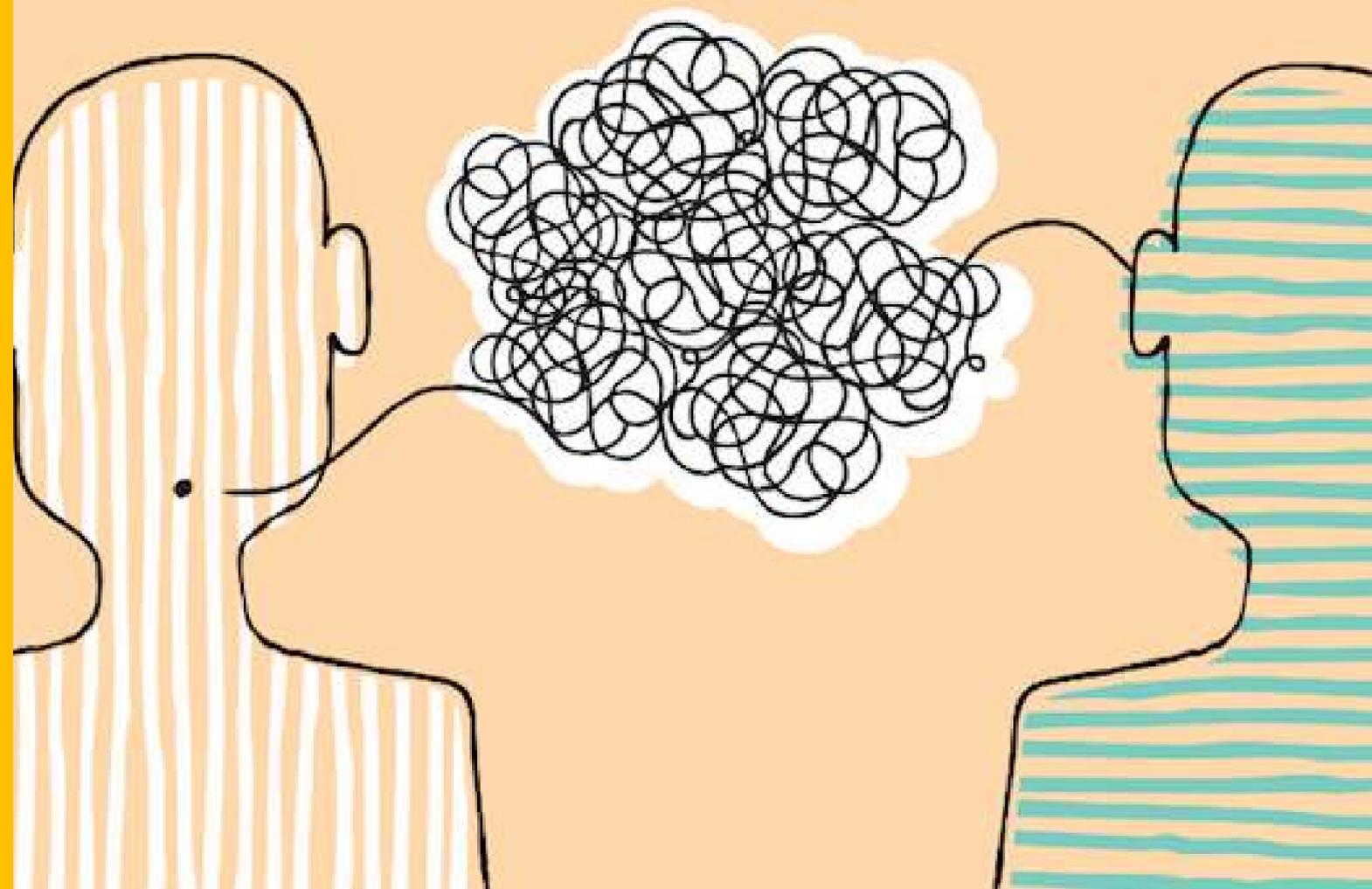
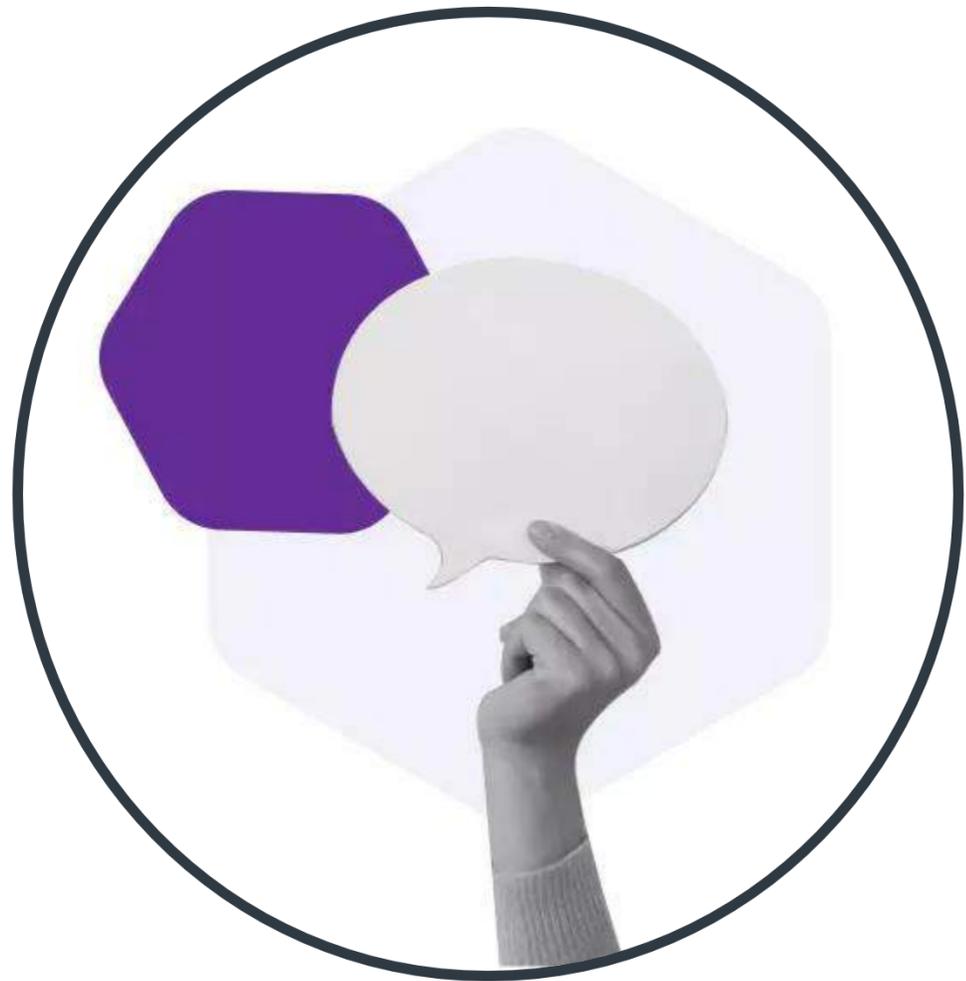




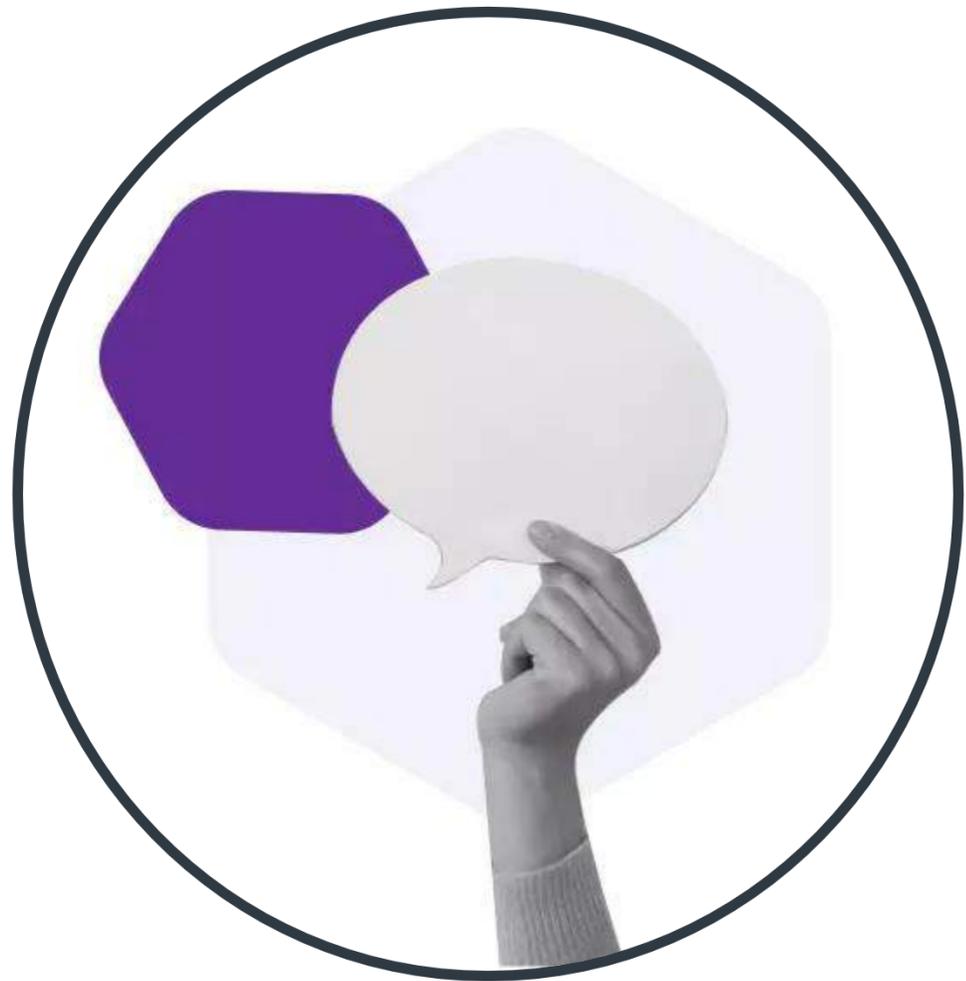
DIVERSIDADE E
INCLUSÃO

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO



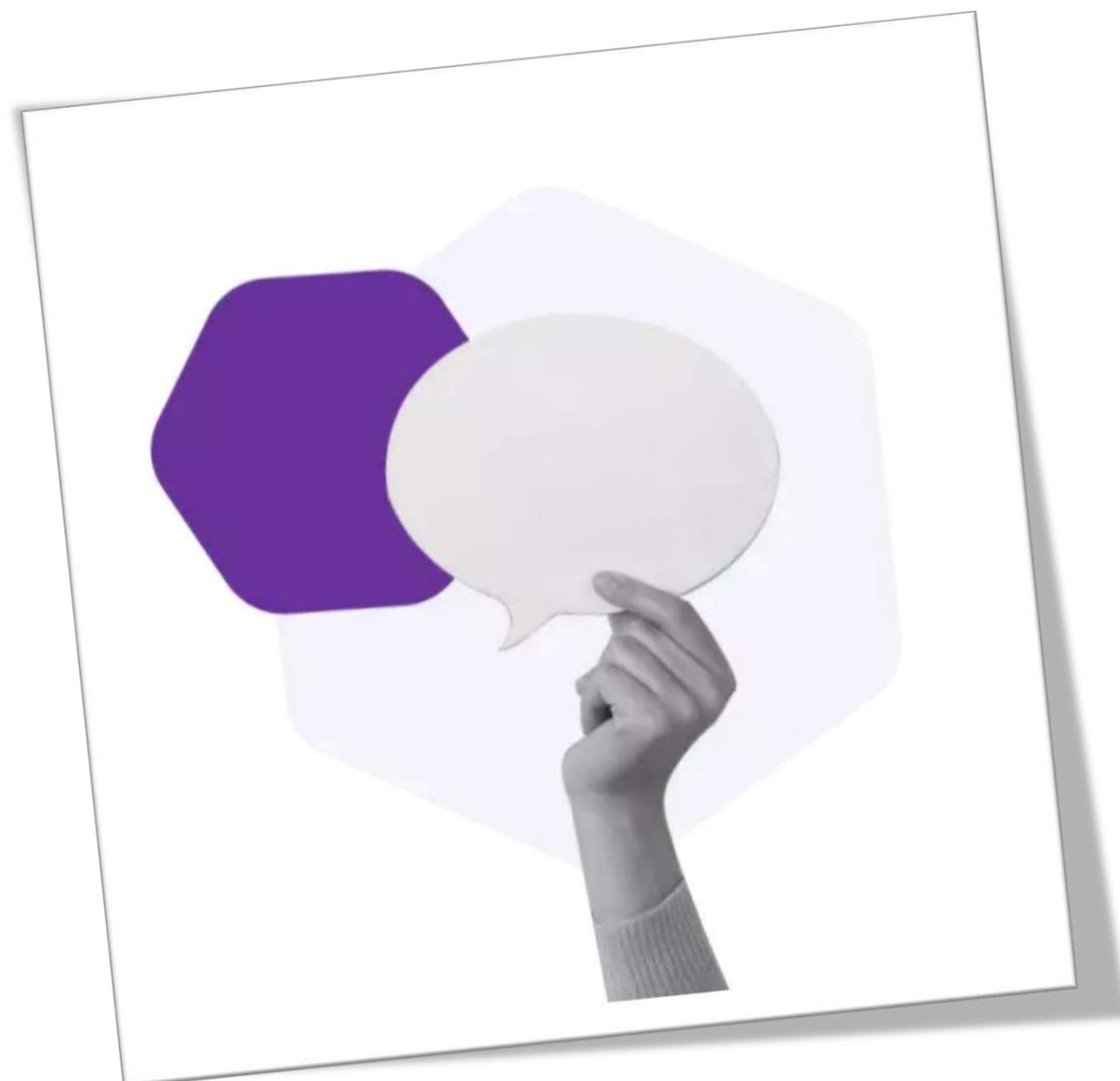


As teorias da comunicação reúnem o conjunto de pesquisas realizadas a partir dos estudos sociológicos, antropológicos, psicológicos, linguísticos e filosóficos acerca da comunicação humana, ou seja, da comunicação social.



A linguagem é o objeto essencial de estudo sobre a comunicação - seja ela verbal ou não verbal - sendo a comunicação, um ato essencial de desenvolvimento da sociedade.

Assim, muitos teóricos tentam desvendar os usos, a importância da comunicação bem como seu surgimento entre os seres humanos.



A Pesquisa de Comunicação de Massa (*"A Mass Communication Research"*) teve início nos Estados Unidos na década de 20.

Ela esteve centrada nos estudos sobre a relação e interação entre os meios de comunicação de massa bem como os comportamentos dos indivíduos na sociedade.



**VOCÊ JÁ PAROU PARA PENSAR COMO
SURTIU A COMUNICAÇÃO?**



TEORIAS DA **COMUNICAÇÃO**

- *Teorias da comunicação*
- *Teoria da Hipodérmica*
- *Modelo Lasswell*
- *Teoria da Persuasão*
- *Teoria de Efeitos Limitados*
- *Teoria Funcionalista*
- *Teoria Crítica*
- *Teoria Culturológica*

Teoria da comunicação

Essas teorias estudam o desenvolvimento e a aplicação da Comunicação Social em todos os seus aspectos políticos, sociais, econômicos e tecnológicos.

Tais estudos começaram a se desenvolver a partir do início do uso da Comunicação de Massa pelas políticas totalitárias da Europa no período entreguerras (1918-1939),



Teoria da comunicação

A primeira das teorias comunicacionais inclusive, a Teoria Hipodérmica, que tratava toda a massa de indivíduos de forma idêntica, supondo que a informação atingisse a todos da mesma maneira e sem resistência, surgiu neste período.



Teoria Hipodérmica

A teoria da “agulha hipodérmica” surgiu no período entreguerras, as décadas de 1918 e 1939 e ainda sob o impacto da propaganda política desencadeada intensivamente na primeira guerra mundial.

O impacto da propaganda de guerra seria uma imensa e assustadora capacidade de intervenção dos meios estabelecendo a analogia com a seringa de injeção (a capacidade de inserir conteúdos no organismo).



Teoria Hipodérmica



Trata-se de uma teoria bastante simples, baseada na psicologia dos instintos, segundo a qual o comportamento humano é herdado (está inscrito) nos mecanismos biológicos do homem e, portanto, tem uma natureza não radical.

Se a questão dos comportamentos e as reações humanas é definida pela estrutura biológica dos homens, isto significa que estes agem instintivamente e assim, de maneira mais ou menos uniforme (seria um comportamento da espécie).

Teoria Hipodérmica

Essa visão fundamenta os dois pressupostos articulados pela teoria da agulha hipodérmica: a onipotência dos meios, a vulnerabilidade das pessoas.

O comportamento dos indivíduos frente aos meios se configura dentro do esquema simples e mecânico do estímulo/resposta: os meios estimulam, os indivíduos reagem de forma semelhante, mecanicamente.



Teoria Hipodérmica

Essa teoria baseada na observação e no impacto da situação pós-guerra, não resistiu aos investimentos científicos que se seguiram.

Ao longo da década de 1940, várias pesquisas foram empreendidas, dando conta que o alcance dos meios enfrenta uma série de limites, e as reações dos indivíduos são atravessadas por variáveis tanto de uma ordem psicológica quanto social.



Teoria Hipodérmica



Este modo revelou-se demasiadamente superficial para compreender os verdadeiros efeitos da Comunicação sobre a sociedade, foi então que o caráter dos estudos comunicacionais passou a salientar o processo de seleção das informações midiáticas, geração e divulgação, valorizando assim o conteúdo e a forma que o mesmo era veiculado, pois se percebeu que a qualidade do que era difundido tinha ligação direta com os efeitos causados no receptor.

Modelo de Lasswell

Após a Teoria Hipodérmica surgiu o Modelo de Lasswell. Apesar de baseado na Teoria Hipodérmica, este modelo criado pelo cientista político Harold Lasswell, apontava as falhas da mesma e foi um dos responsáveis pela sua defasagem.

O Modelo de Lasswell apontava cinco questões cruciais para a compreensão correta da mensagem midiática:

Quem

Diz o quê

Em que canal

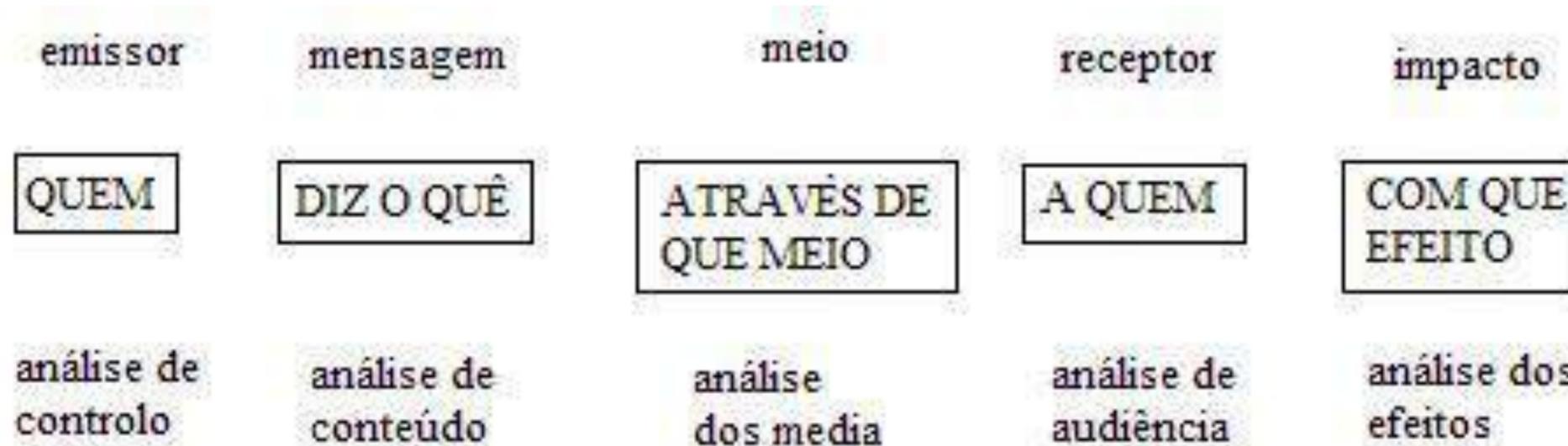
A quem

Com que efeitos



Modelo de Lasswell

Entendia-se que os meios de comunicação (imprensa e rádio) exerciam um efeito poderoso, total e direto sobre o público e a massa.



Modelo de Lasswell

Estávamos no começo da Mass Communication Research, a cargo de Lasswell, e centrada em dois eixos: os efeitos das mensagens das mídias e a análise de conteúdo para descobrir as razões da influência direta total sobre as audiências, então atribuída as mídias. Lasswell considera as três funções do processo de comunicação:



Modelo de Lasswell

- 1) Vigilância sobre o meio ambiente, que relevam ameaças e oportunidades que afetam a comunidade, em termos de valores
- 2) Correlação de forças entre os componentes da sociedade
- 3) Transmissão da herança social



Teoria da Persuasão

Primeiramente, o que é persuasão?

Segundo o dicionário online Dicio, persuasão refere-se:

1) Ação de fazer com que alguém acredite ou passe a acreditar em:
convenceu o chefe com o poder de persuasão de seus argumentos.

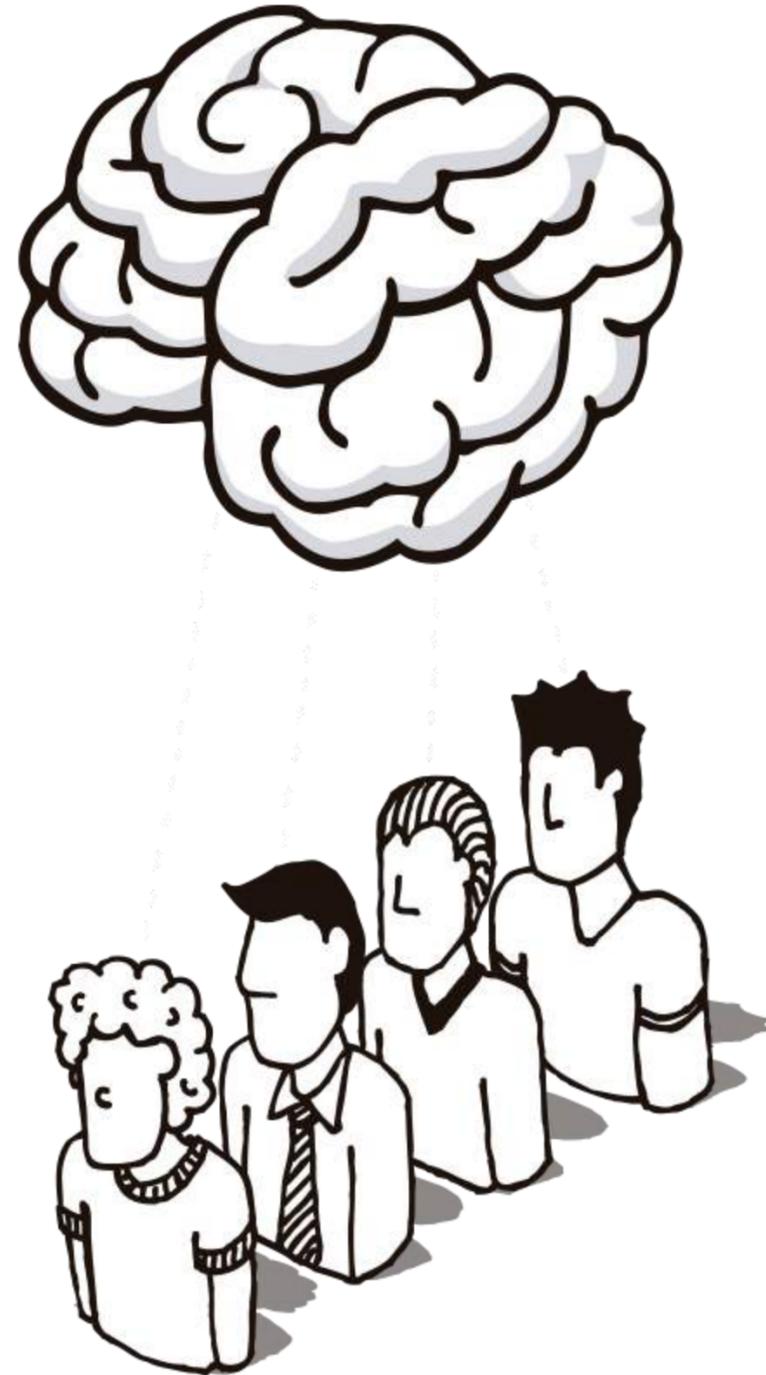
2) Ação de persuadir, de convencer alguém sobre alguma coisa ou fazer com que essa pessoa mude de comportamento e/ou opinião.

3) Que demonstra convicção; convencimento: usou de toda a sua persuasão para fazer com que o filho mudasse de ideia.

Etimologia =
(origem da
palavra persuasão).

Do latim
persuasio.onis.

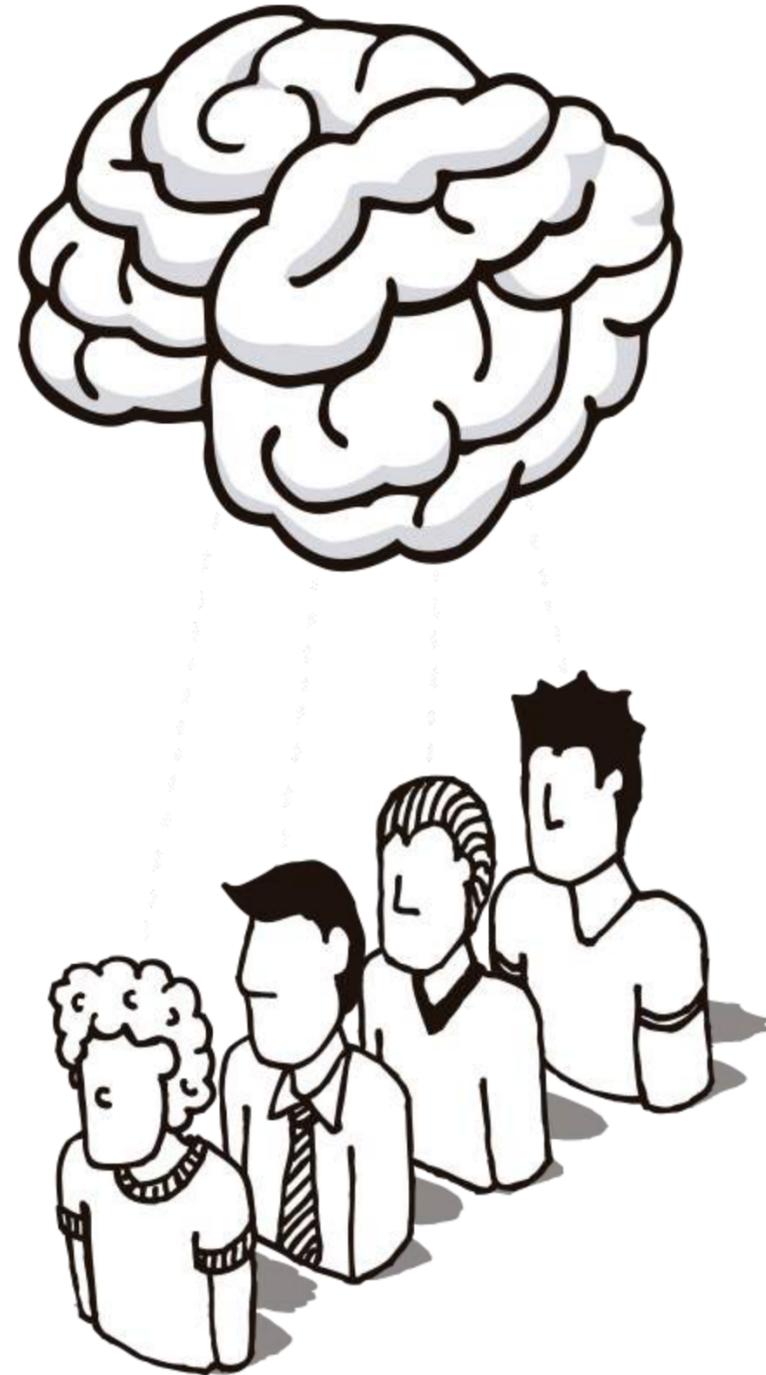
Teoria da Persuasão



Logo após surge a Teoria da Persuasão que, diferentemente da Hipodérmica, é baseada em aspectos psicológicos e defende que a mensagem enviada pela mídia não é assimilada imediatamente pelo indivíduo, dependendo de várias perspectivas individuais.

Essa Teoria não seria de dominação ou manipulação como a Hipodérmica e sim de persuasão, pois o indivíduo tende a se interessar por informações que estejam inseridas em seu contexto e com as quais ele esteja de acordo.

Teoria da Persuasão

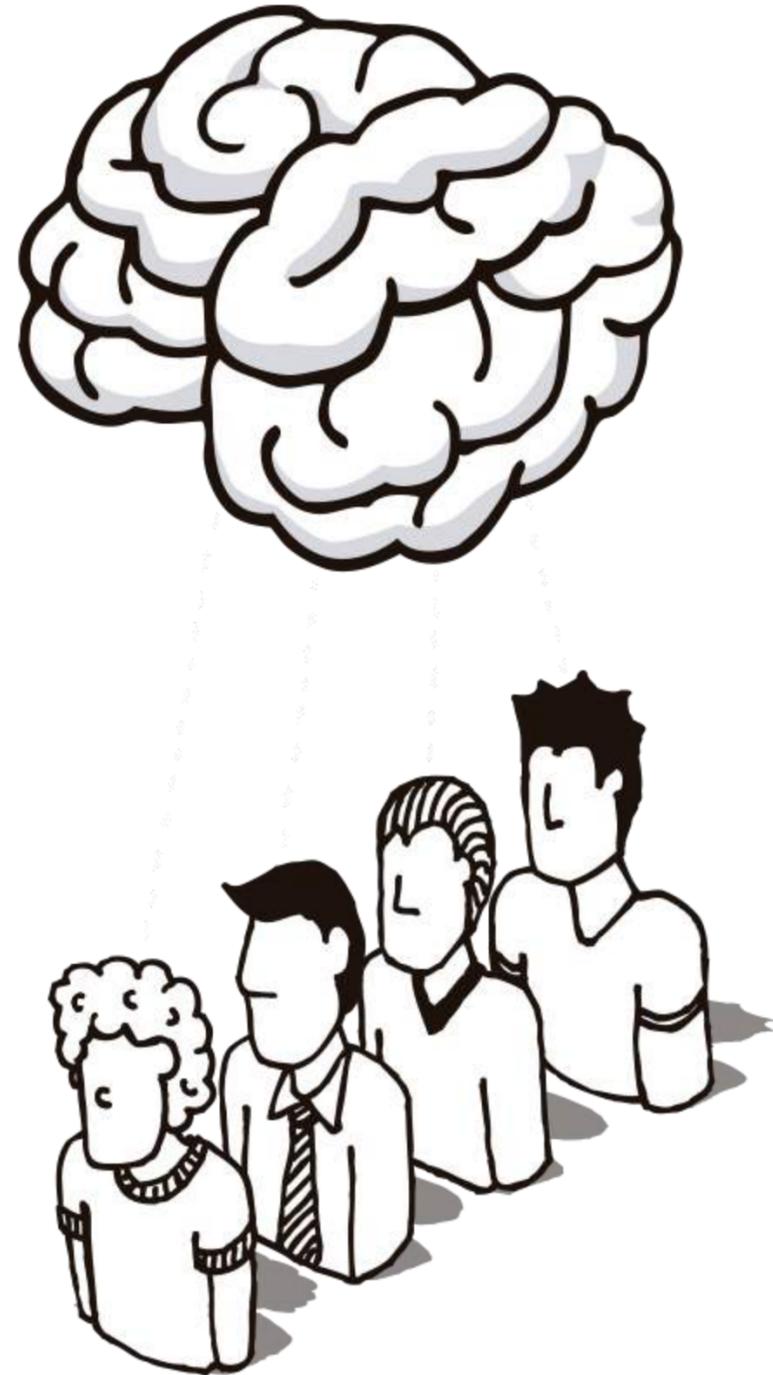


O modelo comunicacional da Teoria Empírico-Experimental (ou da Persuasão) permanece semelhante ao da Teoria Hipodérmica, mas com a adição do fator psicológico.

Assim, sua fórmula representa uma revisão da relação mecanicista e imediata do

- $E \rightarrow R$ (Estímulo \rightarrow Resposta) para a seguinte formula:
- $E \rightarrow FP \rightarrow R$ (Estímulo \rightarrow Fatores Psicológicos \rightarrow Resposta).

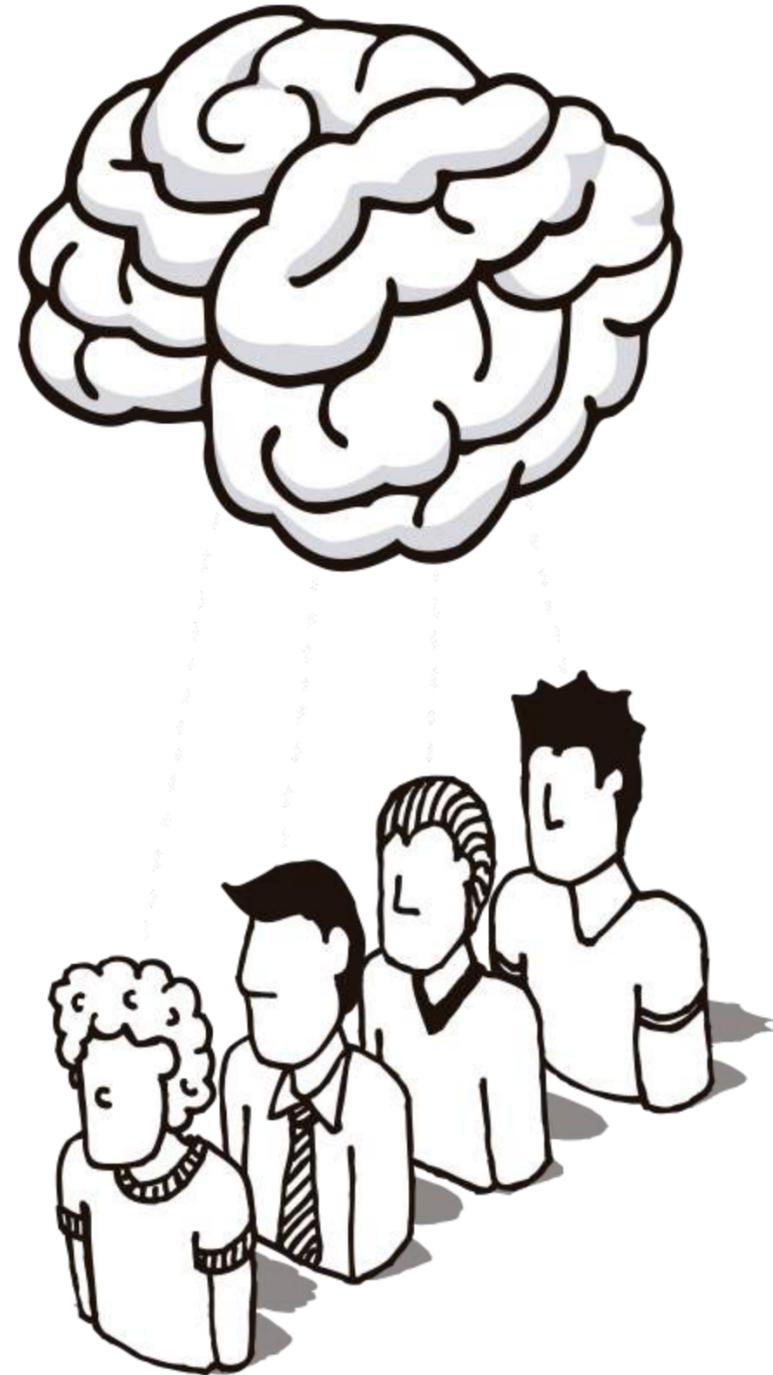
Teoria da Persuasão



Ou seja, a Teoria Empírico-Experimental (ou da Persuasão) acredita que a persuasão (objeto da pesquisa) é algo possível de se alcançar. Assim, para que os efeitos esperados sejam alcançados, a comunicação deve-se adequar aos fatores pessoais do destinatário.

Portanto, diferente da Teoria Hipodérmica, a Teoria da Persuasão não toma como irrelevante as características pessoais.

Teoria da Persuasão



1) Fatores relativos à audiência

- a) Interesse em obter informação
- b) Exposição seletiva
- c) Percepção seletiva
- d) Memorização seletiva

2) Fatores ligados à mensagem

- a) a credibilidade do comunicador
- b) a ordem da argumentação
- c) a integralidade das argumentações
- d) A explicitação das conclusões

Teoria de Efeitos Limitados



Sucessivamente surge a Teoria Empírica de Campo (ou Teoria de Efeitos Limitados) que, embora baseada na Teoria da Persuasão, fundamenta-se em aspectos sociológicos, e deduz que a mídia tem influência limitada na sociedade por ser apenas um instrumento de persuasão, pois a mídia é apenas parte da vida social.

Teoria de Efeitos Limitados

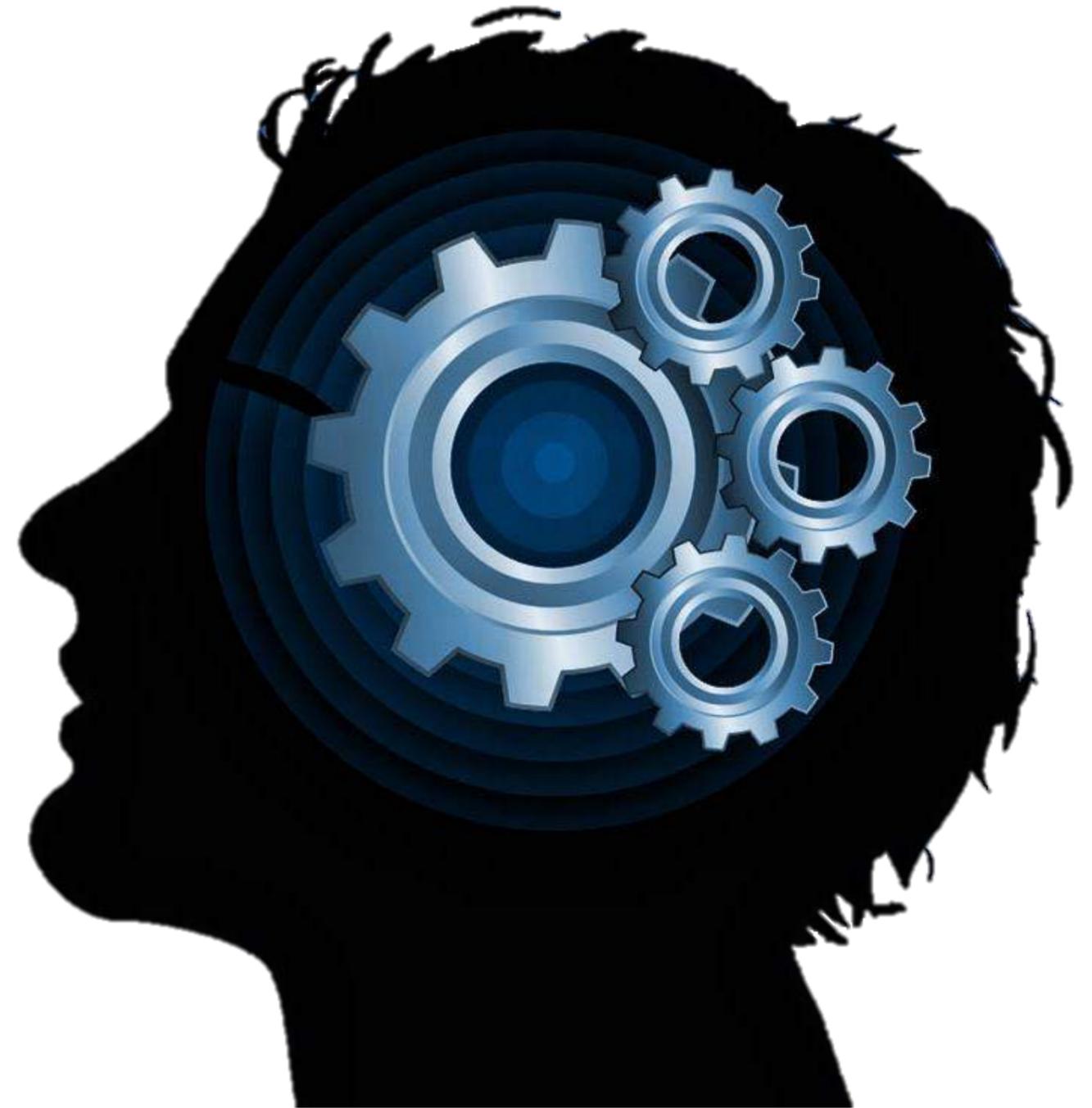


Essa teoria entende que a mídia exerce influência social limitada assim como qualquer outra força social (igreja, política, escola, etc.), ou seja, a mensagem midiática passa por diversos filtros individuais de caráter social do indivíduo antes de ser absorvida pelo mesmo.

Derivando daí a intensidade do efeito da mensagem no indivíduo, a Teoria Efeitos Limitados conclui que os filtros individuais são de caráter sociológico e não psicológico, como da Teoria da Persuasão.

Teoria Funcionalista

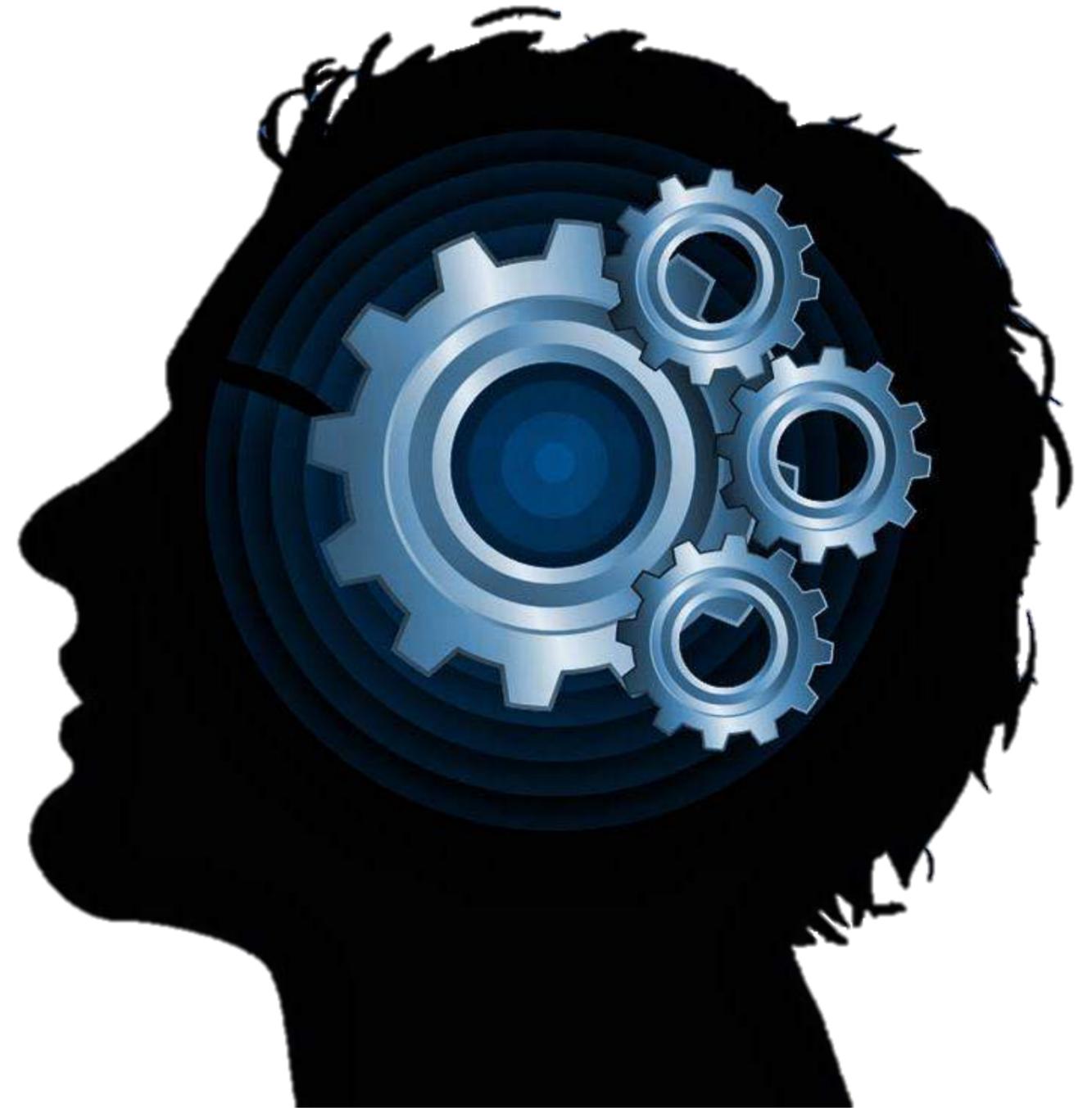
Posteriormente surge a Teoria Funcionalista que estuda o papel da mídia na sociedade e não mais apenas os seus efeitos. O indivíduo deixa de ser analisado apenas por seu comportamento, e passa a ser estudado por sua ação social, os valores que considera e os modelos sociais que adquire em comunidade.



Teoria Funcionalista

De acordo com esta perspectiva, especialmente a durkheimiana, as partes deste grande organismo não funcionam isoladamente. Elas foram desenhadas para funcionarem juntas e quando uma delas deixa de funcionar adequadamente todo o sistema sofrerá danos.

Todas as partes dependem entre si. Essas partes podem ser compreendidas como as instituições, os grupos sociais e demais atores que formam a sociedade, como agências estatais e a família.



Teoria Crítica

A Escola de Frankfurt, inaugurada no início da década de 20 na Alemanha, desenvolve a “Teoria Crítica” de teor marxista. Decorrente do nazismo ela fecha e reabre em Nova York na década de 50.

O filósofo e sociólogo alemão Walter Benjamin (1892-1940) apresenta uma linha de pensamento mais positiva no artigo “A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica” (1936).



Imagem: Estádio.

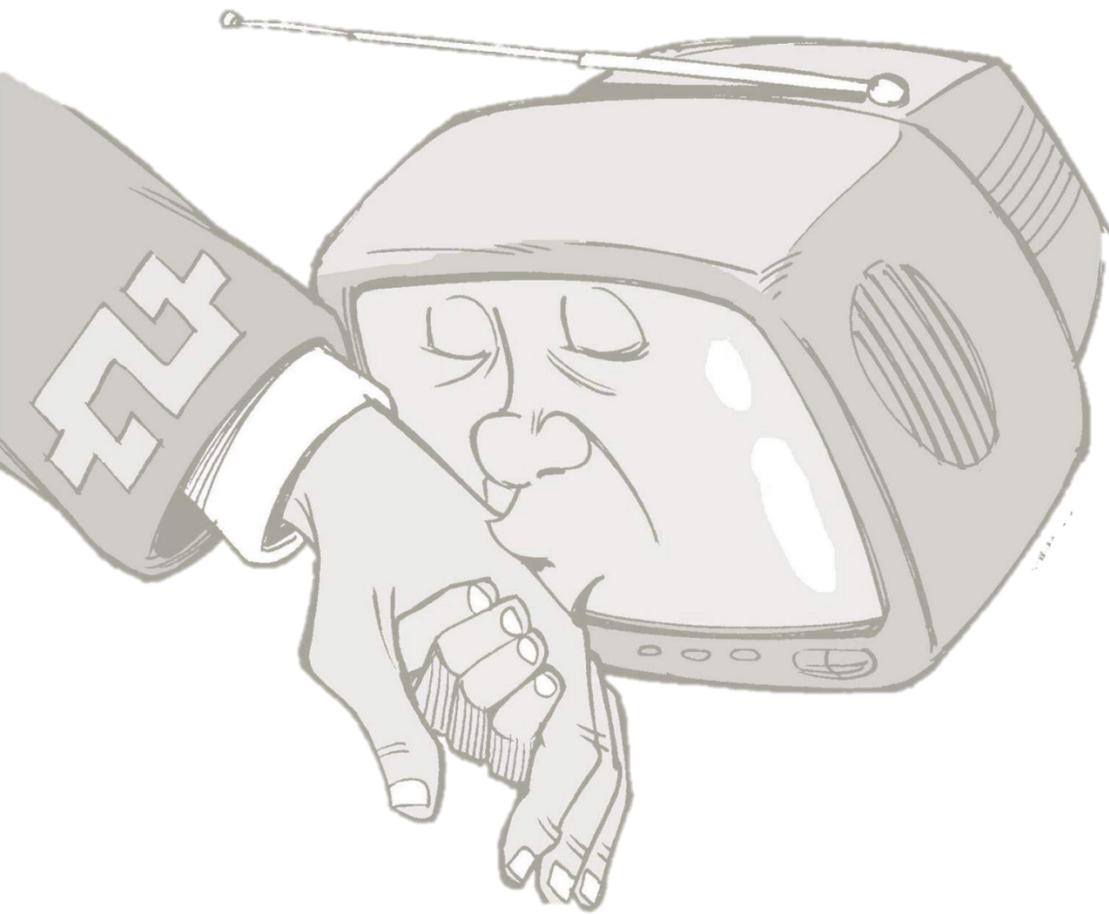
Teoria Crítica

Esse estudo aborda a democratização da cultura no sistema capitalista ao tornar os bens culturais objetos da reprodução industrial. A reprodução em série torna a arte um objeto de consumo cotidiano das massas, mesmo com a perda de sua “áurea”, a qual por sua vez, pode contribuir no desenvolvimento da intelectualidade da sociedade.

O filósofo, sociólogo e psicólogo alemão Erich Fromm (1900-1980), que aborda aspectos da alienação do ser humano na sociedade industrial e capitalista; e o sociólogo e filósofo alemão Herbert Marcuse (1898-1979) e seus estudos sobre o desenvolvimento da tecnologia.



Teoria Crítica



Ou seja, baseada em teorias marxistas que encaram a mídia como instrumento de influência social capitalista. A Teoria Crítica age por meio de repetição, e é nela que surge o fenômeno da indústria cultural em que a arte passa a ser reproduzida tecnicamente, como produto de consumo da massa. A obra de arte perde seu caráter artístico e passa a ter um caráter capitalista de consumo.

Teoria Culturológica

Na Escola Francesa, a “Teoria Culturológica” teve início nos anos 60 com a publicação da obra “Cultura de Massas no século XX” do antropólogo, sociólogo e filósofo francês Edgar Morin (1921).

Os estudos de Morin focaram na Industrialização da Cultura. Foi ele quem introduziu o conceito de Indústria Cultural.

Teoria Culturológica

Essa teoria, parte do pressuposto de que a mídia não produz uma padronização cultural, e sim se baseia em uma padronização já existente nas sociedades, que surge a partir de características nacionais, religiosas e/ou humanísticas.

Ou seja, a cultura de massa não é autônoma, mas depende de muitos aspectos particulares a cada organização social.



5 Teoria da Comunicação aplicadas na empresa

A comunicação aplicadas na empresa representam, em conjunto, décadas de estudos que buscam compreender os efeitos políticos, culturais, psicológicos, econômicos e tecnológicos das práticas comunicacionais. Sua origem está relacionada ao uso da comunicação de massa pelos regimes totalitários na Europa, particularmente no período entre as duas guerras mundiais, do século XX.

5 Teoria da Comunicação aplicadas na empresa

Define parâmetros básicos da comunicação humana: o falante, o discurso e o ouvinte. Nesse processo, o falante busca a melhor forma de persuadir seu interlocutor, o que consiste na conhecida arte da retórica.

Para as organizações, este é um paradigma primordial: elas estão continuamente em busca dos meios ideais de convencimento em relação aos clientes.

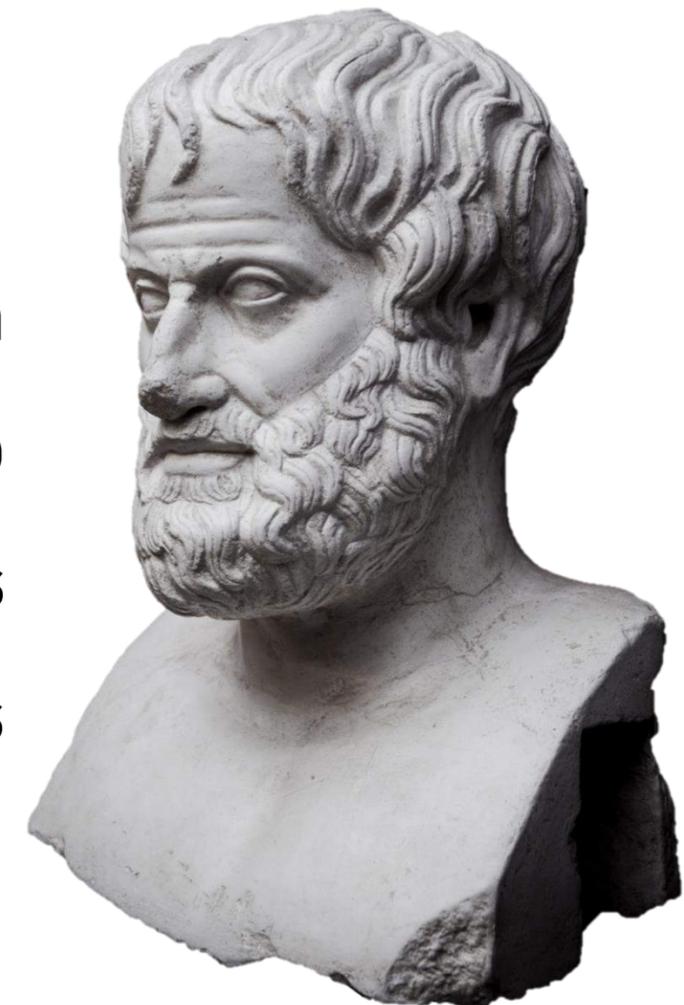


Imagem: InfoEscola.

5 Teoria da Comunicação aplicadas na empresa

Resume a comunicação como um processo baseado em estímulo e resposta: a mídia possui a capacidade de provocar certas reações nas pessoas.

Esta teoria trata os receptores como uma “massa amorfa”, ou seja, um conjunto indiferenciado de pessoas que podem ser facilmente manipuladas pelos meios de comunicação.

Mas, se sabe que esse modelo está ultrapassado. Pois, Qualquer empresa que tratar seus clientes internos e externos como massa única e sem opinião estará condenada ao fracasso.

5 Teoria da Comunicação aplicadas na empresa

Com a teoria comunicacional de Harold Lasswell, uma vez que todo processo comunicacional nas organizações precisa de propósitos claros: a empresa deve saber o que quer dizer e que meios serão ideais pra isso, além de ser capaz de identificar seu público.



5 Teoria da Comunicação aplicadas na empresa

A primeira teoria comunicação que insere o contexto cultural e psicológico, além de levar em conta as perspectivas de cada indivíduo. Assim, as mensagens da mídia não são assimiladas de qualquer jeito, bastando a vontade da mídia.

Na verdade, para persuadir alguém, é preciso considerar seu contexto sociocultural: se as pessoas não se sentirem relacionadas ao conteúdo, a comunicação será ineficaz.

As organizações atualmente entendem que para conectarem com seus clientes é fundamental tratá-los como pessoas únicas, dotadas de valores, preferências e desejos específicos.

5 Teoria da Comunicação aplicadas na empresa

A corrente funcionalista é aquela que lembra as organizações de que é preciso compreender o ser humano em sua totalidade, levando em conta hábitos culturais, os fenômenos sociais e as relações que as pessoas estabelecem entre si.

Portanto, às empresas cabe descobrir quais são as verdadeiras necessidades de seus públicos, em vez de impor escolhas prontas a eles.

SUGESTÃO DE VÍDEO



https://www.youtube.com/watch?v=-7dc-4bqozg&ab_channel=LiuMagalh%C3%A3es



**EM SUA OPINIÃO, QUAL TEORIA VOCÊ ACREDITA
SER MAIS EFICIENTE?**

<https://estudanteocioso.wordpress.com/>

<https://industrias-culturais.>

<https://innovia.com.br/>

<https://www.todamateria.com.br/>

<https://www.infoescola.com/>

REFERÊNCIAS

www.nurap.org.br



*DIVERSIDADE E
INCLUSÃO*

