



Teorias da Comunicação

João José A. Curvello

Material do curso ministrado na ABRP, em setembro de 1997

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação



Introdução

O Mito da Objetividade na Comunicação

- **Objetividade:** qualidade de um texto informativo que procura retratar fielmente os fatos, sem a interferência de valores subjetivos e opiniões pessoais no processamento da informação.
- A objetividade é impossível, em termos absolutos.
- Tanto em veículos impressos quanto audiovisuais, e até mesmo na fotografia, o simples mecanismo de seleção das informações a serem divulgadas, e o encadeamento dessas informações no discurso, já eliminam a pretensa objetividade.
- Em jornalismo, é mais adequado falar-se em honestidade de informação do que em objetividade. (*Rabaça e Barbosa, 1978: 397-398*)

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Conceitos Tradicionais

Aristóteles - conceito de retórica

- locutor-discurso-ouvinte
- propósito: a busca de todos os meios possíveis de persuasão

Teoria Hipodérmica

- cada elemento do público é pessoal e diretamente atingido pela mensagem
- combinação: teoria da sociedade de massa + teoria psicológica da ação

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Conceitos Tradicionais

Sociedade de massa

- A massa é constituída de um conjunto homogêneo de indivíduos que, enquanto seus membros, são essencialmente iguais, indiferenciáveis, mesmo que provenham de ambientes diferentes, heterogêneos e de outros grupos sociais.
- A massa é composta por pessoas que não se conhecem, que estão separadas umas das outras no espaço e que têm poucas ou nenhuma possibilidades de exercer uma ação ou influência recíprocas.
- Não possui tradições, regras de comportamento ou estrutura organizativa
(Blumer)

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

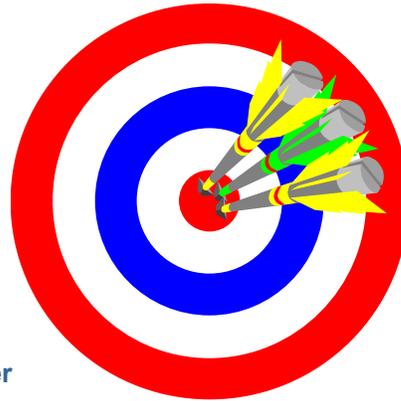
Conceitos Tradicionais

Isolamento

- fator que explica a manipulação dos primeiros meios de comunicação

Modelo comunicativo

- estímulo e resposta
- efeitos instantâneos, mecânicos e amplos
- se uma pessoa é apanha pela propaganda pode ser controlada, manipulada, levada a agir



Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Conceitos Tradicionais

Harold Lasswell: superando a teoria hipodérmica

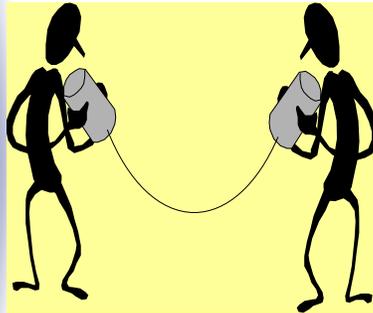
- uma forma conveniente de descrever o ato da comunicação consiste em responder às questões:

quem
diz o quê
por meio de qual canal (meio)
a quem
com que efeito?

- Lasswell ameniza a influência mecanicista do estímulo-resposta; considera categorias sociais e diferenças individuais.

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Conceitos Tradicionais



- processos assimétricos = comunicador ativo/massa passiva de destinatários
- comunicação é intencional, tem por objetivo obter efeito
- o conteúdo é o instrumento de persuasão
- papéis de comunicador e destinatário surgem isolados
- relações eram tidas como irrelevantes

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

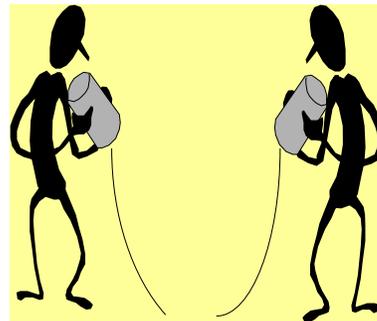
Conceitos Tradicionais

Evolução da *communication research*

- na influência das comunicações de massa intervêm as resistências que indivíduos opõem de várias formas

novas abordagens:

- psicológico-experimental, de tipo sociológico e a abordagem funcionalista dos meios de comunicação



Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Conceitos Tradicionais

Abordagem empírico-experimental ou da persuasão

- evidencia a complexidade dos elementos que estão em jogo na relação emissor, mensagem e destinatário
- estudo da *máxima eficácia* persuasiva
- características do destinatário que intervêm no efeito
- persuadir os destinatários é um objetivo possível, se a forma e a organização da mensagem forem adequadas aos fatores pessoais que o destinatário ativa quando interpreta a própria mensagem
- causa (estímulo) - (processos psicológicos intervenientes) - efeito (resposta)
- estudo dos efeitos em situação de campanha

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Teorias da persuasão - Fatores de audiência

Interesse em obter informação

- a existência de parte do público que desconhece os assuntos tratados em uma campanha está relacionada com interesse e motivação em informar-se
- há qualquer coisa nos não informados que os torna difíceis de atingir
- quanto maior a exposição, maior o interesse
- a falta de acesso à informação contribui para o desinteresse

Exposição seletiva

- os receptores tendem a expor-se à informação que está de acordo com as suas atitudes e a evitar aquelas de que discordam
- é mais provável que a comunicação reforce opiniões pré-existentes
- outras variáveis: instrução, utilidade dos media etc.
- complexidade

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Teorias da persuasão - Fatores de audiência

Percepção seletiva

- receptores expõem-se às mensagens protegidos por predisposições já existentes
- a interpretação pode até mudar o sentido da mensagem
- efeitos de assimilação e contraste
- assimilação: opiniões não são muito diferentes; há pouco envolvimento com o assunto; atitude positiva para com o comunicador.
- contraste: o oposto.

Memorização seletiva

- os aspectos de concordância são mais memorizados que os outros
- quanto maior o tempo de exposição à mensagem, maior essa tendência
- efeito Barnett: argumentos favoráveis tendem a ser recordados, em detrimento dos contrários
- efeito latente (sleeper effect): a eficácia persuasiva aumenta à medida que o tempo passa

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Teorias da persuasão - Fatores da mensagem

Credibilidade do comunicador

- logo após a captação da mensagem, os receptores tendem a aceitar mais os argumentos emitidos por fontes credíveis
- com o passar do tempo, entra em cena o efeito latente
- pode haver aceitação do conteúdo, mas a escassa credibilidade da fonte seleciona a sua aceitação

A ordem da argumentação

- o que é mais eficaz: argumentos iniciais a favor de uma proposição ou os finais, contrários?
- efeito primacy: maior eficácia dos argumentos iniciais
- efeito recency: se são mais influentes os argumentos finais
- o efeito primacy tende a se fazer presente quando o destinatário não tem qualquer conhecimento do tema
- o efeito recency aparece quando há familiaridade com o tema
- relação com outras variáveis

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Teorias da persuasão - Fatores da mensagem

Integralidade das argumentações

- o que causa mais impacto: apresentar um único aspecto ou ambos aspectos de um tema controverso?

Pesquisa (Hovland, Lumsdaine, Sheffield)

- quem já tinha opinião contrária: ambos os aspectos
- quem já estava convencido: apenas aspectos favoráveis
- maior instrução: dois aspectos
- menor instrução e convencidos: só aspectos favoráveis

Explicitação das conclusões

- quanto maior o envolvimento com assunto: conclusões implícitas
- no caso de assuntos complexos e de públicos pouco familiarizados: conclusões explícitas são mais eficazes

A persuasão opera através de percursos complicados, mas as comunicações de massa exercem-na.

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Efeitos Limitados

Abordagem dos efeitos limitados

- orientação sociológica
- dimensão prático-aplicável

Duas correntes:

- estudo da composição diferenciada dos públicos e dos seus modelos de consumo dos *mass media*
- pesquisa sobre a mediação social que caracteriza esse consumo

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Efeitos Limitados

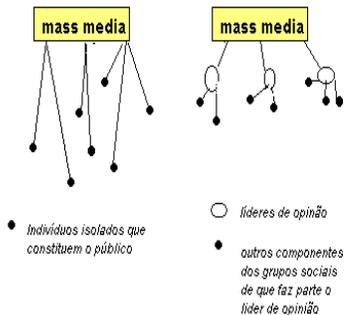
- A análise dos fatores que implicam preferências por um determinado meio ou por um gênero específico, relaciona-se com a análise da estratificação dos grupos sociais que revelam tais hábitos de consumo
- Foco: variação do consumo por idade, sexo, profissão, classe social, nível de escolaridade, modelos de expectativas, preferências, avaliações e atitudes para com os *media*
- Atenção centra-se no âmbito social em que as comunicações operam e de que fazem parte

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Efeitos Limitados

- a eficácia da comunicação só pode ser pesquisada no contexto social
- descoberta dos líderes de opinião e do fluxo de comunicação em dois níveis (*two step flow of communication*)
- mediação social
- cristalização das opiniões
- os efeitos derivam da rede de interações
- esgotamento do conceito de massa?
- contexto de baixa difusão

Comunicação em Dois Níveis



Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Abordagem Estrutural-Funcionalista

- A questão de fundo já não são os efeitos mas as funções exercidas pela comunicação de massa na sociedade
- Estudo da comunicação a partir do problema do equilíbrio e do conflito sociais
- O sistema social, na sua globalidade é entendido como um organismo cujas diferentes partes desempenham funções de integração e de manutenção do sistema.
- Tendência para a homeostase (*Parsons*)

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Funções dos Meios de Comunicação

Atividades comunicativas:

- observação atenta do ambiente
- interpretação dos acontecimentos
- transmissão cultural
- entretenimento
- As funções seriam as conseqüências do desempenho dessas atividades

Funções

difusão de informações

quanto à sociedade:

- em situações de ameaça e perigo, alerta os cidadãos
- fornece instrumentos para o exercício de atividades

quanto ao indivíduo

- atribuição de status às pessoas focadas pela mídia
- reforço do prestígio de ser bem informado
- reforço das normas sociais

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Disfunções

- o livre fluxo informativo pode *ameaçar* a estrutura fundamental da própria sociedade
 - a difusão de notícias alarmantes pode gerar pânico em vez de atenção
 - excesso de informações pode levar as pessoas a se protegerem em um mundo particular, isolado
 - conformismo e baixa qualidade cultural e estética
- Disfunção narcotizante**
Disfunção e função
- a existência de camadas sociais politicamente apáticas e inertes é contrária aos interesses de uma sociedade moderna
 - os mídia melhoram o grau de informação da população, mas
 - pode acontecer que a expansão das comunicações contribua para *desviar as energias humanas da participação ativa* para as *transformar em conhecimento passivo*

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Usos e Gratificações

- pergunta básica: o que as pessoas fazem com os *mass media*?
 - o efeito da comunicação de massa decorre das *satisfações às necessidades do receptor*
 - pequena mudança no papel do receptor: *sujeito comunicativo*
 - associa o consumo, a utilização e os efeitos à estrutura de necessidades do destinatário: *cognitivas; afetivas e estéticas; afirmação pessoal; integração social; evasão.*
- Pontos fundamentais:**
- a audiência é percebida como ativa
 - a iniciativa de relacionar a satisfação das necessidades com a escolha dos meios depende do destinatário
 - os *mass media* competem com outras fontes de satisfação de necessidades
 - os receptores identificam os objetivos de utilização
 - qualquer juízo de valor sobre os *media* deve vir dos receptores

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Usos e Gratificações

Síntese:

- desloca a origem do efeito do conteúdo da mensagem para todo o contexto comunicativo
- a atividade seletiva, e interpretativa, do receptor, baseada em necessidades, passa a constituir parte estável do processo comunicativo
- dá a entender que a utilização dos *mass media* está orientada para um fim (necessidades)
- é questionável o *poder* atribuído ao receptor
- os media não são as únicas fontes de satisfação dos vários tipos de necessidades dos indivíduos
- críticas...

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Conceitos Tradicionais

Transferência (*Berelson e Steiner*)

- transmissão de informação, idéias, emoções, habilidades, etc., pelo uso de símbolos-palavras, quadros, cifras, gráficos, etc. é o ato ou processo da transmissão do que geralmente se chama comunicação.

Influência (*Osgood*)

- Em sentido mais geral, temos comunicação sempre que um sistema, uma fonte, influencia outro, o destinatário, mediante a manipulação de sinais alternados que podem ser transferidos pelo canal que os liga.

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Conceitos Tradicionais

Teoria Matemática (*Shannon e Weaver*)

- vamos usar a palavra comunicação num sentido muito amplo, incluindo todos os procedimentos mediante os quais qualquer mente pode afetar outra mente.
- componentes: fonte da informação, o transmissor, o canal, o receptor e o destinatário.

Teoria matemática aplicada à comunicação humana (*Schramm*)

- comunicação é compartilhar informação, idéias ou atitudes.
- requer sempre 3 elementos: fonte, mensagem e destinatário.
- Traz para o sistema os termos *codificador* e *decodificador*.

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Conceitos Tradicionais

Processo (*David Berlo*)

- eventos e relações dinâmicos, mutáveis, contínuos.. uns afetam os outros
- não se pode falar do começo ou do fim da comunicação ou dizer que uma idéia particular venha de uma fonte específica, ou que a comunicação se produza num só sentido...

Controle (*Wiene - Westley e McLean*)

- introdução da retroalimentação (mecanismo de controle)
- receber de volta, dos receptores, reações indicativas quanto à eficácia do esforço persuasivo e, segundo esse resultado, ajustar as mensagens aos alvos.

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Conceitos Tradicionais

O esquema persistente: **F - M - C - R**

- ato ou processo de transmissão de mensagens de fontes a receptores através do intercâmbio de símbolos (pertencentes a códigos compartilhados entre ambos), por meio de canais transportadores de sinais
- alvo: afetar comportamento do receptor (persuasão)
- retroalimentação é útil para o alcance das metas do comunicador

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Crítica aos Conceitos Tradicionais

Teoria do Balde (*David Berlo*)

- visão tradicional de que os significados estão nas palavras e símbolos e que comunicar consiste em transmitir idéias de um indivíduo a outro, tal como verter as idéias, a partir de uma fonte para um *balde*, levando o recipiente até o receptor para esvaziar esse conteúdo sobre sua cabeça
- não há significados corretos para cada símbolo, o que há são os significados que cada pessoa tem
- probabilidade...

Bilateralidade (*Lerner, Schramm*)

- interação e retroalimentação bilateral surgem como conceitos essenciais
- comunicação não se reduz, portanto, à transmissão mecânica de informação
- comunicação é relação
- comunicação como interação social por intercâmbio de mensagens que envolvem participação cultural (*Gerbner*)
- audiência *ativa e obstinada*

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Crítica aos Conceitos Tradicionais

Teoria X Prática

- embora os discursos profissional e acadêmico reconheçam o caráter bidirecional da comunicação, predomina, na prática, o paradigma F - M - C - R
- o que é descrito como interação na teoria dos efeitos limitados, p.ex. em geral não passa de um modelo unilateral
- modelo comunicativo prático é, em síntese, um modelo de transmissão

Síntese das Críticas

- definição unilinear e mecânica de transmissão de informações de fontes ativas a emissores passivos muda para a noção de que não há transmissão: no fundo, provoca-se significados já existentes nas pessoas
- comunicação não é ato, mas processo; é relação social, fenômeno de intercâmbio de experiências e não mero exercício unilateral de influência
- confusão entre *informação* e *comunicação*

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Alternativas aos conceitos tradicionais

- Comunicação democrática
- modelo participatório X modelo oligárquico (*Lasswell*)
- comunicação vertical X comunicação horizontal
- Novos modelos: EMIREC (reunião emissor-receptor); comunicação como participação social ativa; modelo de intercâmbio em comunicação humana (*Harms e Richstad*); comunicação horizontal (*UNESCO*)
- comunicador-comunicador
- múltiplas finalidades; acesso; diálogo; participação; direitos de comunicação; necessidades, recursos

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação



Teoria Crítica

- **Institut für Sozialforschung (Instituto de Pesquisa Social), Frankfurt - 03 de fevereiro 1923**
- **Eixos: dialética da razão iluminista e a crítica da ciência; a dupla face da cultura e a discussão da indústria cultural e a questão do estado e suas formas de legitimação na moderna sociedade de consumo**
- **construção analítica dos fenômenos que investiga**
- **atribuição dos fenômenos às forças sociais que os provocam**
- **proposta de uma teoria da sociedade entendida como um todo em oposição às disciplinas setoriais típicas do funcionalismo**
- **crítica dialética da economia política**
- **busca do sentido dos fenômenos estruturais da sociedade contemporânea, o capitalismo e a industrialização**

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação



Teoria Crítica e Indústria Cultural

- **a dupla face da cultura: produção material (civilização) e a produção de bens espirituais (cultura)**
- **cultura como promessa**
- **produção cultural gradualmente cooptada pela esfera da civilização**
- **a cultura e a arte como crítica e radicalidade**
- **produtos culturais deixam de pertencer a uma elite para se converterem em bens de consumo de massa**
- **produto cultural integrado à lógica do mercado deixa de ser cultura: torna-se mercadoria, reduzida a valor de troca**
- **cultura como reprodução do sistema**
- **funções da nova produção cultural: ocupar o espaço de lazer; felicidade realizada no presente; eliminação da dimensão crítica.**
- **apropriação das formas de representação e supressão da reflexão**

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Teoria Crítica e Indústria Cultural

- a obra de arte, a aura e a perda da aura (*Benjamin - A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica - 1935-36*)
- valor de culto X valor de exposição
- aura: unicidade e distância
- perda da aura: tecnificação, reprodução técnica, massificação do consumo de bens culturais
- valor de consumo: acessibilidade

Diferenças entre Adorno e Benjamin

- *Adorno*: desvirtuamento da obra de arte, dissolução na realidade banal, destruição do valor de negatividade e despolitização do destinatário
- *Benjamin*: a desauratização levaria à politização, crítica à estetização da política como forma fascista de utilizar a arte *versus* a politização da arte pelo comunismo

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Teoria Crítica e Indústria Cultural

- termo cunhado por Horkheimer e Adorno em *A Dialética do Iluminismo (1947)*
- oposição com o termo cultura de massa (que nasce espontaneamente das próprias massas; forma contemporânea de arte popular)
- impõe standardização e organização; estereótipos e baixa qualidade
- vida reduzida à esfera privada e como apêndice do processo material de produção
- a máquina da indústria cultural determina o consumo e exclui tudo que é novo, tudo que se configura como risco inútil
- dupla função: representação e consolidação da ordem; e crítica e denúncia

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Comunicação e Semiótica

- **Ciência dos signos**
- **Semio = sinal = signo - tudo ou qualquer coisa que representa outra, em certa medida e para certos efeitos**
- **Objeto: toda ou qualquer coisa que se organize ou tenda a organizar-se sob a forma de linguagem, verbal ou não**
- **Fornecer instrumentos para interpretação dos conteúdos das mensagens comunicativas**
- **Permite ler o mundo**
- **Serve para estabelecer ligações entre códigos e linguagens**
- **O signo só existe em associação com outros signos**

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Comunicação e Semiótica

- **Saussure: o projeto semiológico**
- **Relação entre os signos lingüísticos e não-lingüísticos = significação**
- **A lingüística estuda a palavra falada, mas não deixa de ser influenciada pela palavra escrita**
- **Cada palavra é diferente de outra palavra - conceito de oposição - para cada idéia há um componente *não idéia*. (P. ex. feio/belo, claro/escuro, morte/vida)**
- **O modelo bilateral: o *signo* e seus constituintes, significante e significado - exclusão do objeto de referência**
- ***Significante*: representação, parole, palavras: ex. palavra cadeira**
- ***Significado*: aquilo que tem que representar: objeto cadeira.**

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Comunicação e Semiótica

- **Sintagma**
- **organização linear das palavras numa frase**
- **horizontal**
- **digital (por partes, lógica)**
- **sucessividade (ordenação)**
- **contigüidade (proximidade física, seqüencial)**
- **Hipotaxe**
- **Subordinação**
- **Paradigma**
- **vários sentidos possíveis**
- **vertical**
- **analógica (tudo junto, soma de linguagens, operações mentais)**
- **similaridade (parecido)**
- **metáfora**
- **parataxe (coordenação, justaposição, igualdade)**

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Comunicação e Semiótica

Charles Sanders Peirce: o modelo triádico

- **Primeiridade: noções de possibilidade, fenômeno, de qualidade, sentimentos, sensações, surpresa**
- **Secundidade: noções de choque e reação, signo relacional**
- **Terceiridade: noções de generalização, norma, lei, hábito da secundidade, regularidade, síntese**

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Comunicação e Semiótica

- **Primeira tricotomia:**
ícone, índice, símbolo
- Ícone: símbolo de **primeiridade, sensação, representa ele mesmo, qualidades, uma constatação: ex. cores, música, foto de quem amamos**
- Índice: **secundidade, capta algo, relação física/mental do objeto com ele mesmo, o que quer dizer, causa/efeito: Ex. pegadas na areia, foto jornalística, perfuração à bala**
- Símbolo: **terceiridade, relação de lei, arbitrário, argumento, hábito. Ex. placa de trânsito**

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Comunicação e Semiótica

- **foco no sistema**
- **duas questões emergem: uma, que vincula o autor ao texto; e outra, que associa o leitor ao texto. O texto tem o poder de *mediação*; não mais a mediação emissor/receptor, mas mediação na acepção da atribuição de *sentido***
- **o autor, por processo seletivo e combinatório, exercitado nos planos sintagmático e paradigmático, preconstitui os elementos que pretende venham a ser usados pelo leitor para a fundação do sentido; monta o mecanismo que pretende seja acionado pelo leitor; este, adapta-o às próprias condições e funda sentido textual. É na leitura que se articula o sentido do texto.**
- **comunicação: ocupação comunitária do espaço discursivo**

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Comunicação e Semiótica

- o texto só é o lugar de encontro do autor com o leitor porque atua como mediador entre os interesses de ambos, que residem além do texto: no tema, no conteúdo, no assunto
- semiótica teria melhores condições de entender a instauração do sentido por se centrar no sistema e não no processo
- os elementos preconstituídos no espaço discursivo entram em confronto com o espaço textual do leitor - *assimetria*
- em síntese: *destinatários não recebem simples mensagens reconhecíveis, mas conjuntos textuais; eles não confrontam as mensagens com códigos reconhecíveis como tal, mas com conjuntos de práticas textuais; os destinatários não recebem uma só mensagem; recebem muitas, que em sentido sincrônico, quer em sentido diacrônico (Eco-Fabri)*

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Comunicação e Imaginário

- relação entre comunicação e psicanálise
- necessidade de conhecer o lado de dentro da consciência para:
 - ⇒ compreender como as pessoas percebem os estímulos comunicativos
 - ⇒ como as informações agem sobre o cérebro humano
- as teorias interpretativas do cérebro e os problemas da metáfora cérebro-computador
- volume de informações
- inteligência não inteligente: *percepção consciente + percepção inconsciente*
- a percepção está limitada pelos tabus culturais e pelos sistemas perceptivos

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação



Comunicação e Imaginário

Defesas perceptivas

- mecanismos que subordinam informações ao inconsciente, de forma a esconder aquelas que possam causar ansiedade, depressão, confusão e sobrecarga informativa

Repressão

- expulsão de recordações, percepções ou sentimentos considerados ameaçadores, traumáticos ou tabus. A informação reprimida retorna em forma de sonhos simbólicos, racionalizações, falsas motivações e projeções
- as duas maiores áreas de repressão se relacionam com a reprodução (sexo) e a morte. O começo e o fim.
- por isso, sexo e morte são as metáforas mais exploradas pela mídia

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação



Comunicação e Imaginário

Isolamento

- defesa pela qual os homens podem saber de algo conscientemente, mas evitam fazer associações que provoquem ansiedade, culpa, etc. O isolamento pode ser provocado pelas culturas e geralmente pode ser condicionado.
- mídia usa o signo como escudo contra emoções fortes, como representação neutralizada das ações, mantendo o que é transmitido fora, distante do sujeito
- rigidez perceptiva, conformidade, quantificação e objetividade aparecem como condições para a doutrinação subliminar

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Comunicação e Imaginário

Regressão

- busca, no passado, de soluções fantasiosas para os ameaçadores dilemas do presente: *“a volta aos bons velhos tempos”*

Formação da fantasia - mito X realidade

- signos
- estereótipos (marcas associadas a pessoas ou papéis que desempenham na sociedade. P.ex. mocinhos e bandidos, negros e brancos, etc; geralmente expõem valores e preconceitos de uma dada cultura)
- clichês (retratam o emocional, pela forma repetitiva de agir a partir da constatação de que as pessoas buscam reviver emoções antigas através das representações)

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Comunicação e Imaginário

Sublimação

- troca da energia libidinal, agressiva ou de alguma forma inaceitável, por contra-energias ou impulsos; canalização de impulsos e desejos tabus para atividades mais construtivas ou socialmente aceitas

Negação

- isso não ocorreu; uma situação desagradável simplesmente torna-se inexistente; a responsabilidade ou culpa é projetada para alguma outra pessoa ou coisa

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação



Comunicação e Imaginário

Projeção

- as imagens projetivas são universalmente aceitas; elas projetam generalizações estereotipadas; geralmente as projeções mascaram a diversidade humana; os indivíduos são reduzidos a objetos. Na propaganda, p.ex., as diferenças percebidas são manipuladas projetivamente

Introjeção

- significa tomar para si a responsabilidade pelos maus pensamentos, sentimentos inaceitáveis, desconfianças e desrespeitos cometidos pelos outros. A mídia age aqui fazendo com que as pessoas olhem a si mesmas como inferiores, levando-as a consumir qualquer produto ou marca que prometa realização e plenitude. Consumir é existir.

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação



A sedução dos media

As definições de sedução:

- seduzir: fazer cair em erro, enganar, desonrar, subornar, atrair, encantar, fascinar, dominar a vontade de...
- sedução: qualidade daquela que seduz, encanta, fascina

Os media seduzem?

Baudrillard

- sedução como um jogo
- jogo circular - não depende de uma só pessoa
- *“é sedutor ser seduzido”*

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação



A sedução dos media

Baudrillard (continuação)

- o jogo da sedução é um jogo narcísico, em que ocorre uma espécie de espelhamento
- o seduzido se vê no sedutor, que aparece como a imagem amável e desejável de si mesmo
- o sedutor está, portanto, dentro do espelho; o seduzido olha e se vê projetado
- uma das questões que está em jogo é a da auto-estima; sedução é também um jogo de reafirmação de auto-estima em que um precisa se realimentar do outro
- media e espectador jogam o jogo da sedução
- seduzir é morrer como realidade e renascer como artifício



Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação



A sedução dos media

Baudrillard (continuação)

- a fantasia nada mais é do que imagem projetada
- o jogo da sedução se opera numa relação de promessa (do sedutor) e esperança (do seduzido)
- nesse jogo (e em qualquer jogo) também não existe um dono da estratégia; essa estratégia está submetida, sempre, à regra do jogo que a ultrapassa (nenhum jogador deve ser maior que o próprio jogo)
- sedução/simulacro, a comunicação, tal como o social, funcionam assim em circuito fechado, reiterando, através dos signos, uma realidade impossível de encontrar



Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação



As trocas simbólicas

Bourdieu

- o campo da cultura tem sido demarcado pela oposição entre os campos autônomos da cultura erudita, da cultura popular e da cultura de massa
- as relações simbólicas funcionam como articulações e instrumentos de poder e de dominação
- o campo simbólico reproduz o campo das relações sociais
- *habitus* (conjunto de disposições de um grupo ou classe social que é produto da internalização de um arbitrário cultural) como matriz geradora de práticas e representações
- as trocas simbólicas operam-se sob a égide das estruturas de dominação, sejam elas sociais ou mediáticas

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação



Comunicação como troca

- conceito de hegemonia explica as estratégias de controle, sedução e envolvimento da elite sobre a sociedade como um todo
- *Raymond Williams*: hegemonia como conjunto de práticas e expectativas sobre a totalidade da vida: nossos sentidos e distribuições de energia, nossa percepção de nós mesmos e de nosso mundo
- esse conceito e o entendimento de que comunicação e cultura são mercadorias conversíveis, faz ver que existe uma *troca*: um acordo tácito entre comunicadores, meios e receptores
- entretanto, é preciso ter cuidado com o deslumbramento que essa visão pode provocar: a dominação, afinal, se dá de forma sutil, sedutora, imperceptível

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Novas abordagens

A pesquisa dos efeitos a longo prazo

- a relação entre a ação constante dos *mass media* e o conjunto de conhecimentos acerca da realidade social, que dá forma a uma determinada cultura e que sobre ela age dinamicamente
- *acumulação, consonância, onipresença*

Agenda-setting

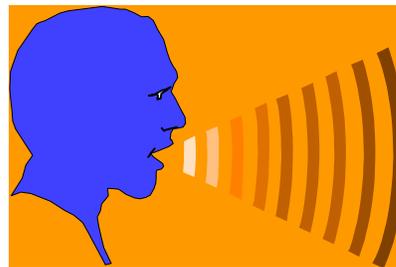
- as pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo; o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete, de perto, a ênfase atribuída pelos *mass media* aos fatos

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Agenda-setting

se a imprensa não pode dizer às pessoas como pensar, ela indica sobre o que pensar

- os meios fornecem mais que notícias, fornecem as categorias em que essas notícias serão classificadas pelo destinatário
- boa parte da realidade só é vivida através dos *media*



Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Agenda-setting

os meios impactam os destinatários sob dois aspectos:

- 1 a *ordem do dia* dos temas, assuntos e problemas
- 2 a hierarquia de importância e de prioridade pela qual esses elementos são dispostos nessa *ordem do dia*

- os diversos meios têm poder diferente para estabelecer a ordem do dia dos assuntos publicamente importantes
- o efeito da *omissão*
- eficácia na construção da imagem da realidade que o sujeito vem estruturando
- resultados de pesquisas
- problemas teóricos e metodológicos

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Produção da Comunicação

estudos, de tipo sociológico, sobre os emissores e sobre os processos produtivos nas comunicações de massa

- estudo de fatores internos e externos à organização do trabalho comunicativo
- *Cantor (1971)* - Hollywood - vários aspectos - se os produtores têm autoridade sobre o *staff*, estão subordinados aos dirigentes das redes ou estúdios, que estão vinculados às exigências dos patrocinadores e dos índices de audiência - negociações constantes
- Lógica dos processos pelos quais a comunicação é produzida e o tipo de organização do trabalho dentro da qual se efetua a *construção* da mensagem

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello



Gatekeeping

Os **gatekeepers** (selecionadores de notícias - editores)

- zonas de filtro controladas por sistemas objetivos de regras ou por **gatekeepers** (pessoa ou grupo que tem o poder de decidir se deixa passar a informação ou se a bloqueia)
- na seleção e na filtragem de notícias, as normas ocupacionais, profissionais ou organizacionais parecem ser mais fortes do que as preferências pessoais
- seleção como processo hierárquico, ordenado e ligado a uma rede complexa de **feedback**
- mais do que recusa ou aceitação, inclui todas as formas de controle da informação - codificação, edição, difusão, programação, etc.



Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello



Gatekeeping

O estudo da seleção das notícias

- a **distorção involuntária** (ligada às práticas profissionais, às rotinas produtivas normais, aos valores compartilhados e interiorizados acerca de como informar)
- autonomia profissional e distorção da informação são só dois lados da mesma moeda
- além dos fatores estruturais, devem ser levados em conta aqueles intrínsecos à notícia
- passagem do **gatekeeping** para o **newsmaking**, da seleção para a **produção da informação**
- a inserção no ambiente de produção - observação participante (pesquisa etnográfica)



Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello



Newsmaking

Newsmaking (produção da informação)

- **Perguntas básicas:** que imagem do mundo fornecem os noticiários? Como se associa essa imagem às exigências cotidianas da produção de notícias?
- **Dois limites:** a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos
- **A produção da notícia têm de cumprir três obrigações:**
 - ⇒ tornar possível o conhecimento de um fato desconhecido como acontecimento notável;
 - ⇒ devem elaborar formas de relatar os acontecimentos livres de idiosincrasias;
 - ⇒ devem organizar o trabalho de forma planificada



Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello



Newsmaking

Newsmaking (produção da informação)

- **os valores notícia:** que acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para virarem notícia?
- **qualidades dos acontecimentos, ou da sua construção jornalística, cuja presença ou ausência os recomenda para serem incluídos num produto informativo**
- **são as diferentes relações e combinações entre os diferentes valores/notícia que recomendam a seleção de um fato**
- **esses valores devem estar internalizados**
- **categorias:** os acontecimentos; os processos de produção e realização; imagem dos destinatários; relações com a concorrência



Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Newsmaking

Newsmaking (produção da informação)

Critérios

Importância - determinada por quatro variáveis:

- grau e nível hierárquico dos envolvidos no acontecimento noticiável
- impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional
- quantidade de pessoas envolvidas
- relevância e significatividade do acontecimento e suas implicações futuras

Interesse - determinado por fatores subjetivos

Produto - disponibilidade, brevidade, atualidade, frequência, qualidade, importância, ineditismo, equilíbrio

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Newsmaking

Newsmaking (produção da informação)

Critérios (continuação)

Meio de comunicação - que repórter, que recursos, que formato, que frequência

Público - compreensão, adequação da linguagem, ordenação

Concorrência - o furo, fragmentação, expectativas recíprocas, referência

Rotinas produtivas

⇒ Levantamento - Fontes - Agências - Pauta (planejamento) - Seleção - Edição - Apresentação

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello

Comunicação e Sociedade Tecnológica

A crise da civilização atual

- Fim dos modelos orientadores
- Fim da segurança em autoridades
- Fim das idéias e ideologias unificadoras

Crise da modernidade

- Crítica à razão positiva de progresso
- Crítica ao conceito de razão
- Efeitos perversos da racionalidade

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Comunicação e Sociedade Tecnológica

Domínio de máquinas e sistemas

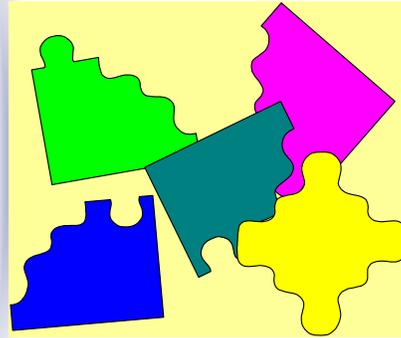
- redução da significação do homem
- autonomia dos objetos e sistemas

Mudança dos usos da história

- A história através dos meios de comunicação
- Ressurreição do passado recente no “retrô”
- Redução da importância da esfera pública

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Comunicação e Sociedade Tecnológica



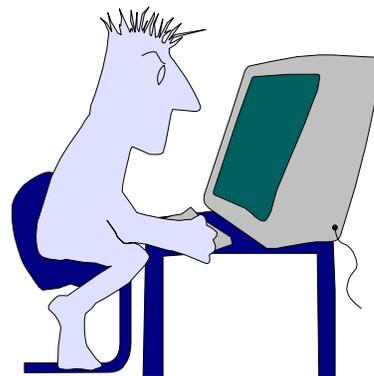
- Tecnologias
- A velocidade
- A mudança das cidades
- Os meios de comunicação
- A história
- A nova política
- O poder
- Os tipos humanos
- A cultura
- A economia

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Comunicação e Sociedade Tecnológica

Tecnologias

- Substituição e superação do Homem
- Progressivo isolamento
- Pulverização dos contatos humanos
- Reagregação artificial



Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Comunicação e Sociedade Tecnológica

Velocidade

- Movimento pelo Movimento
- A vida é um Clip
- Reeducação dos sentidos
- O reino do efêmero
- Tempo-fragmento

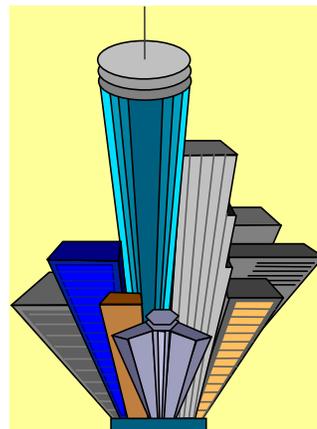


Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Comunicação e Sociedade Tecnológica

Mudança nas Cidades

- Cidade impessoal e desconhecida
- Cidade autopista
- A vida no Shopping
- Perigo e Violência
- A publicidade e a demolição simbólica
- Tudo em casa
- A cidade virtual

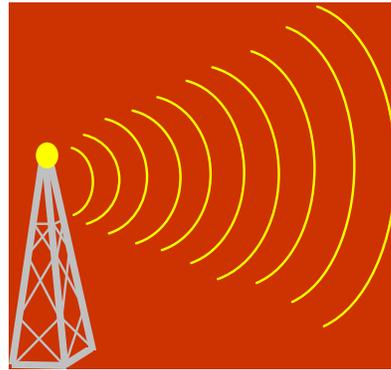


Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Comunicação e Sociedade Tecnológica

Comunicação

- O tautismo
- A nova deusa mítica
- Liquidificador cultural
- Fábrica de mundos
- Fábulas jornalísticas
- A realidade só existe na tela



Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Comunicação e Sociedade Tecnológica

História

- Fim do antropocentrismo
- Futuro no passado
- Estilhaços de totalidade
- Destruição dos meta-relatos
- Vida em *flash back*

Nova Política e Poder

- O desgoverno dos governos
- Políticos de plástico
- O poder *fora do Estado*
- Movimentos sociais pasteurizados

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Comunicação e Sociedade Tecnológica

Os tipos humanos

- O homem reduzido a uma imagem
- O homem múltiplo e diverso
- Insegurança e desorientação
- A geração playcenter ou atrás do trio-elétrico só não vai...



Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Comunicação e Sociedade Tecnológica

Culturas

- Cultura pastiche
- Cultura confinada
- Oportunidade ou morte das culturas tradicionais
- O simulacro precede a realidade

Economia

- O fim dos empregos
- O império das griffes
- O dinheiro virtual
- Economia é publicidade
- Poder público privado

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação



Homem X Máquina

Lucien Sfez - Metáforas

- comunicação é a mensagem que um sujeito emissor envia a um objeto receptor através de um canal
- máquina cartesiana, bola de bilhar (visão calculista)
- causalidade linear
- sujeito e objeto estão separados e permanecem reais
- a realidade é objetiva e universal, exterior ao sujeito
- a representação e suas características constituem o próprio fundamento da ação e da percepção



Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação



Expressão X Organismo

- deixa de haver envio, por um sujeito emissor, de uma mensagem calculável a um objeto receptor
- a comunicação - inserção do sujeito complexo num ambiente que é ele mesmo complexo
- sujeito faz parte do ambiente e este faz parte do sujeito
- causalidade circular
- par sujeito/mundo (dois parceiros não perderam totalmente a identidade, mas praticam trocas incessantes)
- a realidade não é mais objetiva, mas faz parte de mim mesmo
- eu exprimo o mundo que me exprime
- totalidade, mas totalidade hierarquizada



Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação



Totalidade X Tautismo

- desaparecem a mensagem, o sujeito emissor, o sujeito receptor
- comunicação não é mais do que a repetição imperturbável do mesmo, no silêncio de um sujeito-morto, um surdo-mudo, encerrado em sua fortaleza interior, captado por um grande Todo que o engloba e dissolve até torná-lo o menor de seus átomos paradoxais
- totalidade sem hierarquia
- a comunicação se faz de si para si mesmo, mas um si diluído num todo que nos faz ver a representação como a realidade; a realidade como uma cenografia, uma fachada

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação



Novas Visões

- relações entre estrutura social, sistemas de poder e modelos de valores; a função da comunicação, nessa rede de relações, é construir um mapa operacional do mundo, uma enciclopédia de conhecimentos, atitudes e competências (*Cohen, 1963*)
- maior articulação entre as diferentes correntes
- passagem entre uma teoria física da propagação para uma verdadeira teoria da comunicação, voltada para as condições de funcionamento

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello



Entre a construção e a desconstrução

- **Exposição Global X Percepção Local**
- **cultura global X cultura local X culturas híbridas**
- **oportunidade e ameaça**
- **sujeito hipertextual X objeto massificado?**
- **estudo das relações que formam a complexidade social das redes virtuais**
- **apocalípticos e integrados redivivos**
- **é possível estabelecer políticas para essa nova comunicação?**

Teorias da Comunicação - Prof. João José Curvello



Uma tentativa de síntese

- **Teoria Hipodérmica - Manipulação**
- **Abordagem psicológico-experimental - Persuasão**
- **Efeitos Limitados - Influência**
- **Funcionalismo - Funções - Usos e Gratificações**
- **Teoria Crítica - Indústria Cultural, Mercadoria**
- **Teoria Culturológica - Relações**
- **Teoria Psicanalítica - Imaginário e Sedução**
- **Teoria Semiótica - Signos - Códigos - Interpretação**
- **Pesquisa sociológica - Agenda-setting, Produção**
- **Teorias Pós-Modernas - Totalidade/Fragmento, Rede, Interação, Circularidade, Tecnologia**
- **Teoria da Ação Comunicativa - Diálogo e Entendimento**
- **Teoria da Improbabilidade da Comunicação - condições**
- **Teoria dos Sistemas Sociais - autopoiese**
- **Teoria da E-Cology - ecologia das redes**

Copyright 1997 Prof. João J. A. Curvello - Teorias da Comunicação

Uma tentativa de síntese

Passagens

- Dominação do emissor
- Emissor perde poder
- O destinatário destrona o emissor
- A tecnologia destrona os dois

Oportunidades

- interação, ainda que mediada
- o fim anunciado da comunicação de massa
- poderemos, afinal, nos comunicar?

