



# Teorias de Media e Comunicação

(2)

## Introdução ao estudo de TMC

Rita Espanha

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias de  
Informação  
1º Semestre 2012/2013

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



# COMUNICAÇÃO

“Mecanismo através do qual existem e se desenvolvem as relações humanas”



O ato de comunicar é uma das formas fundamentais de existência



Atualmente comunicação é entendida,  
fundamentalmente como sendo:

“o transporte de ideias e emoções  
expressas através de um código”

comunicar é significar através de  
qualquer meio

# Mas, a comunicação é

... também um **processo** (Berlo, 1985: 33-37).

E a palavra processo designa um fenómeno contínuo que apresenta contínuas mudanças no tempo....



A comunicação é um processo precisamente porque se desenvolve num contínuo espaço-temporal em que coexistem e interagem permanentemente múltiplas variáveis.



# Hesmondhalgh e Toynbee (2008)

distinguem a teoria da comunicação  
e a teoria dos media.

# teoria da comunicação

origina-se no desenvolvimento da pesquisa nos Estados Unidos, frequentemente designada como teoria dos efeitos e que se afirma contra a teoria crítica de Adorno e de outros investigadores da escola de Frankfurt.

A teoria da comunicação produz novos elementos de pesquisa nos anos 1950 e 1960 e prolonga-se nas duas décadas seguintes.



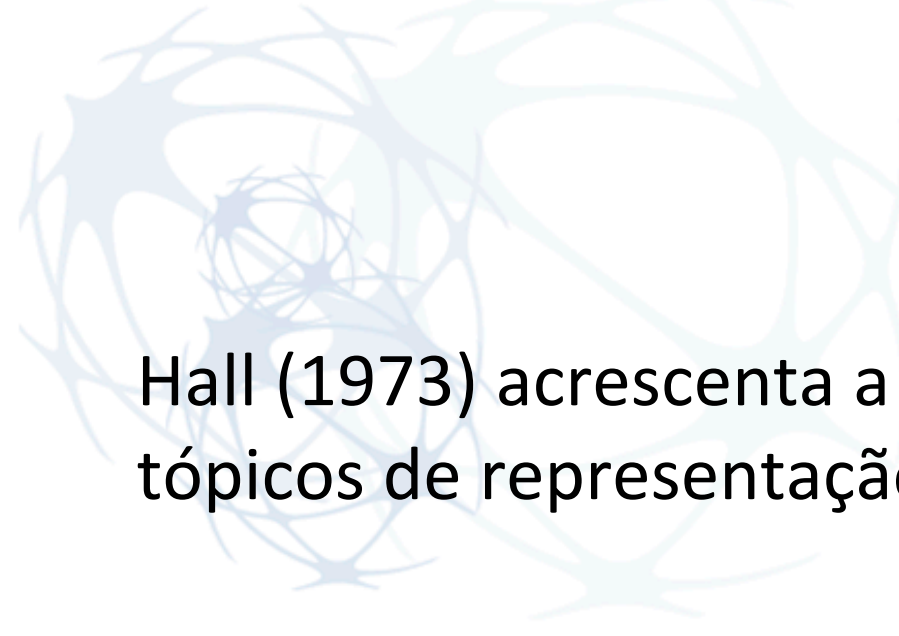


# A teoria dos media

estuda

produção, textos/conteúdos e audiências

ver manuais de teorias da comunicação de McQuail (2005),  
Williams (2003) ou Gripsrud (2002)



Hall (1973) acrescenta a estes eixos de análise os tópicos de representação, regulação e identidade.

Surgem então especialistas em análise textual, em análise de produção e em estudos de audiências, com interesses teóricos e fontes associados a cada um dos tópicos.



## Problema de partida para o estudo da Comunicação e dos Media:

determinar a amplitude dos efeitos dos meios de comunicação na sociedade e quais as suas características

# Definições Conceptuais:

- **Comunicação:** Processo de troca de ideias, mensagens ou informações, através da fala, de sinais, de escrita ou de comportamento. É o sistema de enviar e receber mensagens.
- **Comunicação social (*mass media*):** Conjunto de meios de difusão de informação de carácter jornalístico ou não que operam numa sociedade.



# Meio ou Media:

A. Conjunto de recursos técnicos e físicos que possibilitam a conversão do “signo” em “sinal” com o objectivo de ser transmitido por um canal de comunicação.

## Podem considerar-se **3 tipos de meios**, nesta definição:

1. meios apresentativos como a voz humana ou o corpo
2. meios representativos ou obras de comunicação como livros, jornais, fotografias, quadros, etc
3. meios técnicos ou transmissores: telecomunicações, rádio, televisão, internet, etc

## B. Canal – tecnológico ou mediático

através do qual são divulgadas as mensagens mediáticas. A sua configuração e características podem determinar a mensagem divulgada ou condicionar a sua leitura interpretativa

# Nesta definição consideram-se:

- Meios tradicionais :
  - Jornais e revistas (imprensa escrita)
  - Rádio
  - Televisão
- Meios Digitais: meios com características interactivas e que subvertem a função tradicional do conceito, na medida em que tornam o canal bidireccional (ou multidireccional)



# Massas e Massificação

Utiliza-se, muitas vezes, como sinónimo de multidão. A massificação é uma etapa da evolução do sistema mediático, inaugurada com o aparecimento das emissões regulares de rádio, no início do séc. XX.

Este conceito designa a capacidade dos media em atingir os elementos de uma audiência com uma mesma mensagem.



# Mensagem:

elemento do modelo clássico de comunicação.

Sequência ordenada e codificada de sinais que o emissor transmite utilizando um canal para o receptor.



## (7) Pressupostos e Características dos *Mass Media*



# 1. importante sector industrial



## 2. universo simbólico, objecto de um consumo maciço



### 3. investimento tecnológico em expansão contínua



## 4. experiência individual quotidiana



## 5. terreno de confronto político






## 6. sistema de intervenção cultural e de agregação social



## 7. Forma de passar o tempo – puro entretenimento

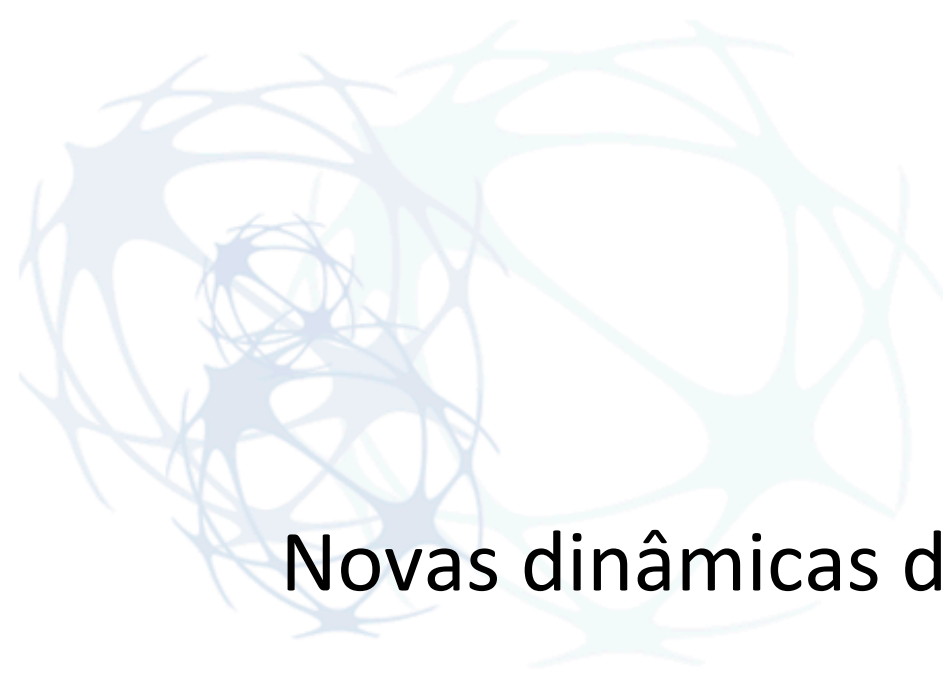


# **Novo sistema de media (4 características)**



(1)

# Narrativas construídas sobre imagem em movimento



(2)

# Novas dinâmicas de acesso à informação



(3)

Audiências

Utilizadores/consumidores que são também  
produtores e Inovadores



(4)

## Novos modelos de notícias e de entretenimento



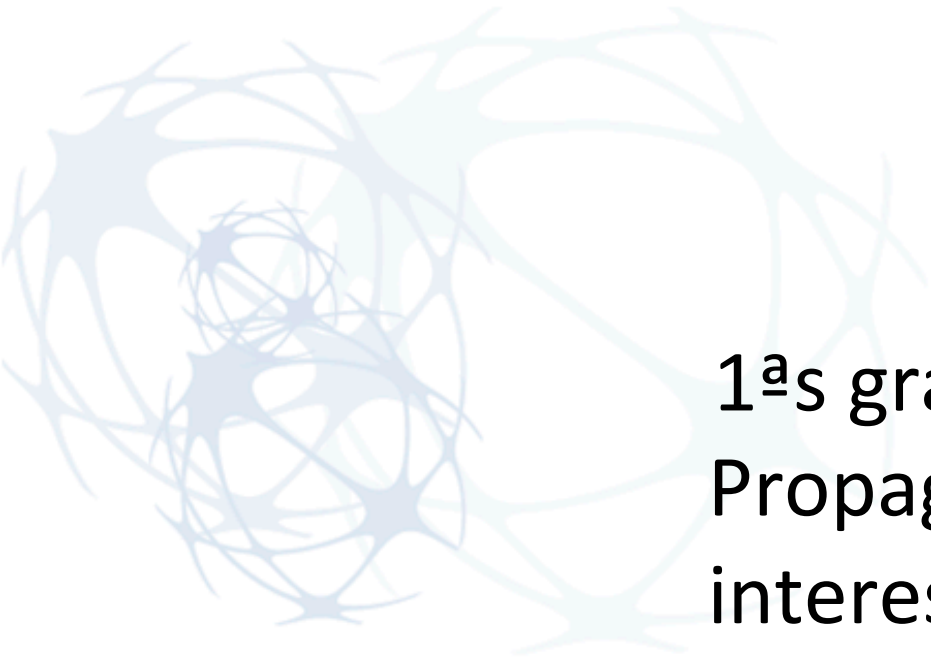
# Abordagem Histórica



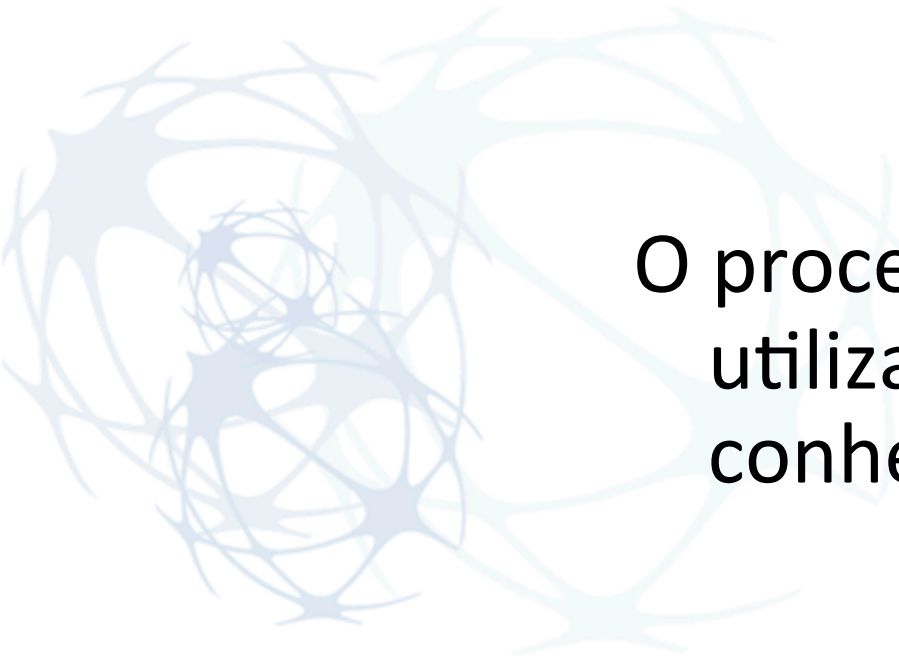
# Propaganda

Vem do latim “propagare” que significa o acto de espalhar sementes pela terra para fazer nascer novas plantas

Começou a ter uma imagem “negativa” durante a 1ª Guerra Mundial (1914-18)




1<sup>ª</sup>s grandes campanhas de Propaganda ideológica – os interesses britânicos lançaram uma operação sistemática e intensiva com o objectivo de mudar a opinião das populações britânicas e da americanas em relação à intervenção militar no continente europeu



O processo de propaganda utilizado nesta época ficou conhecido por “Balas de Papel”

Nunca antes tinha sido colocada em prática uma tão grande campanha - operação de persuasão colectiva, envolvendo o uso de meios de comunicação social numa escala sem paralelo e de uma forma tão coordenada.



Os 1ºs estudos sobre comunicação social surgem no contexto do pós-guerra e têm como principal objecto as campanhas de propaganda dos aliados.



## Questões de partida:

1. que poder têm os meios de comunicação?
2. qual o efeito que produzem nas populações?

**Conclusão** : A determinados estímulos difundidos pelos meios de comunicação social sucediam-se efeitos precisos

Estímulo



resposta

- Isto é a base da teoria mecanicista, que transforma a comunicação num processo de reação
- daqui surgiu a 1ª teoria da Comunicação de massas, conhecida como a **“Teoria das Balas Mágicas”**

# Ideia Base:

A sociedade moderna era constituída por indivíduos aglomerados em massas uniformes que respondiam de forma imediata e direta aos estímulos da comunicação social.

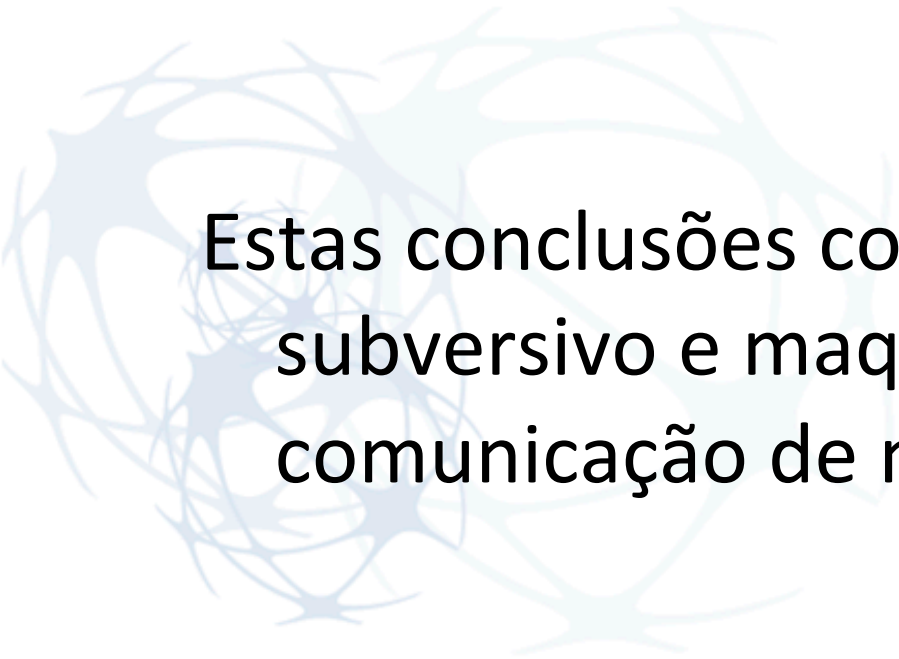
O modelo transformou-se numa teoria da propaganda, concebendo a comunicação de massas como onnipotente e criando um receio generalizado quanto à sua influência.



# Estudos sobre Cinema (anos 20-30):

“O cinema trazia novas ideias às crianças e influenciava a sua atitude e comportamento. Os filmes estimulavam as emoções e apresentavam padrões morais diferentes dos partilhados pelos adultos. Além disso, o cinema perturbava o sono e influenciava a interpretação que as crianças faziam da realidade”





Estas conclusões confirmaram o carácter subversivo e maquiavélico dos meios de comunicação de massas.

**“Legado do Medo”**: receio da Comunicação Social – baseado nas conclusões de que a comunicação social influenciava, de facto, e de forma direta e causal, os indivíduos.



Mas ...

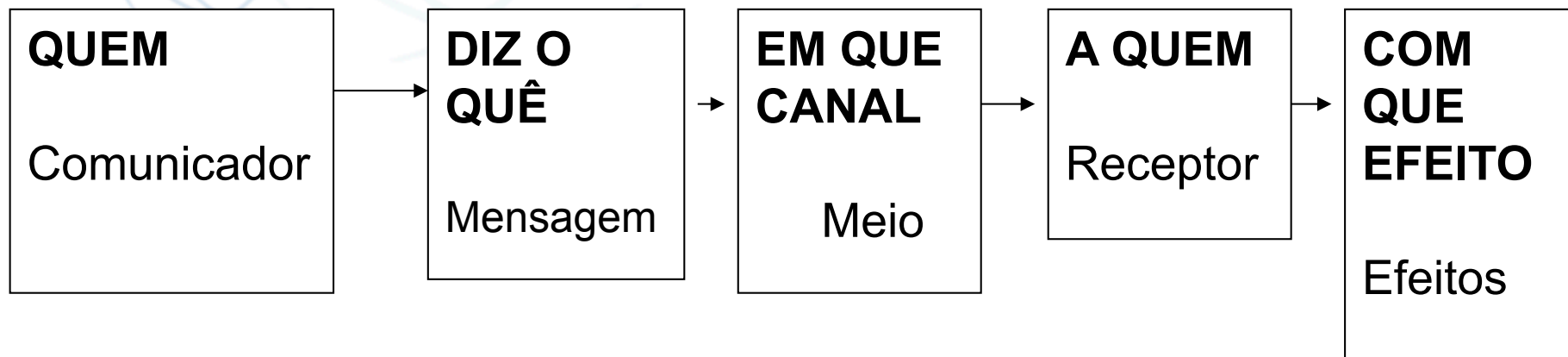
como o demonstrou a emissão de rádio de Orson Wells, a “Guerra dos Mundos” – o público não era uniforme e a comunicação social não atingia todos da mesma maneira...

# Paradigma de Lasswell ou Teoria Hipodérmica

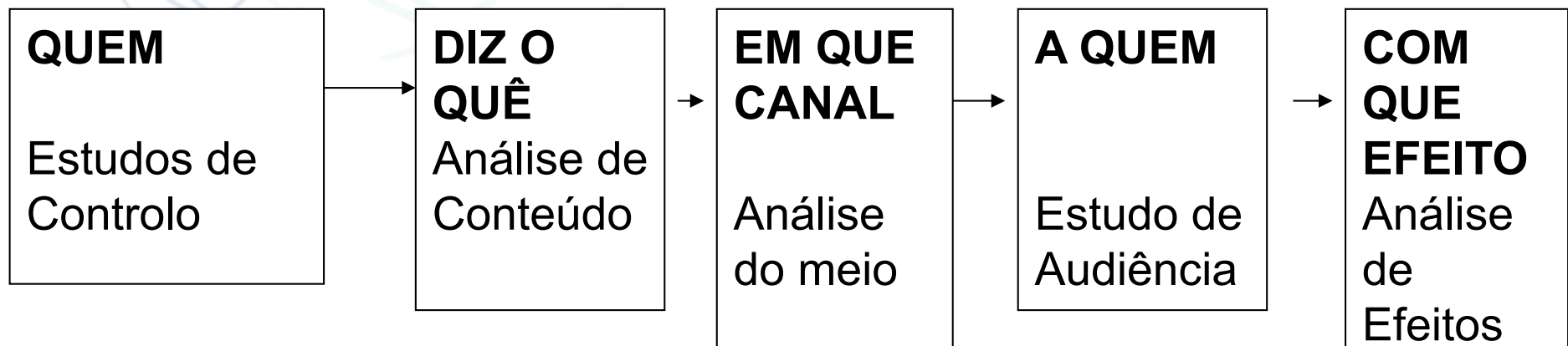
Uma forma adequada para desenvolver um ato de comunicação é responder às seguintes questões:

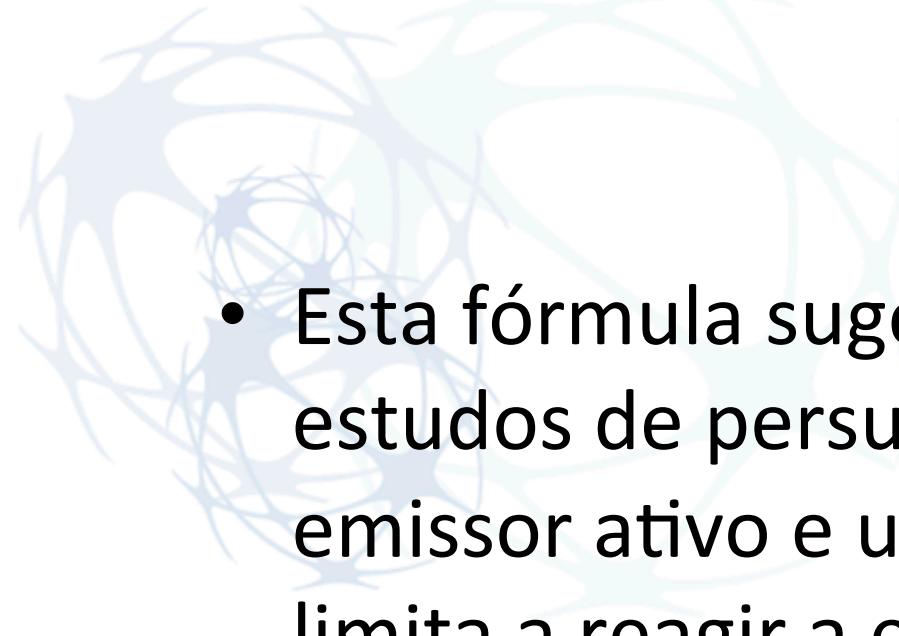
- QUEM
- DIZ O QUÊ
- EM QUE CANAL
- A QUEM
- COM QUE EFEITO?”

Para cada termo do enunciado  
correspondia um elemento específico do  
ato de comunicação:



Cada pergunta é respondida por um determinado tipo de pesquisa:



- 
- Esta fórmula sugere a linearidade típica dos estudos de persuasão da época: Há um emissor ativo e um receptor passivo que se limita a reagir a estímulos.
  - Toda a comunicação é intencional e destina-se a obter efeitos , isto é, manipular

# Paul Lazarsfeld

Com outros investigadores, estudou os mecanismos por detrás das decisões de voto dos eleitores

## **problema de partida:**

descobrir como e porque motivo as pessoas decidem votar de uma determinada forma



Teoria conhecida por : **TWO STEP-FLOW**

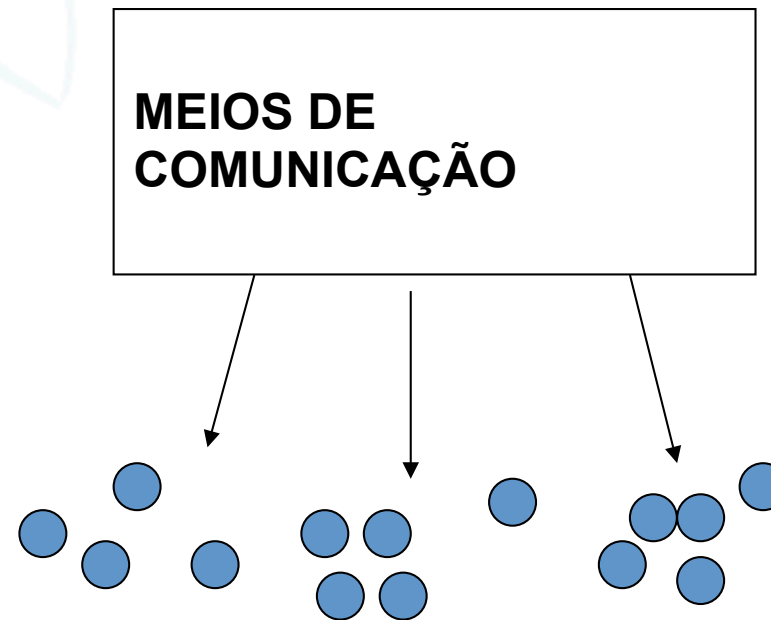


Informação propagada a 2 tempos

Tem como fundamento a descoberta do “Líder de Opinião”, um personagem que fazia a ligação entre os meios de comunicação e o eleitorado.



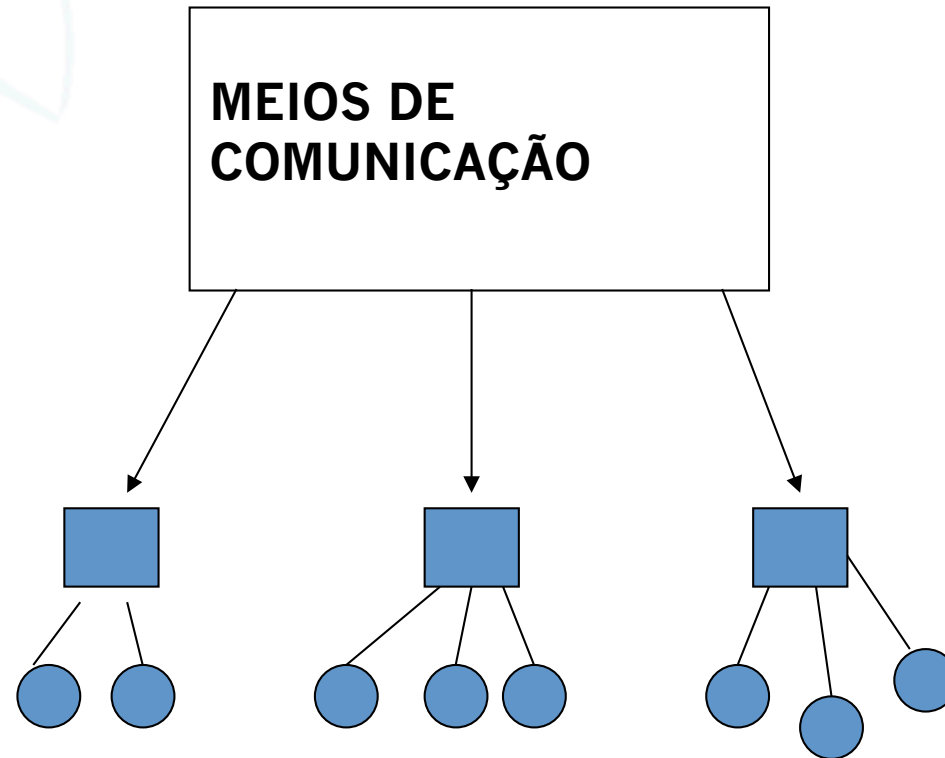
# TEORIA DAS BALAS MÁGICAS



- Indivíduos isolados que constituem uma massa

# TWO-STEP FLOW

- Líder de Opinião
- Indivíduos em contacto social com o líder de opinião



# Conclusões:

- Na formação da opinião existem influências mais poderosas do que a comunicação de massas e o Líder de Opinião, neste contexto, é um elemento central.
- Esta teoria põe em causa a teoria dos efeitos totais, ao considerar:

“a percepção de que a comunicação de massas não era onnipotente e de que as relações sociais desempenhavam um papel até aí insuspeito na formação de opinião.”

# Mas, esta teoria tinha alguns pontos fracos, nomeadamente:

- Os líderes de opinião não recebem as suas informações necessariamente dos meios de comunicação social, mas também de outros líderes de opinião
- Os que influenciam e os que são influenciados podem trocar reciprocamente de papéis
- Algumas pessoas, nomeadamente os mais interessados em inovações tecnológicas, preferem receber as suas informações diretamente dos meios de comunicação social

- Assim , os autores passaram a considerar o processo comunicativo como sendo a “vários tempos”, ou seja, uma comunicação **Multi-Step**.
- A grande contribuição destas abordagens deixou de se falar em “manipulação” e passou a falar-se apenas de “influência”