



# COMUNICAÇÃO



**IGEPP**  
ONLINE

# TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

## COMUNICAÇÃO

- Qualquer **processo de comunicação** envolve transferência de informação entre dois ou mais pontos.
- É a ação de **transmitir uma mensagem** e, eventualmente, **receber outra mensagem como resposta**.
- A comunicação é um **processo que envolve a troca de informações** entre **dois ou mais interlocutores** por meio de **signos e regras semióticas** mutuamente entendíveis.

“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.**”

# PROCESSO BÁSICO DE COMUNICAÇÃO

## FONTE

A **fonte é o emissor**, é aquele que tem como função iniciar o processo comunicativo para que uma determinada mensagem possa ser compreendida pelo receptor.

## **MENSAGEM**

É a informação ou conteúdo que o emissor deseja transmitir ao receptor. É o cerne da comunicação e pode assumir muitas formas.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

## Alfabeto grego

Α Β Γ Δ Ε Ζ Η Θ Ι Κ Λ Μ Ν Ξ Ο Π Ρ Σ Τ Υ Φ Χ Ψ Ω  
α β γ δ ε ζ η θ ι κ λ μ ν ξ ο π ρ σ τ υ φ χ ψ ω

# hieróglifos



## Código Morse

A ● -

B - ● ● ●

C - ● - ●

D - ● ●

E ●

F ● ● - ●

G - - ●

H ● ● ● ●

I ● ●

J ● - - -

K - ● -

L ● - ● ●

M - -

N - ●

O - - -

P ● - - ●

Q - - ● -

R ● - ●

S ● ● ●

T -

U ● ● -

V ● ● ● -

W ● - -

X - ● ● -

Y - ● - -

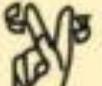
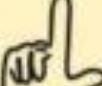
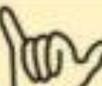
Z - - ● ●

Carácter	ASCII	Carácter	ASCII
A	0100 0001	W	0101 0111
B	0100 0010	X	0101 1000
C	0100 0011	Y	0101 1001
D	0100 0100	Z	0101 1010
E	0100 0101	0	0011 0000
F	0100 0110	1	0011 0001
G	0100 0111	2	0011 0010
H	0100 1000	3	0011 0011
I	0100 1001	4	0011 0100
J	0100 1010	5	0011 0101
K	0100 1011	6	0011 0110
L	0100 1100	7	0011 0111
M	0100 1101	8	0011 1000
N	0100 1110	9	0011 1001
O	0100 1111	+	0010 1011
P	0101 0000	-	0010 1101
Q	0101 0001	*	0010 1010
R	0101 0010	:	0011 1010
S	0101 0011	=	0011 1101
T	0101 0100	<	0011 1100
U	0101 0101	;	0011 1011
V	0101 0110		

## A linguagem binária





 A	 B	 C	 D	 E	 F	 G
 H	 I	 J	 K	 L	 M	 N
 O	 P	 Q	 R	 S	 T	 U
 V	 W	 X	 Y	 Z		

# MENSAGEM

## Conteúdo

- A partir do próximo mês, o horário de trabalho começa 9h00 em vez das 8h30.

## Contexto

- O e-mail é enviado após várias reuniões onde os funcionários expressaram a dificuldade de chegar ao trabalho devido ao trânsito intenso.

## **CODIFICAÇÃO**

O ato de representar a informação em uma forma específica é denominado codificação.

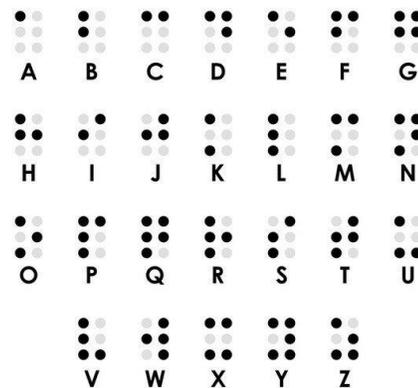
## **CANAL**

É o meio pelo qual a mensagem é enviada de um emissor a um receptor no processo de comunicação. Podem ser variar quanto a forma e a eficácia na comunicação.

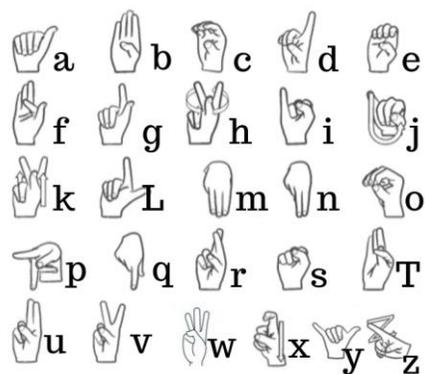
# AUDITIVOS



# TÁTEIS



# VISUAIS



# DIGITAIS



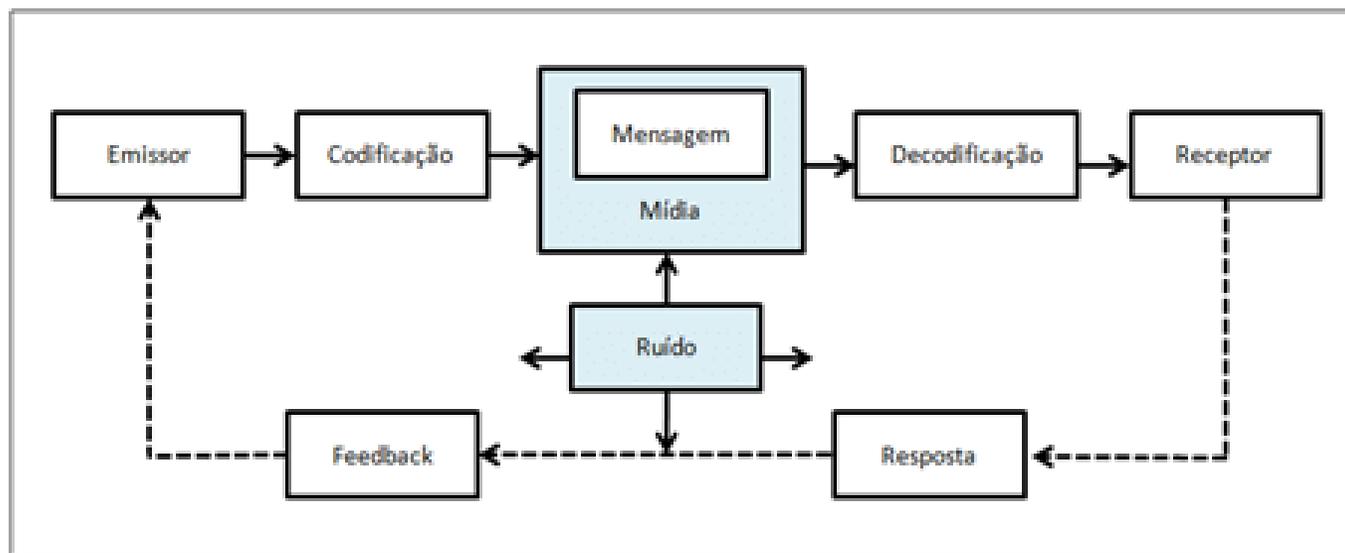
## IMPRESSOS



## MULTIMODAIS



# PROCESSO BÁSICO DE COMUNICAÇÃO



“O problema fundamental das comunicações é o de reproduzir em um ponto, exatamente ou aproximadamente, uma mensagem selecionada em um outro ponto.”

## FEEDBACK

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.

## **RUÍDO**

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.

## TIPOS DE RUÍDOS

- Físicos.
- Fisiológicos.
- Psicológicos.
- Semânticos.

## 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.

## PSICOLÓGICAS

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.

**(VUNESP SPTRANS)** O esquema emissor, codificação, mensagem, decodificação, receptor, ruído e feedback é um modelo dos elementos

A do processo de comunicação.

B da hierarquia de Lavidge e Steiner.

C da inovação-adoção.

D da identificação do público-alvo.

E de Everett Rogers.

**(CESPE HEMOBRAS)** Emissor, receptor, mensagem, canal e ruído são elementos do processo de comunicação nas organizações.

**(QUADRIX 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

**(QUADRIX CREF-SE)** No processo de comunicação, o feedback pode ser verbal ou não verbal.

**(FUNDEP PREF. 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

**(QUADRIX CRT-ES)** No que se refere aos elementos fonte e mensagem, o primeiro inicia a mensagem pela codificação de uma informação, e o segundo é o produto físico codificado pelo emissor.

**Mensagem:** Comunicação, notícia ou recado verbal ou escrito. Estrutura organizada de sinais que serve de suporte à comunicação. A mensagem é o objeto da comunicação, “é um produto físico real do codificador/fonte”.

(David Berlo).

**(QUADRIX CRMV-MS)** Ruído é a distorção não planejada durante o processo de comunicação.

**(QUADRIX CRT-04)** Embora o receptor tenha suas próprias marcas, o emissor pode, se tiver conhecimentos técnicos sobre a produção da mensagem, anular qualquer ruído na comunicação.

**(FCC TRT - 23ª REGIÃO (MT) )** Segundo Margarida Kunsch, existem barreiras gerais ou comuns no processo comunicativo que prejudicam a eficácia comunicativa. Essas barreiras são de natureza

A mercadológica, fisiológica, psicológica ou antropológica.

B mercadológica, fisiológica, semântica ou antropológica.

C mecânica, mercadológica, semântica ou psicológica.

D mecânica, fisiológica, semântica ou psicológica.

E mercadológica, antropológica, psicológica ou fisiológica.

**(QUADRIX CRT-04)** Quanto às barreiras possíveis de existir no processo comunicativo, assinale a alternativa que associa corretamente os números do primeiro bloco de palavras à(s) letra(s) do segundo bloco.

1. Barreiras mecânicas
2. Barreiras fisiológicas
3. Barreiras semânticas
4. Barreiras psicológicas

- A. Estão relacionadas aos equipamentos, instrumentos e meios de comunicação.
- B. Estão ligadas aos valores, ideias e culturas das pessoas.
- C. Pode-se citar como exemplos a surdez e a gagueira.
- D. Refere-se à incompatibilidade entre o repertório de emissor e do receptor.

A1A – 2C – 3D – 4B.

B1B – 2C – 3D – 4A.

C1A – 2C – 3B – 4D.

D1C – 2D – 3A – 4C.

E1C – 2D – 3C – 4A.

**(FCC TRT - 23ª REGIÃO (MT) )** Segundo Margarida Kunsch, existem barreiras gerais ou comuns no processo comunicativo que prejudicam a eficácia comunicativa. Essas barreiras são de natureza

A mercadológica, fisiológica, psicológica ou antropológica.

B mercadológica, fisiológica, semântica ou antropológica.

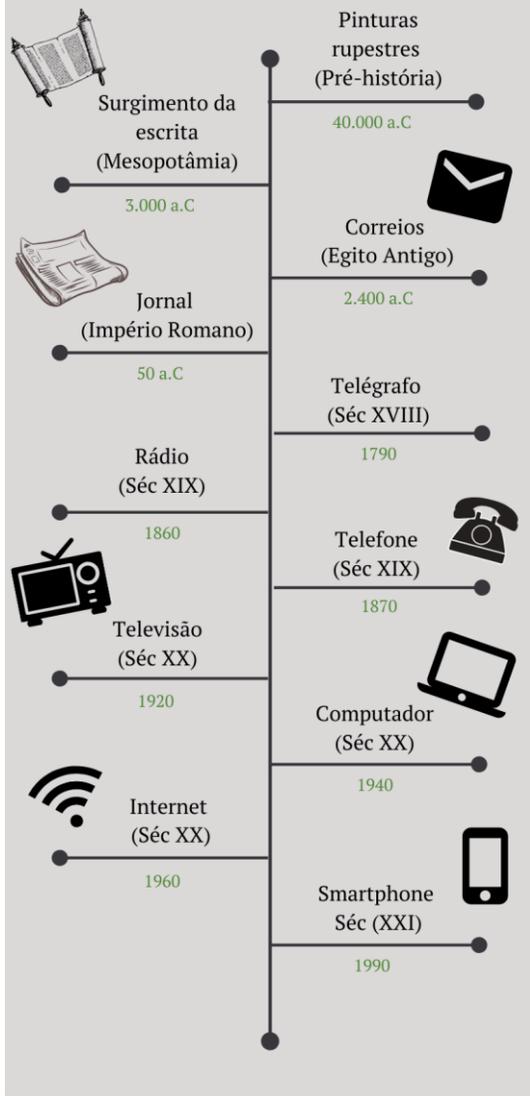
C mecânica, mercadológica, semântica ou psicológica.

D mecânica, fisiológica, semântica ou psicológica.

E mercadológica, antropológica, psicológica ou fisiológica.

# TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

# EVOLUÇÃO DOS MEIÓS DE COMUNICAÇÃO



**O que são?** São estudos que iniciaram no século XX a partir da popularização dos meios de comunicação de massa e das novidades introduzidas naquele tempo.

**Explicam o que?** O processo de comunicação (meios, alcance, influência na sociedade, sua eficiência e suas limitações). As diversas teorias consideram vários aspectos, entre eles: Aspectos fisiológicos, psicológicos, físicos e semânticos.

**A quem interessa?** Jornalismo, ciência política, propaganda e marketing...

**Quem são envolvidos?** Tem uma composição multidisciplinar, pois envolve fundamentos e contribuições de outras ciências (biológicas, filosóficas, matemáticas, psicológicas e etc).

## EVOLUÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Época do início da difusão  
em larga escala das comunicações de massa

**Século XX**

## GUERRA MUNDIAL

Entre as primeira (1914 – 1918)  
e segunda guerra mundial (1939 – 1945) .

**Século XX**

## TEORIA HIPODÉRMICA

Primeiros estudos  
sobre a comunicação  
em massa (Mass Communication Research)

**Século XX**

## EVOLUÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Época do início da difusão  
em larga escala das comunicações de massa

**Século XX**

### GUERRA MUNDIAL

Entre as primeira (1914 – 1918)  
e segunda guerra mundial (1939 – 1945) .

**Século XX**

### TEORIA HIPODÉRMICA

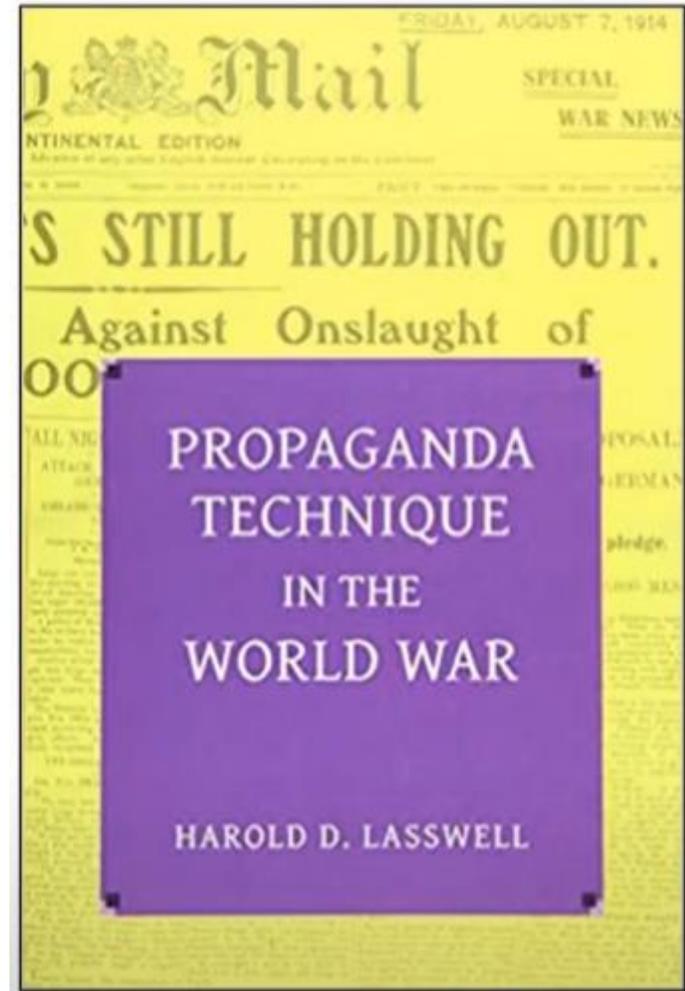
Primeiros estudos  
sobre a comunicação  
em massa (Mass Communication Research)

**Século XX**

**COMO OTIMIZAR O  
PROCESSO DE COMUNICAÇÃO?**

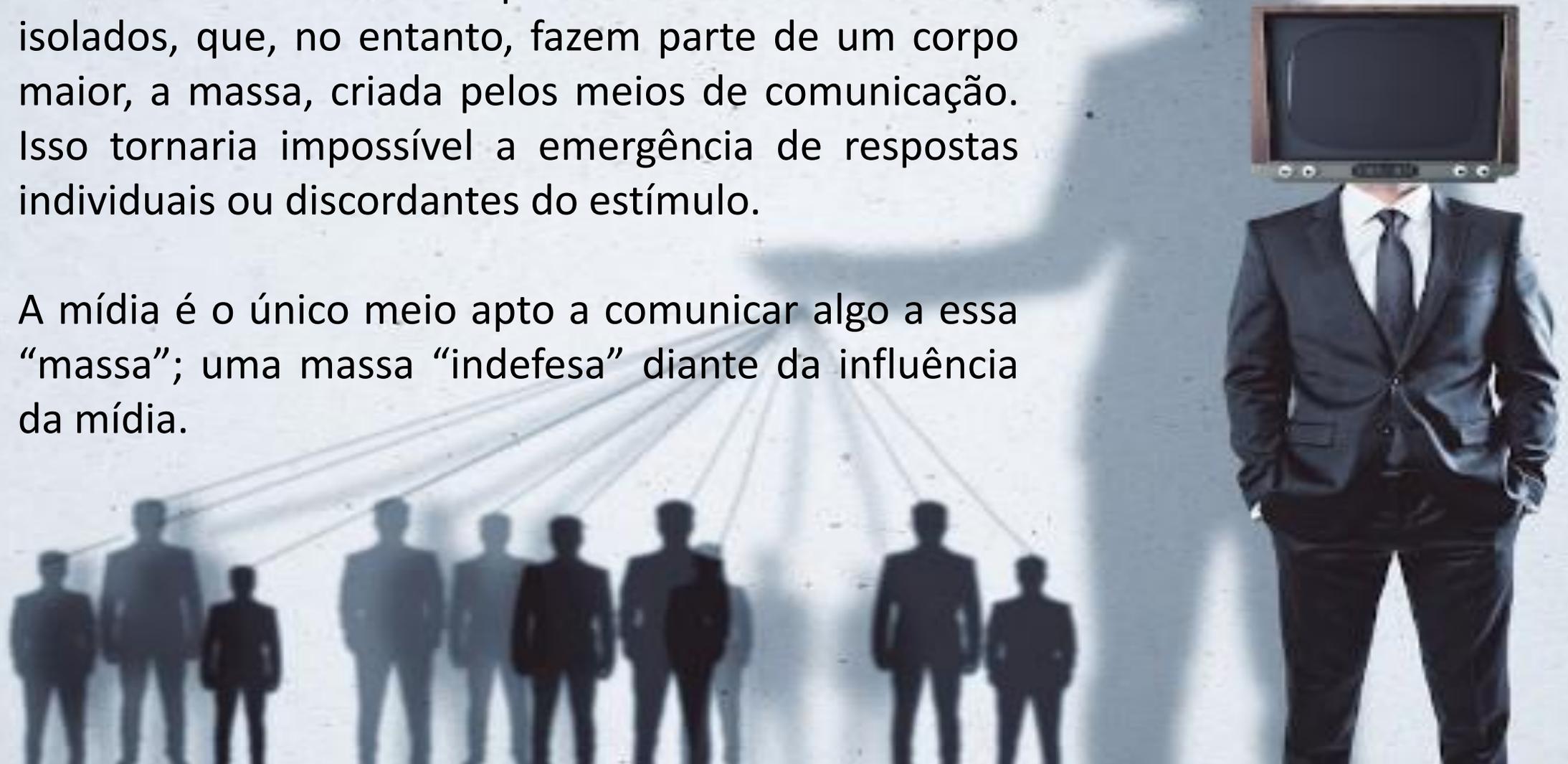
# MASSA

A obra de Lasswell (propagandas e técnicas no mundo de Guerra), publicada em 1927 costuma ser identificada como o marco inicial do Mass Communication Research. “



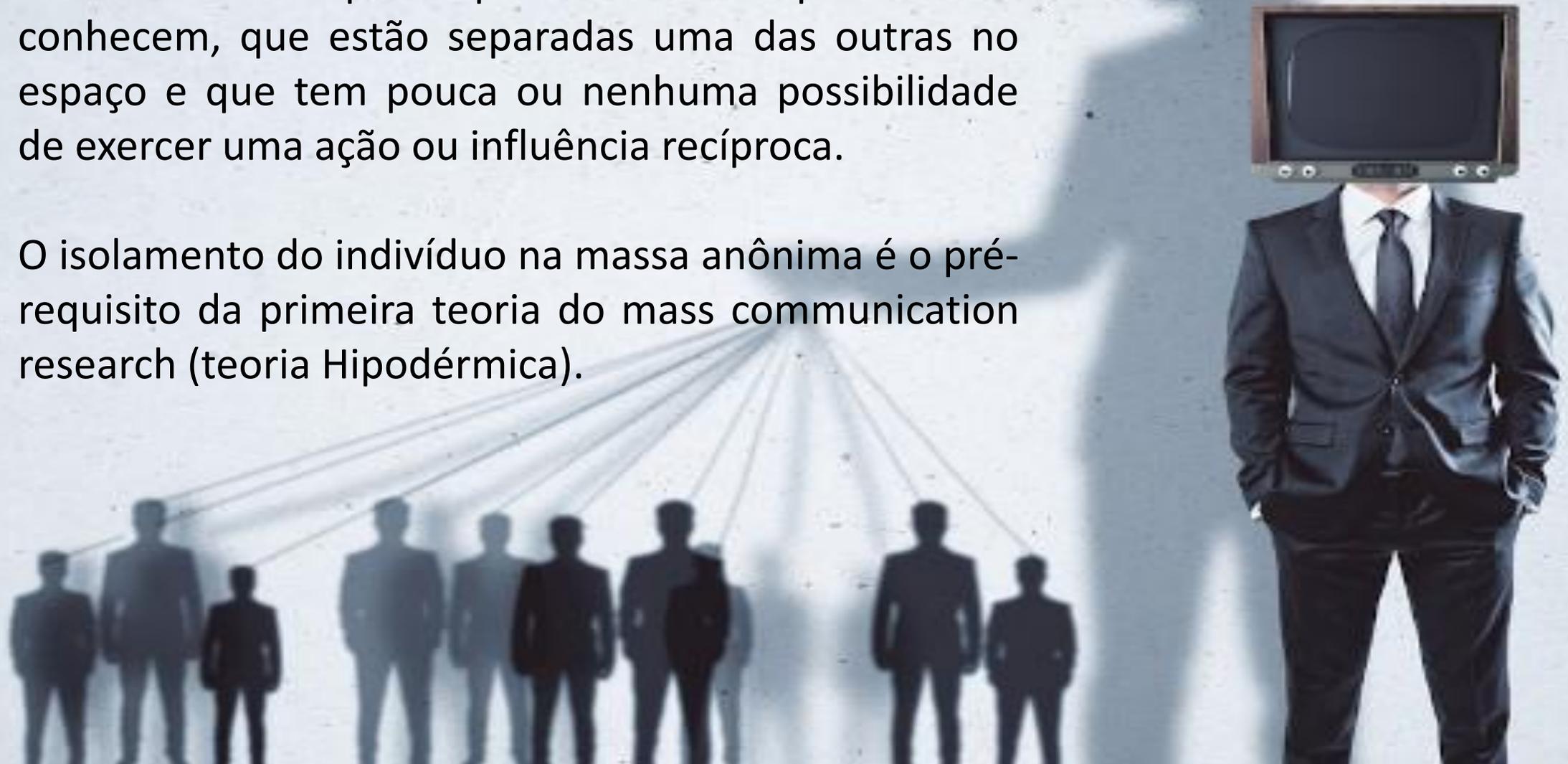
# MASSA

- Os indivíduos são compreendidos como átomos isolados, que, no entanto, fazem parte de um corpo maior, a massa, criada pelos meios de comunicação. Isso tornaria impossível a emergência de respostas individuais ou discordantes do estímulo.
- A mídia é o único meio apto a comunicar algo a essa “massa”; uma massa “indefesa” diante da influência da mídia.



# MASSA

- A massa é composta por indivíduos que não se conhecem, que estão separadas uma das outras no espaço e que tem pouca ou nenhuma possibilidade de exercer uma ação ou influência recíproca.
- O isolamento do indivíduo na massa anônima é o pré-requisito da primeira teoria do mass communication research (teoria Hipodérmica).



# MASS COMMUNICATION RESEARCH

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.

## MASS COMMUNICATION RESEARCH

- As pesquisas de comunicação desta tradição de estudos têm origem em demandas instrumentais do estado, das forças armadas ou dos grandes monopólios da área de comunicação de massa.
- Tinham como objetivo compreender como funcionavam os processos comunicativos com objetivo de otimizar seus resultados.

## TEORIA HIPODÉRMICA

- Entre as primeira (1914 – 1918) e segunda guerra mundial (1939 – 1945) .
- É considerada uma das primeiras teorias da comunicação de que se tem registro.
- É chamada de hipodérmica porque tem efeito de agulha de injeção.
- Abriram as primeiras frentes de estudos.
- Tinha por princípio que “cada elemento do público é pessoal e diretamente atingido pela mensagem”.
- Não se preocupava com a relação entre os indivíduos, mas como a mensagem recebida poderia influenciar no comportamento.

# TEORIA HIPODÉRMICA

Entre a Primeira Guerra Mundial  
Segunda Guerra Mundial

Época do início da difusão em  
larga escala das comunicações de  
massa.

Representa a primeira reação ao  
fenômeno entre estudiosos  
oriundos de diversas áreas.

# TEORIA HIPODÉRMICA

## A PROPAGANDA NAZISTA

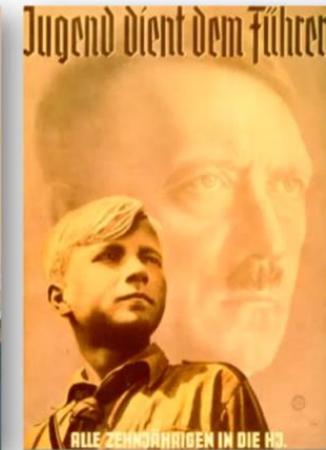
Entre a Primeira Guerra Mundial  
**Segunda Guerra Mundial**

Época do início da difusão em  
larga escala das comunicações de  
massa.

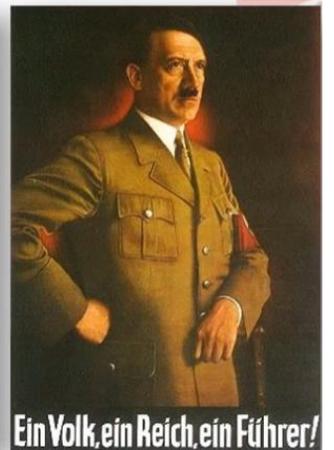
Representa a primeira reação ao  
fenômeno entre estudiosos  
oriundos de diversas áreas.



"Apóie o programa de assistência  
para mães e filhos"



"Juventude Serve o Führer.  
Todas as crianças com 10 anos  
na Hitleriana"



Um Povo, um País, Um Líder

# TEORIA HIPODÉRMICA

- Época do início da difusão em larga escala das comunicações de massa.
- Coincide entre as duas guerras mundiais.
- Representa a primeira reação ao fenômeno entre estudiosos oriundos de diversas áreas.
- A teoria hipodérmica considera, essencialmente o poder da propaganda veiculada pelos meios de comunicação em massa.
- Analisa os efeitos sobre a sociedade exposta à mensagem.
- O modelo comunicativo funda-se na psicologia behaviorista (estuda o comportamento humano considerando a relação entre estímulo e resposta). O que explicaria a instantaneidade e a inevitabilidade dos efeitos da comunicação sobre a massa. Bala mágica, influência seletiva.
- Foi criticada por ser simplista, não levando em consideração aspectos individualizados do receptor e sua capacidade de escolha.

## MODELO DE LASSWELL

Apesar de ter atuado no desenvolvimento da teoria anterior, Lasswell com o 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.

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

***Lasswell identifica que as pessoas são diferentes, não totalmente integrantes de uma massa.***



## Pressupostos de Lasswell

- 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.



*“... dava-se pouca atenção às relações que lhe estavam implícitas ou às ligações informais. Não porque os estudiosos de comunicações de massa ignorassem que os componentes do público tinham família e grupo de amigos, mas porque se considerava que nada disso influenciava o resultado de uma campanha propagandística”.*  
(KATZ, Elihu, 1969; in WOLF, Mauro, 1999, p. 113)

**(IBFC DETRAN-AM)** Leia atentamente as afirmativas abaixo relacionadas à Teoria da Agulha Hipodérmica.

- I. A Teoria da Agulha Hipodérmica atribuí caráter de onipotência aos meios de comunicação de massa.
- II. O modelo de comunicação seguido pela Teoria Hipodérmica foi influenciado, entre outros, pelo trabalho do pesquisador russo Ivan Pavlov (da psicologia comportamental), sobretudo em função dos estudos que ligam estímulo à resposta.
- III. A Teoria Hipodérmica integra as investigações teóricas realizadas no âmbito da chamada “Escola Norte-Americana”, fortemente impactada pela ascensão dos meios de comunicação de massa durante a primeira metade do século XX.
- IV. Os estudos que levaram à formulação da Teoria Hipodérmica estão relacionados ao interesse em se conhecer melhor os efeitos das mensagens sobre a audiência, sobretudo aqueles provocados pelas campanhas políticas e pela propaganda.

Estão corretas as afirmativas:

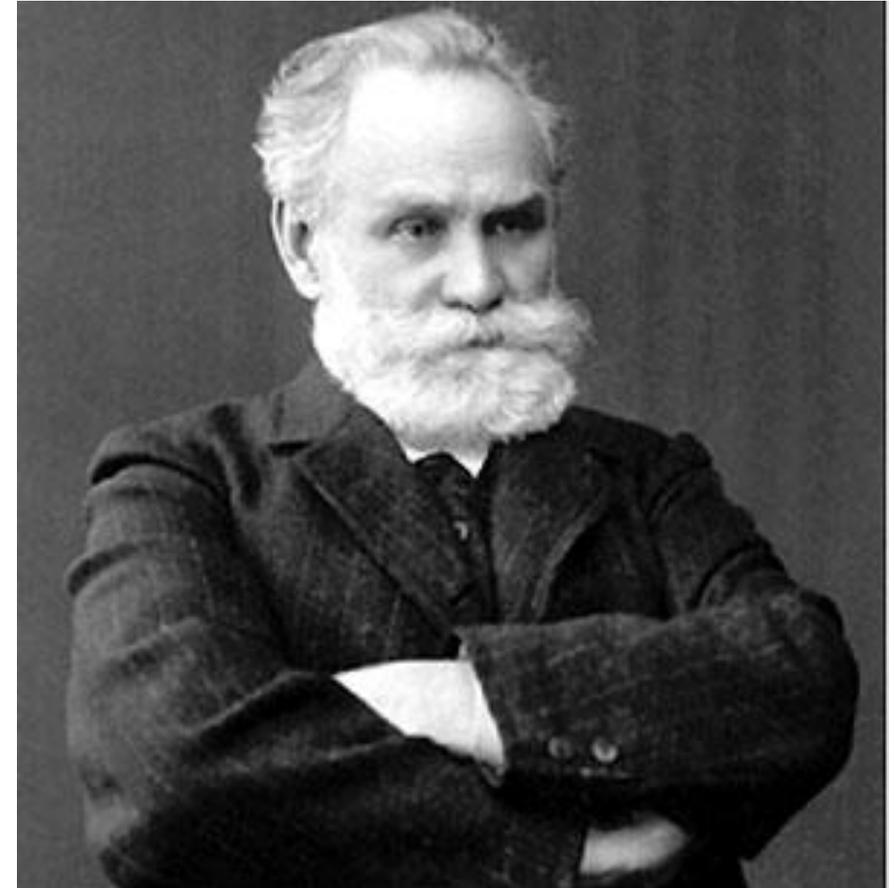
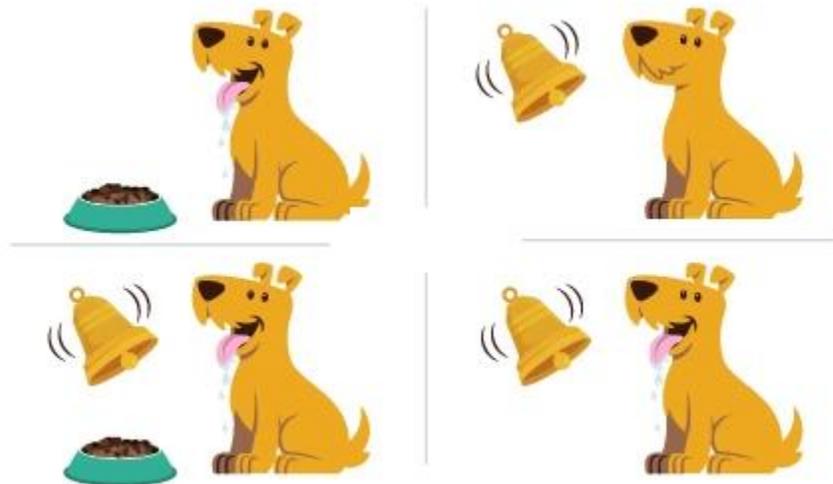
A I, II e III apenas

B I, II e IV apenas

C III e IV apenas

D I, II, III e IV

“Ivan Pavlov provou que após repetir por diversas vezes a experiência de tocar um sino e, em seguida, mostrar a comida a seus cachorros, criou-se uma associação entre o som do sino e o alimento. Assim, mesmo que não vissem nenhuma comida, o simples som do sino já era suficiente para fazer os cães salivarem.”



**(CESGRANRIO TRANSPETRO)** A Teoria Hipodérmica é um modelo da teoria da comunicação que busca entender qual efeito a mídia tem em uma sociedade de massa. De acordo com essa teoria,

A a parcela do público que passa mais tempo diante da televisão está mais propensa a ser “atacada” por mensagens.

B todas as pessoas que fazem parte do público de massa são pessoal e diretamente “atacadas” pela mensagem.

C o apelo midiático funciona melhor com o público infantil e não funciona com o público adulto.

D particularidades sociais e políticas determinam a forma como uma mensagem é recebida.

E particularidades religiosas ou históricas determinam a forma como uma mensagem é recebida.

**(CS-UFG ALGO)** A base dos estudos sobre a Teoria Hipodérmica da Comunicação foi elaborada em 1930 e baseava-se

A no processo de produção da informação concebido como uma série de escolhas em que o fluxo de notícias tem de passar por diversos gates.

B no fato de que toda organização dispõe de meios específicos para realizar seu trabalho influenciando diretamente o resultado final.

C na suposição de que todo estímulo causado por uma mensagem enviada terá resposta, sem encontrar resistência do receptor.

D na defesa da idéia de que os consumidores de notícias tendem a considerar mais importantes os assuntos que são veiculados na imprensa.

**(CEBRASPE EMAP)** Para a teoria hipodérmica, os indivíduos reagem coletivamente às sugestões dos meios de comunicação de massa.

**(CESGRANRIO TRANSPETRO)** A origem do conceito de sociedade de massa faz parte da história do pensamento político. Nesse conceito,

massa caracteriza-se por ser

- a) formada por pessoas de diferentes grupos sociais.
- b) organizada apenas dentro de um grupo social religioso.
- c) marcada por pessoas inconformadas, que desejam ser diferentes.
- d) marcada por tradições e pessoas que as respeitam.
- e) composta por pessoas que se conhecem há muito tempo.

**(VUNESP CÂMARA DE PORTO SEGURO)** O modelo comunicacional proposto por Harold Lasswell em 1948, em contraposição à teoria hipodérmica, explica que uma forma adequada para se descrever um ato de comunicação é responder às seguintes perguntas:

A O quê? Onde? Para quem? Quando? Em qual canal?

B Quem? Diz o quê? Por meio de que canal? Para quem? Com quais efeitos?

C Quem? Diz o quê? Onde? Como? Para quem?

D Como? Onde? Por quê? Em qual canal? Para quem?

E O quê? Como? Onde? Por meio de que canal? Por quê?

**(CEBRASPE BACEN)** Segundo Lasswell, os processos de comunicação de massa são simétricos e realizados entre um emissor ativo, que produz os estímulos, e uma massa passiva, que reage a eles.

**(QUADRIX SEDF)** Para o modelo de Lasswell, as perguntas fundamentais que devem guiar os estudos em comunicação são as seguintes: “Quem?”; “Diz o quê?”; “Por meio de qual canal?”; “A quem?”; e “Com que efeito?”.



# COMUNICAÇÃO



**IGEPP**  
ONLINE