pelas correntes anteriormente estudadas. O impacto da mídia não é ilimitado, portanto, encontrará barreiras ao tentar trazer transformações sociais: é mais fácil reforçar determinadas atitudes e ideias que já existem de forma intrínseca em uma sociedade do que introduzir novos conceitos. Por fim, as redes de relacionamentos interpessoais que existem entre os indivíduos que compõem uma massa são essenciais para que aumentar ou não os efeitos de uma mensagem transmitida por meio da comunicação.

Teoria Funcionalista

A **Teoria Funcionalista** é uma corrente de estudos da comunicação que traz uma abordagem global a respeito dos veículos de massa. O seu principal objetivo é explicar as funções desses meios na sociedade, como o próprio nome já diz. Perceba, portanto, que o foco não é os efeitos em si (como em teorias anteriores), mas na forma como a comunicação exerce um papel em relação ao contexto no qual ela está inserida. Por isso, no caso da Teoria Funcionalista, as campanhas políticas não são mais o ponto principal do estudo, mas sim os meios de comunicação de forma geral (desvinculados de um momento ou objetivo específico).

É essencial compreender que a Teoria Funcionalista entende a sociedade como um sistema, ou seja, ele existe porque cada indivíduo exerce uma determinada função para a manutenção da estrutura como um todo. Dessa forma, os meios de comunicação vão atuar para que haja um equilíbrio e uma ordem nesse contexto sistêmico. Um dos principais autores que atuaram no desenvolvimento da Teoria Funcionalista foi Wright, que considera existirem as seguintes funções da comunicação:



- **Em relação à sociedade:** alertar as pessoas a respeito de ameaças e perigos e permitir que atividades da vida rotineira sejam realizadas em sociedade.
- **Em relação ao indivíduo:** dar status para aqueles que são destacados de alguma forma pela mídia, incentivar o acesso à informação e reafirmar valores já existentes na sociedade para o desenvolvimento de padrões de comportamento.

Os estudos da Teoria Funcionalista também contribuíram para a compreensão de disfunções causadas pela comunicação na sociedade: a circulação livre da informação pode, em alguns casos, contribuir para a ruptura das estruturas sociais em si. Além disso, o excesso de mensagens de comunicação causa uma exaustão que contribui para o individualismo, ou seja, para que as pessoas se concentrem em informações de contextos mais próximos a elas (como uma forma de se protegerem do alto volume de conteúdos recebidos).

Em relação aos meios de comunicação de massa, a Teoria Funcionalista entende que eles contribuem para que haja um conformismo social a respeito do temas de interesse dos grupos que controlam o panorama da mídia em determinado local. Assim, existem assuntos que não expostos pelos veículos de comunicação para que a atenção das pessoas não esteja focada neles. Ademais, os pesquisadores entenderam que a produção de conteúdos de baixa qualidade cultural seria vital para a existência dos grandes sistemas de comunicação, como uma forma de manter o equilíbrio econômico e de agradar uma parcela significativa da audiência.

Hipótese dos Usos e Gratificações

A **Hipótese dos Usos e Gratificações** é uma área de estudos que teve como objetivo entender quais são os usos que o ser humano faz da comunicação (e não o contrário). Seus principais expoentes foram os pesquisadores Elihu Katz, Denys McQuail e Jay Blumler. Assim, o indivíduo tem mais poder em relação às mensagens que ele recebe dos meios de comunicação e tem a capacidade de entender quais são os benefícios (gratificações) que ele consegue obter ou não no processo comunicativo.

[...] os meios de comunicação de massa são eficazes se o receptor lhes atribui essa eficácia e em que medida, com base justamente na gratificação das necessidades. [...] A ligação entre satisfação da necessidade e escolha do meio de comunicação a se expor é representada como uma opção do destinatário, num processo racional de adequação dos meios disponíveis para os fins almejados. (WOLF, 2003)

Perceba que há uma preocupação maior em entender a experiência que a audiência tem ao entrar em contato com os meios de comunicação de massa. Assim, uma mensagem será considerada efetiva se ela tiver alguma utilidade/função para o público-alvo. O receptor, portanto, é visto nesse caso como um sujeito mais ativo em relação ao emissor, já que em correntes anteriores ele era compreendido como um elemento completamente passivo. Perceba, assim, que há um foco na reação do indivíduo em relação à mensagem recebida. Portanto, as necessidades e interesses das pessoas devem ser considerados no processo de elaboração e transmissão de informações no ambiente de comunicação de massa.

Nesse sentido, Wolf (2003) considera que a Hipótese dos Usos e Gratificações apresenta cinco pontos principais. São eles:

- 1) A audiência é importante no processo comunicativo e deve ser vista como um elemento ativo;
- 2) O destinatário é um dos principais responsáveis por escolher meios de comunicação que atendam às suas necessidades de gratificação;
- 3) Há uma competição entre os meios de comunicação e outros agentes presentes na sociedade que podem satisfazer necessidades. Portanto, esses meios não são absolutos em relação às gratificações desejadas pela audiência;



- 4) A audiência pode conhecer suas próprias necessidades e ter consciência delas ao entender os motivos pelos quais entram em contato com as mensagens dos veículos de comunicação de massa;
- 5) Não é adequado fazer um juízo de valor a respeito do valor cultural de um veículo de massa sem analisar o papel da audiência em si.

Portanto, meios de comunicação como jornais e revistas satisfazem as necessidades dos seus públicos ao informarem a população a respeito de acontecimentos relevantes que auxiliam na conexão entre ela e o contexto social. Além disso, os produtos de entretenimento, como cinema e TV, também têm um papel importante na realização pessoal dos indivíduos. Assim, não é possível desconsiderar o fato de que o público tem sim um papel de selecionar e interpretar o conteúdo ao qual ele tem acesso como consumidor. O uso da comunicação variará, dessa forma, de acordo com as características de cada pessoa que tem contato com os veículos de mídia.

Teoria Crítica da Comunicação

A **Teoria Crítica da Comunicação** foi desenvolvida por um grupo de pesquisadores alemães, que faziam parte da Escola de Frankfurt, principalmente nos anos 50 e 60. Os principais autores que contribuíram para o desenvolvimento dessa corrente foram Max Horkheimer, Theodor Adorno, Erich Fromm e Herbert Marcuse e um dos pontos mais importantes desse trabalho é analisar a comunicação de massa com base nas estruturas de mercado. A teoria entende que a mídia é utilizada pelo sistema capitalista para influenciar as relações humanas na nossa sociedade. Logo, existem dois conceitos que você precisa conhecer para compreender melhor essa linha de pensamento:

Cultura de massas é o termo utilizado para definir as produções culturais criadas pelo povo, com base em costumes e hábitos regionais que marcam determinado grupo social. É uma distinção em relação à cultura erudita, produzida pelas elites sociais.

Indústria cultural, por sua vez, é a ideia de que a criação de produtos culturais segue a estrutura de produção capitalista, ou seja, tem como objetivo a geração de lucros para grandes grupos empresariais e a manutenção de determinados ideais e estruturas sociais.

Horkheimer e Adorno entendem que há uma massificação da estética dos produtos culturais, para que eles sejam aceitos pelas pessoas e contribuam para uma manutenção de determinados valores sociais. Assim, a cultura é utilizada como uma forma de controle das massas, sem que haja questionamento em relação a temas que seriam relevantes para um desenvolvimento livre da população. Se por um lado o capitalismo favoreceu a democratização do acesso aos produtos culturais, por outro também permitiu uma produção massificada de conteúdos que não preservam o caráter único e autoral que a arte tinha até então.

O ensaio “A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica”, de Walter Benjamin, é indispensável para compreender a crítica do autor à facilidade de produzir cultura em larga escala a partir dos avanços tecnológicos. Ele entende que os filmes não seriam obras de arte em si, porque perdem a essência da unicidade que, para ele, é uma das principais características de um produto artístico. Não há mais a hipervalorização da arte como elemento que não poderia ser acessado por todas as pessoas, o que reduziria o seu valor e o seu status cultural para uma sociedade.

Por fim, a Teoria Crítica da Comunicação é marcada por uma reflexão a respeito do sistema capitalista, devido ao desenvolvimento de periferias para a sustentação dos modelos comerciais presentes no mercado. Assim, a comunicação é vista em um contexto no qual o poder econômico utiliza os meios para difundir mensagens do seu interesse – e isso era criticado pela sociedade e pela Academia. Portanto, a arte passa a



ser um produto da indústria cultural, ou seja, perde seu valor artístico por ser reproduzida em larga escala. O indivíduo é visto como um consumidor passivo que não pode reagir em relação ao produto da comunicação de massa. Há sim uma democratização do acesso à cultura, no entanto, esse movimento é feito com base em interesses mercadológicos.

A esfera pública na visão de Habermas

Habermas foi um pensador que, a partir da Teoria Crítica, trabalhou conceitos a respeito da esfera pública e da inserção política dos indivíduos nos tempos de difusão de produtos culturais em larga escala. Assim, ele acredita que a popularização dos meios de comunicação auxiliou a desenvolver uma apatia das pessoas para a participação na vida pública, já que a cultura não tem mais uma função de libertar o indivíduo e trazer novas perspectivas intelectuais (fica restrita ao mero entretenimento das massas).

A figura do cidadão foi eclipsada pelas do consumidor e do contribuinte. A procura do consenso político pelo livre uso da razão individual revê de retroceder perante o emprego da mídia a serviço da razão de estado e a conversão da atividade política em objeto de espetáculo. (RUDIGER, 2001)⁴

O autor entende que a burguesia só conseguiu obter a sua ascensão na Europa devido à construção de uma esfera pública na qual seus interesses eram debatidos e havia um movimento de críticas ao sistema monarquista e ao controle da Igreja. No entanto, com a evolução da tecnologia e da comunicação em larga escala, o objetivo da mídia é atender aos interesses mercantis e não contribui para que seja desenvolvida uma consciência crítica a respeito do próprio sistema de consumo em si e dos modelos governamentais vigentes nas sociedades.

Teoria Culturológica

A **Teoria Culturológica** foi desenvolvida na França na década de 60 e seu principal autor é Edgard Morin. O foco dos estudos foi a cultura de massa e a forma como ela está ligada ao processo de consumo. Assim, a indústria cultural seria uma nova maneira de expressar a cultura em uma sociedade e, portanto, os meios de comunicação de massa seriam a forma encontrada para que esse processo acontecesse.

Morin entende que, por ser produzida para atingir um massa, a cultura precisa encontrar um lugar-comum para que possa criar uma homogeneização dos conteúdos. Há uma ligação entre o real e o imaginário e, portanto, a expressão cultural é utilizada para mediar essa lacuna entre o que é realidade e o que é ficção. Assim, a cultura de massa busca refletir todos os aspectos que não estão presentes na vida real do indivíduo, construindo um panorama fictício de desejo e de sonhos. Os estereótipos e os símbolos são, dessa forma, um recurso utilizado para favorecer a identificação da massa com as produções culturais desenvolvidas. Existe, assim, uma nova visão a respeito do público: ele é consumidor da cultura, mas também parte relevante na sua produção.

⁴ RUDIGER, Francisco. A Escola de Frankfurt. **Teorias da comunicação**: Conceitos, escolas e tendências, Petrópolis, 4a ed., 2001.



Estruturalismo

O estruturalismo surgiu nos primeiros anos do século XIX, a partir da obra de Ferdinand de Saussure. No entanto, a década de 60 marcou o período no qual esse movimento foi mais intenso na França. Esse método tem uma relação mais forte com os estudos linguísticos do que com a comunicação em si, mas nós devemos conhecê-lo em virtude das cobranças das bancas examinadoras nas provas de concursos.

O estruturalismo entende a linguagem sob suas dimensões principais: a língua seria a expressão social e a fala um elemento individual relacionado à forma como nós nos comunicamos com o mundo. Ademais, existem também duas formas de classificar a linguística: a parte descritiva, conhecida como sincrônica, que desenvolverá o estudo dos fonemas e da gramática em si e a parte evolutiva, chamada de linguística diacrônica e que analisará a evolução da linguagem de acordo com o contexto histórico⁵.

Como o próprio nome já diz, o foco do estruturalismo é estudar as estruturas da realidade, ou seja, sistemas que são formados por elementos que possuem ligações e interações entre si. Assim, todos os fenômenos são necessariamente parte de um universo maior e não podem existir de forma isolada, o que amplia o campo de análise necessária para a compreensão das suas características principais. Em relação ao estudo da comunicação, o estruturalismo foi essencial para fornecer a base de estudo da semiologia, a ciência que estuda a criação e os impactos dos signos na nossa sociedade.

Mas, afinal, o que é um signo linguístico?

O signo é um elemento que faz parte da comunicação e da linguística e pode ser dividido em significante e significado. O significante será a representação material (como a escrita de uma palavra) e o significado será a definição (sentido) atribuído para o signo. Ou seja, o significado é uma visualização muito mais subjetiva do que o significante. Aqui está um exemplo para você compreender melhor: o termo elefante tem um significante (a escrita “elefante”) e, para a maioria da população brasileira, seu principal significado ao pensar na palavra será “grande mamífero com origem africana”. No entanto, para um indiano, a primeira definição trazida à mente pode ser uma referência ao sentido religioso do animal no hinduísmo.

Logo, mensagem aqui não diz respeito apenas àquilo que sai de uma fonte e atinge um receptor graças à existência de um código previamente construído; trata-se de um processo dinâmico de significação que implica tanto a operação conjunta entre fonte e recepção para codificar a informação, quanto a variedade de códigos que entram em ação no processo de recodificação. (MACHADO, 2001)⁶

A **semiótica** é a área do conhecimento que estuda a maneira como os significados atribuídos aos signos ocorre em determinado grupo social. É importante ressaltar que esses sentidos podem ser alterados ao longo do tempo, de acordo com os acontecimentos históricos e com a influência de fatores culturais, políticos, econômicos, etc. A semiótica entende que, para que a troca de mensagens entre emissor e receptor exista, é necessário utilizar um conjunto de signos que representam manifestações culturais relevantes para a

⁵ UOL. **Estruturalismo - Quais as origens desse método de análise?**. Disponível em: <https://educacao.uol.com.br/disciplinas/filosofia/estruturalismo-quais-as-origens-desse-metodo-de-analise.htm>. Acesso em: 14 fev. 2020.

⁶ MACHADO, Irene. O ponto de vista semiótico. **Teorias da comunicação: Conceitos, escolas e tendências**, Petrópolis, 4a ed., 2001.



compreensão do processo comunicativo. Perceba que o objetivo não é avaliar uma palavra em si, mas entender a relação entre os signos e a maneira como eles são desenvolvidos.

Por fim, a semiótica compreende, em relação aos estudos da comunicação, que os meios transformam a forma de construção de sentido dos signos presentes em uma sociedade. Assim, eles devem ser considerados como elementos para análise e trabalham com múltiplos sentidos para que a mensagem seja compreendida (como no caso das mídias digitais e dos produtos audiovisuais). Há, portanto, um processo de recodificação a partir do qual a mensagem será interpretada e ressignificada pela audiência em relação ao seu sentido original (do emissor).

Modelo dos Estudos Culturais

Os estudos culturais são uma linha de pesquisa teórica que surgiu em Birmingham, na Inglaterra, nas décadas de 50 e de 60. Os principais nomes da Academia envolvidos no desenvolvimento desses estudos foram Raymond Williams, E. P. Thompson e Stuart Hall. Ademais, o foco desse modelo era explicar as relações existentes entre a produção cultural, o contexto social e os fatores históricos: os estudos culturais compreendem que a cultura não depende exclusivamente das relações econômicas, apesar de ser influenciada por elas.

Uma das maiores contribuições do modelo dos estudos culturais é a compreensão de que não existe apenas uma cultura erudita restrita a poucas pessoas, mas também uma cultura popular que deve ser estudada e valorizada para a compreensão da sociedade. Existe, portanto, uma preocupação maior com a diversidade de expressões artísticas em determinado grupo social, em comparação com as abordagens anteriores que estudaram a cultura a partir de pontos de vista mais limitados. Os textos, desenhos, quadros e demais produções de uma sociedade ajudam a compreender, de forma simbólica, as ideias e os comportamentos valorizados naquele contexto representado.

Outro destaque importante a respeito dos estudos culturais é a compreensão de que eles foram desenvolvidos com base em múltiplas áreas do conhecimento, como a psicologia, a literatura, a história e a sociologia. Houve também uma grande influência do marxismo, pois os pesquisadores direcionaram seus olhares para a possibilidade de uma produção cultural por parte das camadas mais desfavorecidas da população. Em relação aos meios de comunicação, há um desejo de compreender como as ideologias são veiculadas na mídia e quais são os impactos delas na sociedade.

Modelo da Mediação – Escola de Toronto – Teoria dos Media

A Escola de Toronto apresentou uma série de estudos que são até hoje muito reconhecidos na área de comunicação. Apesar do seu foco de estudo terem sido os meios, e não o processo de comunicação em si, as pesquisas e pensamentos de Marshall McLuhan se popularizam com a publicação do artigo “Os meios de comunicação como extensão do homem”, em 1964. O autor analisou os meios de comunicação com base no contexto da globalização, que ainda era um movimento muito sutil na época dos seus estudos (se comparado à realidade que vivemos no século XXI).

Ele lançou luz sobre um aspecto importante dos processos comunicacionais de massa: os meios não configuram as sociedades apenas pelo que dizem, mas também [...] pela forma como



dizem. Esta concepção está sintetizada na sua primeira grande ideia (e frase): os meios são as mensagens. (MESSAGI JUNIOR, 2018)⁷

Assim, ao afirmar que “o meio é a mensagem”, McLuhan defende uma maior consciência em relação aos efeitos do conteúdo que é veiculado nos meios, porque ele pode ser considerado o próprio meio em si. Portanto, o meio de comunicação deve ser considerado na análise, pois ele influenciará a forma como o receptor receberá a mensagem e pode ser crucial para o processo comunicativo. Logo, a mesma informação pode ser interpretada pelo receptor de formas diferentes dependendo do meio de comunicação pelo qual ela é transmitida.

McLuhan também foi um dos primeiros a utilizar o termo “aldeia global”, por entender que os meios de comunicação, sobretudo a televisão, são o cerne de um processo de aproximação entre as pessoas e redução de distâncias e barreiras físicas⁸. Dessa forma, a troca de informações e a interação entre as pessoas seria realizada de maneira cada vez mais rápida, contribuindo para a construção de uma cultura global, compartilhada por pessoas que não necessariamente estão presentes no mesmo espaço físico. Alguns autores consideram, portanto, que McLuhan teria sido um dos primeiros pesquisadores a “prever” a internet e a construção de redes virtuais de comunicação entre as pessoas a partir do uso de ferramentas tecnológicas, muitas décadas antes da consolidação desses avanços científicos⁹.

Outro ponto importante a respeito dos estudos de McLuhan é a distinção entre meios frios e meios quentes¹⁰:

Os **meios quentes** têm como principal característica a alta definição e o uso de um único sentido, com uma quantidade excessiva de informações (sejam elas visuais, sonoras, textuais etc.) para o receptor. Por isso, costumam envolver pouca ou nenhuma participação de quem recebe a comunicação. Alguns exemplos são a fotografia, o rádio e o livro.

Os **meios frios**, por sua vez, são aqueles que necessitam de baixa definição e utilizam mais de um sentido, sem sobrecarregar o receptor com grandes quantidades de informações que precisam ser interpretadas. Assim, o conteúdo transmitido é visto como “incompleto” e exige mais participação do receptor para interpretar e compreender o que é recebido. São exemplos de meios frios a televisão, a fala e a caricatura.

Perceba, portanto, que essa distinção entre meios quentes e frios realizada por McLuhan nos mostra que o autor valorizava o uso dos sentidos exigido por cada meio: quanto mais sentidos forem utilizados para receber a informação, maior seria o grau de dispersão da atenção do receptor (como no caso da televisão).

⁷ MESSAGI JUNIOR, Mário. *Teorias da comunicação: aplicações contemporâneas*. Curitiba: Intersaberes, 2018.

⁸ PADRON, Rodrigo. *O meio é a mensagem, porque também é conteúdo*. 5 jan. 2017. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/opiniao/2017/01/05/o-meio-e-a-mensagem-porque-tambem-e-conteudo.html>
Acesso em: 30 ago. 2019.

¹⁰ BARBOSA, Rodrigo Miranda. Compreendendo McLuhan: o que são meios quentes e meios frios. In: *XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*, 2017, Fortaleza. XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2017.

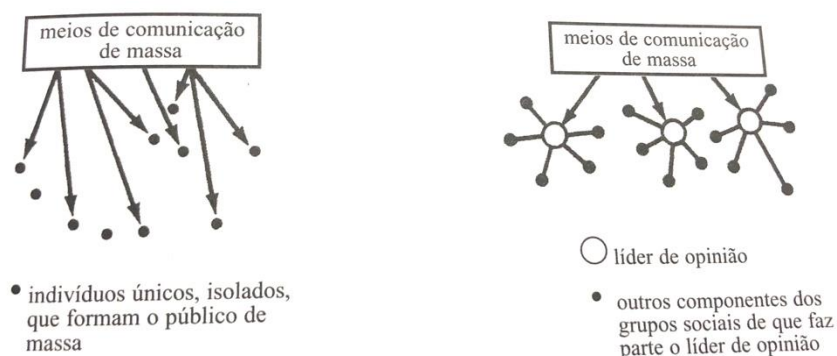


Outros Estudos sobre a Comunicação

Precisamos abordar também outras teorias da comunicação que costumam ser cobrados pelas bancas examinadoras nas provas. Vamos entendê-los nessa seção. 😊

Two-step Flow of Communication

O two-step flow of communication, também conhecido como fluxo comunicacional em duas etapas, é uma teoria da comunicação que defende que a influência de formadores de opinião no processo comunicativo. Assim, a influência direta da mídia é parcial: há também os “líderes”, que são respeitados em um grupo e que auxiliam outras pessoas ao tomarem decisões. Portanto, eles são responsáveis por mediar a relação entre a massa e os veículos de comunicação e, ao endossarem determinadas opiniões e pontos de vista presentes na comunicação, permitem que os efeitos sejam mais efetivos. Logo, as interações sociais são importantes para entender como os meios de comunicação agem na nossa sociedade e devem ser consideradas nas análises. Essa teoria foi desenvolvida por Paul Lazarsfeld entre as décadas de 40 e 50 e faz oposição ao modelo a teoria hipodérmica, que não considera a existência de diferentes fatores no processo comunicativo. Veja a diferença de forma gráfica:



Exemplo gráfico extraído da obra de Mauro Wolf¹¹

Dessa maneira, Wolf (2003) considera que o two-step flow of communication não é apenas sobre estímulo e resposta, mas sim sobre uma interação social marcada por influências pessoais que podem existir de acordo com grupos distintos, como ambientes religiosos, profissionais e círculos familiares do receptor. Há também uma tendência de maior eficácia dos efeitos de reforço do que de conversão, ou seja, as mensagens que reafirmam um ponto de vista já aceito socialmente tendem a serem melhor recebidas.

Agenda-setting

Os primeiros estudos sobre a agenda-setting foram desenvolvidos nos Estados Unidos na década de 70, pelos pesquisadores Maxwell McCombs e Donald Shaw. A hipótese não entende a mídia sob um papel de

¹¹ Fonte da imagem: WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editora Presença, 2006



persuasão, mas sim de definição de uma listagem de assuntos que deverá receber a atenção das pessoas em um determinado momento. O foco dessa linha de pensamento é nos efeitos da comunicação na opinião pública. Assim, os veículos de comunicação de massa escolhem aquilo que será ou não falado e definem uma “agenda” de temas importantes que devem ser abordados. A imagem que as pessoas têm da realidade é baseada naquilo que a mídia diz sobre os fatos e também de acordo com o nível de destaque que eles recebem nas grades de programação.

A mídia é apresentada como agente modificador da realidade social, apontando para o público receptor sobre o quê se deve estar informado. Na perspectiva dos autores, esta construção configura-se como um poder que os meios de comunicação exercem sobre a opinião pública, a sociedade. (BRUM, 2003)¹²

Mauro Wolf (2003) destaca que, por apresentar notícias e reportagens fragmentadas, com pouco espaço para veiculação, a mídia televisiva tende a ser menos efetiva na definição de uma agenda em comparação à mídia impressa. No entanto, a TV pode utilizar recursos como a divulgação de eventos extraordinários, a partir da interrupção da programação para realizar coberturas e chamadas ao vivo, o que eleva os efeitos do agenda-setting desse meio. Além disso, o autor considera que os veículos de comunicação de massa têm um grande poder para estabelecerem uma agenda sobre quais temas são importantes nas campanhas políticas e tendem a destacar aspectos como controvérsias e competições entre os candidatos, ao invés de focar em discussões que realmente importam. Por fim, há também o efeito da omissão no agenda-setting: quando alguns assuntos não são falados ou discutidos para que a atenção não seja atraída para eles.

Espiral do silêncio

A Teoria da Espiral do Silêncio foi um estudo desenvolvido a partir da década de 60 pela pesquisadora alemã Elizabeth Noelle-Neuman. Ela buscou compreender como ocorre a formação de opinião de um indivíduo em relação a um pensamento fortemente compartilhado por uma maioria. De acordo com suas pesquisas, existem opiniões que são predominantes em determinado grupo social e há uma tendência natural do ser humano a buscar não contrariar essas ideias. Tais pensamentos são refletidos nos meios de comunicação e influenciam a cultura. Portanto, há uma criação de uma espiral do silêncio: os indivíduos tendem a não manifestar opiniões dissonantes do lugar-comum, com receio de uma rejeição por parte da sociedade da qual fazem parte. Os processos de transformação da opinião coletiva são acompanhados pelos indivíduos, que tentam identificar, mesmo que de forma inconsciente, qual é a linha de pensamento mais aceita em determinado contexto.



¹² BRUM, Juliana De. A Hipótese do Agenda Setting: Estudos e Perspectivas. **Razón Y Palabra**. 2003. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n35/jbrum.html>. Acesso em: 13 mar. 2020.



Existem também outras duas escolas que desenvolveram teorias na área da Comunicação Social. É a Escola de Palo Alto e a Escola de Chicago: elas não costumam cair com tanta frequência nas provas como os outros assuntos aqui abordados na aula, mas preciso trazer um panorama breve sobre elas para que você entenda os pontos mais importantes sobre esse assunto.

A **Escola de Palo Alto** tem origem na década de 40, na Califórnia. Os pesquisadores que trabalhavam nos estudos eram conhecidos como “Colégio Invisível”, porque muitos eram oriundos de áreas distintas e também estavam localizados em regiões geográficas diferentes. Eles criaram um modelo que era oposto à Teoria Matemática, ao entender a comunicação como um processo circular (e não linear). Assim, eles enxergavam o processo comunicativo como recíproco, com ênfase nas trocas entre emissores e receptores. A comunicação só poderia existir se fosse livre, ou seja, sem barreiras que impedissem a circulação de informações. Ademais, não haveriam formas de evitar a comunicação: todo comportamento humano é considerado uma forma de linguagem, mesmo que eles não sejam verbais. Eles reconheciam também outros fatores que fazem parte da comunicação, como os conteúdos e as relações estabelecidas.

Você vai perceber que a Escola de Palo Alto defende alguns pontos similares à **Escola de Chicago**. Essa última corrente foi desenvolvida no Canadá no início do século XX e tem como foco a percepção de que a comunicação ocorre por meio de um interacionismo simbólico. Ou seja, nossos comportamentos estão baseados na forma como interagimos com os significados que são comuns a uma sociedade. A Escola de Chicago considera o contexto social no qual o indivíduo está inserido para entender como a comunicação ocorre. Assim, tanto a Escola de Chicago quanto a Escola de Palo Alto consideram os contextos culturais e sociais como possíveis influências na comunicação e nas relações entre os indivíduos.

Vamos resolver algumas questões para fixarmos melhor o conteúdo?



(EMAP – 2018 – CESPE)

Para a teoria hipodérmica, os indivíduos reagem coletivamente às sugestões dos meios de comunicação de massa.

Comentário:

A Teoria da Agulha Hipodérmica considera a massa como um grupo de indivíduos isolados, que não possuem interação entre si. Portanto, a reação a uma mensagem transmitida ocorre de forma individual, e não coletiva, como afirmou a questão. Assim, questão errada.



Gabarito: errado.

(Câmara de Piracicaba – 2019 – VUNESP)

Observe a ilustração:



A ilustração e o texto a seguir fazem parte do livro *El medio es el masaje*.

“O Professor _____ diz que o ambiente criado pelo homem se torna seu meio para definir seu papel nele. A invenção do tipo de impressão criou o pensamento linear, ou ligação, separando o pensamento da ação. Agora, com a TV e a interpretação das canções folclóricas, o pensamento e a ação estão mais próximos, e o envolvimento social é maior. Nós moramos novamente em uma aldeia”.

O professor a que se refere o texto é:

- A Harold Lasswell.
- B Marshall McLuhan
- C Paul Lazarsfeld.
- D Pierre Bourdieu.
- E Alan Touraine.

Comentário:

Conforme explicitado na aula, Marshall McLuhan foi um dos primeiros autores a direcionar o foco dos seus estudos para os meios de comunicação em si. Com isso, ele teve a percepção da criação de uma aldeia global, ou seja, os meios estavam aproximando pessoas ao reduzir as distâncias com base na disseminação em massa de informações. Os meios frios, como a televisão, exigem maior participação do receptor no processo de interpretação da mensagem. Portanto, a alternativa que responde à questão é a letra B, por relacionar o autor McLuhan à afirmação expressa no enunciado.

Gabarito: letra B.

(SLU-DF – 2019 – CESPE)

De acordo com a teoria dos meios, os veículos de comunicação de alta definição (rádio, cinema e livro, por exemplo) são classificados como quentes, enquanto os de baixa definição, como frios (telefone e TV, por exemplo).



Comentário:

A questão traz a definição de meios quentes e meios frios de forma perfeita e completa. Segundo McLuhan, meios frios são aqueles que trabalham com mais de um sentido do ser humano, exigem baixa definição e permitem uma maior participação do receptor (como a TV e o telefone). Ademais, os meios quentes saturam um único sentido, em alta definição, e não permitem a participação (como o livro e o rádio). Questão correta.

Gabarito: certo.



QUESTÕES COMENTADAS

1. (CESPE – 2019 – SLU/DF)

Uma das principais teorias da corrente funcionalista é a teoria matemática ou teoria da informação, desenvolvida por Shannon e Weaver, segundo a qual a comunicação é um sistema social pelo qual uma fonte de informação seleciona uma mensagem desejada entre um conjunto de mensagens possíveis.

Comentário:

A Teoria Matemática não considera a comunicação como um sistema social, mas sim como um processo de transmissão de informações. O foco está no armazenamento e na quantificação dos dados a serem comunicados e não na seleção do conteúdo por parte do receptor. Logo, item errado.

Gabarito: errado.

2. (CESPE – 2019 – COGE/CE)

As mensagens passadas pela mídia aos receptores são recebidas de maneira uniforme e esses estímulos provocam respostas diretas e imediatas de cada um dos membros da massa.

A frase precedente corresponde ao pensamento preconizado

- A) pelo modelo da agulha hipodérmica, de Lasswell.
- B) pelo modelo de usos e gratificações, de Berelson.
- C) pela pesquisa da comunicação interpessoal dos grupos primários, de Riley e Riley.
- D) pela teoria da diferenciação social, de Durkheim.
- E) pelo modelo do agenda-setting, de McCombs e Shaw.

Comentário:



Conforme estudamos na aula, o modelo da agulha hipodérmica considera que as mensagens emitidas pela mídia são recebidas sem resistência e de maneira uniforme por parte da massa. Assim, não há um desenvolvimento de pensamento crítico pelos indivíduos, que apenas aceitam todos os estímulos aos quais são submetidos, de forma controlável e previsível. Logo, a alternativa A é a resposta para o enunciado da questão.

Gabarito: letra A.

3. (CESPE – 2019 – SLU/DF)

De acordo com os pressupostos da teoria hipodérmica, os indivíduos são seres totalmente passivos e suscetíveis aos estímulos produzidos pelos meios de comunicação.

Comentário:

De acordo com a teoria hipodérmica, os emissores “inserem” as mensagens desejadas na massa, que reagirá de maneira uniforme ao estímulo recebido (como uma agulha que injeta uma substância na pele humana). Logo, o item está correto.

Gabarito: certo.

4. (CESPE – 2018 – EMAP)

Para a teoria hipodérmica, os indivíduos reagem coletivamente às sugestões dos meios de comunicação de massa.

Comentário:

Há um erro sutil nesse item: não são os indivíduos que reagem aos estímulos recebidos de forma coletiva, mas sim uma massa que receberá as informações de forma homogênea (ou seja, o indivíduo em si não é relevante para a teoria hipodérmica). Não há uma sugestão de comportamento realizada pelos veículos de comunicação, mas sim uma imposição que será aceita de forma passiva e sem críticas por parte da massa. Logo, item errado.

Gabarito: errado.



5. (CESPE – 2019 – SLU/DF)

De acordo com a teoria dos meios, os veículos de comunicação de alta definição (rádio, cinema e livro, por exemplo) são classificados como quentes, enquanto os de baixa definição, como frios (telefone e TV, por exemplo).

Comentário:

A classificação de meios quentes e meios frios foi realizada pelo pesquisador canadense Marshall McLuhan. Assim, ele utilizou os sentidos humanos para diferenciar os meios de comunicação: meios frios são aqueles que exigem baixa definição para transmitir a informação (como a televisão) e os meios quentes utilizam a alta definição (como o livro e o rádio). Logo, item certo.

Gabarito: certo.

6. (CESPE – 2019 – SLU/DF)

Habermas destacou-se como autor da segunda geração da escola de Frankfurt por seus estudos referentes à esfera pública e à ação comunicativa.

Comentário:

A questão está correta: Habermas foi um pesquisador alemão que estudou a esfera pública e a ação comunicativa com base nos pressupostos da escola de Frankfurt. Item certo.

Gabarito: certo.

7. (CESPE – 2019 – SLU/DF)

A teoria crítica da comunicação, cujo eixo principal de estudo são as relações entre cultura e sociedade, substituiu o termo indústria cultural pelo conceito de cultura de massa.

Comentário:



A questão está errada: a teoria crítica da comunicação faz parte das pesquisas da Escola de Frankfurt. A proposta dos pesquisadores foi inversa em relação ao que afirmou o item: o termo cultura de massa deveria ser substituído por indústria cultural, visto que este deixaria mais clara a ligação entre a lógica de mercado e a produção cultural.

Gabarito: errado.

8. (CESPE – 2019 – SLU/DF)

Entre os anos 1920 e 1960, nos Estados Unidos da América, Lazarsfeld, Lasswell, Lewin e Hovland fundaram os estudos conhecidos como mass communication research, que tratam dos efeitos e das funções dos meios de comunicação.

Comentário:

A questão está correta: o mass communication research envolve uma série de estudos e linhas teóricas a respeito dos efeitos e das funções sobre os meios de comunicação. Assim, item certo.

Gabarito: certo.

9. (CESPE – 2018 – IPHAN)

Por constituírem no seu conjunto uma indústria cultural e dependerem fortemente de anunciantes, os meios de comunicação de massa não são considerados pelas várias escolas do pensamento comunicacional como lugar de debate no contexto de uma esfera pública, mas sim como uma atividade meramente mercantil.

Comentário:

Essa é uma questão bem “escorregadia” para o candidato: a questão afirma que os meios de comunicação não são considerados como lugar de debate pelas escolas de pensamento. No entanto, as linhas teóricas discutem sim seus impactos na sociedade e como eles estão relacionados às esferas de poder. Habermas, por exemplo, estudou os meios de comunicação de massa de acordo com a perspectiva da esfera pública. Portanto, item errado.

Gabarito: errado.



10. (CESPE – 2016 – DPU)

As perguntas Quem? Diz o quê? Através de qual canal? Com que efeito? pertencem ao modelo dos processos de comunicação de Lazarsfeld, criado em 1955.

Comentário:

As perguntas mencionadas pelo enunciado fazem parte do modelo de Lasswell. O modelo de comunicação de Lazarsfeld é o two step flow of communication, que estabelece uma comunicação em duas etapas, a partir de líderes de opinião.

Gabarito: errado.

11. (CESPE – 2014 – ANATEL)

Adorno, Horkheimer e outros teóricos da Escola de Frankfurt se dedicam à análise sociológica e ideológica das forças políticas que determinam o fenômeno da mídia de massa. Conforme a teoria crítica, os grandes veículos de comunicação trabalham para a manutenção da ordem social existente, por meio de seus produtos, contra o interesse público social.

Comentário:

O item trouxe uma definição correta sobre os estudos da Escola de Frankfurt: ela entende os meios de comunicação como uma forma de manter a ordem social, a partir de conceitos como cultura de massas e indústria cultural. Logo, item certo.

Gabarito: certo.

12. (CESPE – 2014 – ANATEL)

A indústria cultural se desenvolveu com vistas a aprimorar e melhor aproveitar as capacidades intelectuais do cidadão da sociedade industrial, provendo-lhe entretenimento e informação apropriados à velocidade da vida moderna.

Comentário:



O entendimento da indústria cultural é oposto ao que foi exposto no item: a ideia é que a massificação de conteúdos na estrutura capitalista faz uma homogeneização da produção e, assim, não há um estímulo à intelectualidade e à arte considerada erudita. Logo, item errado.

Gabarito: errado.

13. (CESPE – 2016 – FUNPRESP)

Na Escola de Frankfurt, pensadores propuseram uma compreensão da comunicação como processo social permanente, que deve ser estudado a partir de um modelo circular.

Comentário:

A Escola de Frankfurt não trabalha com um modelo circular, mas sim com uma percepção sobre a produção em série de conteúdos culturais e a percepção sobre cultura de massas e indústria cultural. Logo, item errado.

Gabarito: errado.

14. (CESPE – 2016 – FUNPRESP)

A abordagem empírico-experimental do final da década de 40 do século XX pode ser sintetizada pela formulação das seguintes perguntas: quem? Diz o quê? Através de que canal? Com que efeito?

Comentário:

A questão faz referência ao modelo da Teoria da Persuasão e não ao Modelo de Lasswell (que apresentou as perguntas mencionadas para o seu entendimento sobre comunicação). Logo, item errado.

Gabarito: errado.

15. (CESPE – 2017 – SEDF)

Fundamentada na premissa do fluxo contínuo da comunicação, a teoria do agendamento considera que os meios de comunicação influenciam o receptor no que será debatido individual e socialmente, mas não determinam necessariamente sua opinião.



Comentário:

A questão trouxe a definição correta sobre a teoria do agenda-setting, que estuda o estabelecimento de uma agenda de assuntos por meio dos veículos de comunicação em uma sociedade. Logo, item certo.

Gabarito: certo.



RESUMO

O Processo Comunicativo

- **Comunicação** → envolve uma relação entre um emissor e um receptor para que uma mensagem possa ser transmitida.
- **Informação** → é a mera organização de dados em um suporte (como o papel de um livro, por exemplo). É uma comunicação em potencial: a partir do momento no qual os símbolos são compreendidos por um receptor, trata-se de um processo comunicativo em andamento.
- **Teoria Matemática da Comunicação**, desenvolvida por Claude Shannon e Warren Weaver no final da década de 40: tem como objetivo explicar o funcionamento da comunicação como um processo de transmissão de informações, sem considerar diretamente aspectos sociológicos ou antropológicos.
- **Elementos do processo comunicativo** → fonte, codificador, canal, mensagem, decodificador e receptor.
- **Feedback** → é o retorno comunicacional pelo receptor, ou seja, é uma forma de compreender se a informação chegou no seu destinatário final e também verificar como ela foi recebida e interpretada.
- **Ruídos** → é a interferência que existe entre a emissão da mensagem e a sua decodificação.
 - Os ruídos podem ser físicos, fisiológicos, psicológicos e semânticos. 2- História dos meios de comunicação.



RESUMO

Teorias da Comunicação

- **Teoria da Agulha Hipodérmica** → faz parte do Mass Communication Research. Cada indivíduo seria atingido de forma uniforme, consistente e direta pelas mensagens veiculadas pela mídia.
 - **Massa** → pode ser definida como um agrupamento de indivíduos com comportamentos homogêneos.
- **Modelo de Lasswell** → modelo com base em perguntas que direcionam o desenvolvimento de uma análise comunicacional mais aprofundada: quem, diz o quê, em qual veículo, a quem e com que efeito.
- **Teoria da Persuasão** → considera a influência de aspectos psicológicos na assimilação de informações por parte dos receptores. Assim, a comunicação não seria um processo direto entre emissor e receptor, mas seria mediado por fatores relacionados à psique humana.
- **Teoria dos Efeitos Limitados** → considera que a comunicação de massa exerce um efeito contido na sociedade, por ser apenas mais um tipo de força ou elemento de persuasão (como a Igreja ou o governo, por exemplo).
- **Teoria Funcionalista** → o principal objetivo é explicar as funções dos meios de comunicação de massa na sociedade, como o próprio nome já diz. Perceba, portanto, que o foco não são os efeitos em si (como em teorias anteriores), mas na forma como a comunicação exerce um papel em relação ao contexto no qual ela está inserida.
 - **Hipótese dos Usos e Gratificações** → teve como objetivo entender quais são os usos que o ser humano faz da comunicação (e não o contrário).
- **Teoria Crítica da Comunicação** → a teoria entende que a mídia é utilizada pelo sistema capitalista para influenciar as relações humanas na nossa sociedade.
 - **Cultura de massas** → produções culturais criadas pelo povo, com base em costumes e hábitos regionais que marcam determinado grupo social. É uma distinção em relação à cultura erudita, produzida pelas elites sociais.
 - **Indústria cultural** → ideia de que a criação de produtos culturais segue a estrutura de produção capitalista, ou seja, tem como objetivo a geração de lucros para grandes grupos empresariais e a manutenção de determinados ideais e estruturas sociais.
 - **Habermas** → acredita que a popularização dos meios de comunicação auxiliou a desenvolver uma apatia das pessoas para a participação na vida pública, já que a cultura não tem mais uma função de libertar o indivíduo.
- **Teoria Culturológica** → entende que, por ser produzida para atingir um massa, a cultura precisa encontrar um lugar-comum para que possa criar uma homogeneização dos conteúdos.



- **Estruturalismo** → o foco é estudar as estruturas da realidade, ou seja, sistemas que são formados por elementos que possuem ligações e interações entre si.
 - **Signo** é um elemento que faz parte da comunicação e da linguística e pode ser dividido em significante e significado. O significante será a representação material (como a escrita de uma palavra) e o significado será a definição (sentido) atribuído para o signo.
 - **Semiótica** é a área do conhecimento que estuda a maneira como os significados atribuídos aos signos ocorre em determinado grupo social.
- **Estudos culturais** → o foco desse modelo era explicar as relações existentes entre a produção cultural, o contexto social e os fatores históricos.
- **Escola de Toronto** → McLuhan analisou os meios de comunicação com base no contexto da globalização.
 - O meio é a mensagem;
 - **Aldeia global** → os meios de comunicação, sobretudo a televisão, são o cerne de um processo de aproximação entre as pessoas e redução de distâncias e barreiras físicas
 - **Meios quentes** → alta definição e o uso de um único sentido, com grande quantidade de informações.
 - **Meios frios** → são aqueles que necessitam de baixa definição e utilizam mais de um sentido, sem sobrecarregar o receptor com grandes quantidades de informações que precisam ser interpretadas.
- **Espiral do Silêncio** → buscou compreender como ocorre a formação de opinião de um indivíduo em relação a um pensamento fortemente compartilhado por uma maioria. Os indivíduos tendem a não manifestar opiniões dissonantes do lugar-comum, com receio de uma rejeição por parte da sociedade da qual fazem parte.
- **Agenda-setting** → os veículos de comunicação de massa definem uma "agenda" de temas importantes que devem ser abordados. A imagem que as pessoas têm da realidade é baseada naquilo que a mídia diz sobre os fatos e também de acordo com o nível de destaque que eles recebem nas grades de programação.
- **Two-step flow of communication** → defende que a influência de formadores de opinião no processo comunicativo. Assim, a influência direta da mídia é parcial: há também os "líderes", que são respeitados em um grupo e que auxiliam outras pessoas ao tomarem decisões.



ESSA LEI TODO MUNDO CONHECE: PIRATARIA É CRIME.

Mas é sempre bom revisar o porquê e como você pode ser prejudicado com essa prática.



1 Professor investe seu tempo para elaborar os cursos e o site os coloca à venda.



2 Pirata divulga ilicitamente (grupos de rateio), utilizando-se do anonimato, nomes falsos ou laranjas (geralmente o pirata se anuncia como formador de "grupos solidários" de rateio que não visam lucro).



3 Pirata cria alunos fake praticando falsidade ideológica, comprando cursos do site em nome de pessoas aleatórias (usando nome, CPF, endereço e telefone de terceiros sem autorização).



4 Pirata compra, muitas vezes, clonando cartões de crédito (por vezes o sistema anti-fraude não consegue identificar o golpe a tempo).



5 Pirata fere os Termos de Uso, adultera as aulas e retira a identificação dos arquivos PDF (justamente porque a atividade é ilegal e ele não quer que seus fakes sejam identificados).



6 Pirata revende as aulas protegidas por direitos autorais, praticando concorrência desleal e em flagrante desrespeito à Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610/98).



7 Concurseiro(a) desinformado participa de rateio, achando que nada disso está acontecendo e esperando se tornar servidor público para exigir o cumprimento das leis.



8 O professor que elaborou o curso não ganha nada, o site não recebe nada, e a pessoa que praticou todos os ilícitos anteriores (pirata) fica com o lucro.



Deixando de lado esse mar de sujeira, aproveitamos para agradecer a todos que adquirem os cursos honestamente e permitem que o site continue existindo.