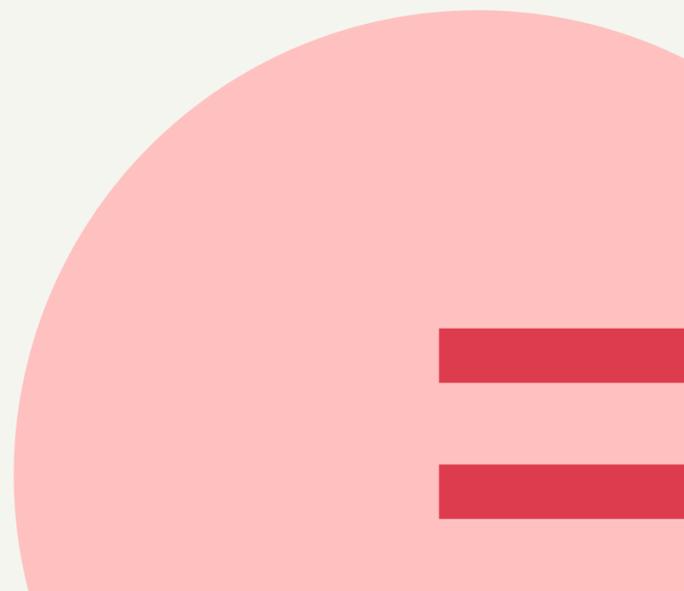


# Teoria da Comunicação

Universidade Federal do Pampa  
Curso de Relações Públicas  
Profa. Marcela Guimarães e Silva





# Sumário

**Teoria Funcionalista das  
Comunicações de Massa**

**Hipótese dos Usos e  
Gratificações**



# Teoria Funcionalista

Busca evidenciar as FUNÇÕES exercidas pelos MCM na sociedade.

NÃO preocupa-se com EFEITOS de manipulação, persuasão ou influência.

**QUESTÃO CENTRAL:** Qual a FUNÇÃO da mídia?

É o abandono da ideia de efeito intencional, centrando-se nas CONSEQUÊNCIAS da AÇÃO da MÍDIA sobre a sociedade no seu todo ou em seus SUBSISTEMA.

**FOCO NA AÇÃO DA MÍDIA SOBRE O SISTEMA/ SUBSISTEMA**

A TF acentuou o vínculo entre os fenômenos de comunicação e o contexto social.

A problemática não se dá pelas dinâmicas dos MCM, mas pela dinâmica do SISTEMA SOCIAL e pela FUNÇÃO dos MCM que neste se desenvolve.

# Teoria Funcionalista



# A elaboração Estrutural- Funcionalista

TH --- a ação da comunicação = relação mecânica

E --- R = redução da ação humana a um processo linear de causa --- efeito  
(estímulo) (resposta)

TF -- o SISTEMA SOCIAL = organismo em as diferentes partes desenvolvem funções de integração e conservação do sistema -- EQUILÍBRIO E ESTABILIDADE (resultam das relações funcionais que o indivíduos e seus subsistemas ativam)

## **INVERSÃO**

SOCIEDADE = meio para que os indivíduos atinjam um fim  
INDIVÍDUO = meio para que se atinjam os fins da sociedade

Compreender que os indivíduos e subsistemas enquanto prestadores de um FUNÇÃO são o MEIO para a sociedade atingir seus FINS

# Teoria Funcionalista

A lógica que regula os fenômenos sociais é estabelecida por **RELAÇÕES FUNCIONAIS** que fazem frente a 4 problemas do SISTEMA SOCIAL - os **IMPERATIVOS FUNCIONAIS**

**CONSERVAÇÃO do modelo e do CONTROLE das tensões:** refere-se aos padrões que devem ser interiorizados pelos indivíduos. ex. modelo de família

**ADAPTAÇÃO AO AMBIENTE:** ex. divisão do trabalho

**TENTATIVA DE ATINGIR O OBJETIVO:** ex. defesa do território e aumento da produtividade

**INTEGRAÇÃO** das partes que compõem o sistema, que devem estar inter-relacionadas. ex. união das instituições (igreja, família, estado, escola).

**ESTRUTURA SOCIAL** - resolve problemas relacionados aos IF = ação social em conformidade com normas e valores sociais contribuem para a satisfação do sistema.

**SUBSISTEMAS** (função / disfunção manifesta / latente) colaboram para a solução

# As funções da CM



## Se relacionam a 4 tipos de fenômenos:

- a) A existencia do sistema global dos MCM na sociedade
- b) Os tipos de modelos específicos de comunicação ligados a cada meio particular (jornal, TV, etc.)
- c) A ordem institucional e organizacional om que os diversos meios operam
- d) As consequências do fato de as principais atividades da comunicação se desenvolvem por intermédio dos MCM

## WRIGHT (1947): aponta 4 tipo de atividades de comunicação:

- a) Vigilância do ambiente
- b) Interpretação dos eventos
- c) Transmissão cultural
- d) Entretenimento

■ Não são funções, mas consequências mediante processos institucionais de CM.

# As funções da CM



## Em relação à Sociedade a difusão de informações tem 2 funções:

- a) Alerta dos cidadãos ex. desastres ambientais
- b) Fornecer instrumentos para a realização de algumas atividades institucionalizadas ex. trocas econômicas

## Em relação aos indivíduos:

- a) Atribuição de status e prestígio a determinadas pessoas / produtos
- b) reforço do prestígio para constituição dos cidadãos bem informados
- c) reforços às normas sociais (é pelos MCM que tomamos contato com determinados padrões e reafirmamos outros)



# As disfunções da CM

a) o fluxo de informações não pode ser totalmente controlado e por isso os MCM podem ser usados para gerar o caos.

b) o excesso de informação - **DISFUNÇÃO NARCOTIZANTE**

Quando a informação é contrária ao interesse da sociedade como por exemplo os MCM darem a impressão aos indivíduos de que é através deles que os mesmos obtêm tudo que precisam, formando uma massa homogênea e apática que se abstêm de agir.

**LEVAR AO CONFORMISMO  
AO CONTROLE DOS MCM**

IMPORTANTE: embora os MCM exerçam funções e disfunções na sociedade, consistem apenas em um dos subsistemas que compõem a ESTRUTURA SOCIAL.

# Vídeo - Teoria Funcionalista

<https://www.youtube.com/watch?v=9MBINWXjU5o>



# HIPÓTESE DOS USOS E GRATIFICAÇÕES

## Alguns pontos importantes

**FUNÇÕES** = consequências de elementos reguladores, padronizados e rotineiros do processo de comunicação

**É DIFERENTE**

**EFEITOS** = desejados ou objetivados pelo comunicado; e dos usos ou motivações do destinatário

Funções DIFERENTES dos Efeitos; objetivos emissor; usos do receptor

"Se os MCM tem uma função, ainda que o objetivo da função resulte em uma consequência distinta do objetivo, constata-se aí que esta função resulta na satisfação de alguma necessidade da audiência. 

Um programa é exibido com um objetivo. Ex. conscientização sobre um tema --- o resultado para a audiência é entretenimento - Ainda assim tem uma função   
  


# HIPÓTESE DOS USOS E GRATIFICAÇÕES

## Hipótese:

- que os MCM fazem com as pessoas?
- que as pessoas fazem com os MCM?

"Mesmo a mensagem da média mais potente não pode influenciar um indivíduo que não a utilize no contexto sociopsicológico em que vive" (KATZ, 1959).

Iniciam-se as primeiras preocupações no sentido de compreender que a influência do conteúdo sobre o indivíduo só ocorre se considerado o seu contexto sociopsicológico.

Uma mensagem tem diferentes significados em diferentes contextos, pois o indivíduo ressignifica conforme suas experiências.

○ receptor usa a mensagem e ao fazer isso torna-se um SUJEITO da CM.

**EMISSOR e RECEPTOR ativos na comunicação.**

## PRECEDENTES TEÓRICOS



- 1) Estudo sobre a FUNÇÃO e os EFEITOS da leitura mostrou que há uma influência social que vai sempre ao encontro das questões de um determinado grupo, num modo que incide sobre suas relações com outros grupos sociais.
- 2) Estudo sobre a reação dos leitores de jornais durante uma greve em Nova York mostra que as funções dos jornais nas vidas das pessoas são: informar, servir de instrumento essencial para a vida das pessoas, ser fonte de relaxamento, prestígio social, instrumento de contato e constitui parte da rotina.
- 3) Estudo de Lasswell sobre as principais funções das CM: fornecer informações, fornecer interpretações para tornar as informações mais significativas e coerentes, exprimir valores culturais e simbólicos da identidade social; entreter o espectador.



## QUESTÃO CENTRAL



### COMO CONECTAR O CONSUMO, O USO E OS EFEITOS DOS MCM COM A ESTRUTURA DE NECESSIDADES DO RECEPTOR? (KATZ-GUREVITCH, 1973)

5 modalidades de necessidades que os MCM atendem:

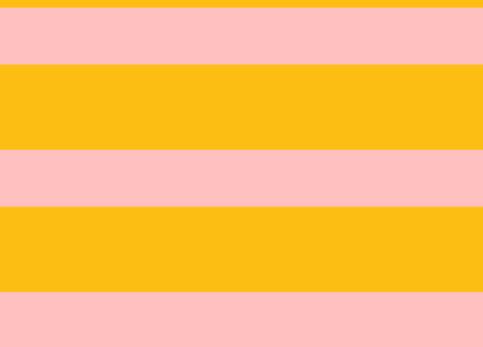
- a) Necessidades cognitivas: aquisição de reforço de reconhecimento.
- b) Afetivo-estéticas: reforço de experiências estéticas e emocionais.
- c) Integrativas no âmbito da personalidade: segurança, estabilidade emocional, aumento da credibilidade, status.
- d) Integração social: reforço de conceitos interpessoais, etc.
- e) Evasão: abrandamento das tensões e dos conflitos.



# HIPÓTESE DOS USOS E GRATIFICAÇÕES

**O contexto social do destinatário pode relacionar-se com as classes de necessidades que favorecem o consumo dos MCM, conforme 5 modalidades:**

- 1) Situação Social produz tensões que são atenuadas pelo consumo dos MCM.
- 2) Situação Social cria a consciência de determinados problemas que requerem informações disponíveis nos MCM.
- 3) Situação Social oferece poucas oportunidades reais de satisfazer certas necessidades que são supostamente atendidas pelos MCM.
- 4) Situação Social faz surgir determinados valores, que são reforçados pelo consumo dos MCM.
- 5) Situação Social fornece determinadas expectativas de familiaridade com determinada mensagem que devem ser consumidas para sustentar os laços de dependência e referência de um grupo em relação ao outro.



# HIPÓTESE DOS USOS E GRATIFICAÇÕES

**O elemento característico da hipótese é considerar o conjunto de necessidades do destinatário como uma variável independente, segundo 5 pontos:**

- 1) A audiência é concebida como ativa.
- 2) No processo de CM a escolha dos MCM é determinada pela união da gratificação das necessidades.
- 3) Os MCM correspondem apenas à satisfação de apenas uma parte das necessidades humanas e por isso competem com outras fontes de satisfação das necessidades.
- 4) O destinatário é capaz de identificar os objetivos da CM.
- 5) Os juízos de valor sobre o significado cultural da CM dependem da audiência.

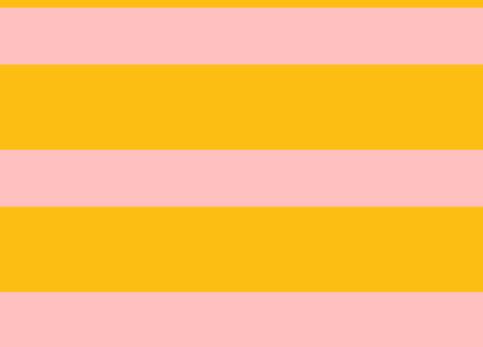
A relação de consumo de um MCM se dá por motivações ligadas às necessidades do destinatário, conforme a situação social e o contexto social deste. Ex. TV = entretenimento.



# HIPÓTESE DOS USOS E GRATIFICAÇÕES

## PONTOS IMPORTANTES:

- 1) O foco é o contexto social e não mais a mensagem, por isso o significado do consumo da mídia não pode ser evidenciado apenas pela análise do seu conteúdo ou de parâmetros sociológicos gerais para descrever o público.
- 2) É preciso considerar a atividade seletiva e interpretativa do destinatário.
- 3) A escolha dos MCM e a satisfação da necessidade é uma escolha do destinatário. Assim é o RECEPTOR que determina se haverá ou não processo de comunicação real.
- 4) A escolha do indivíduo não se dá apenas sobre o MCM, mas a partir do seu contexto cultural, social e econômico.



# HIPÓTESE DOS USOS E GRATIFICAÇÕES

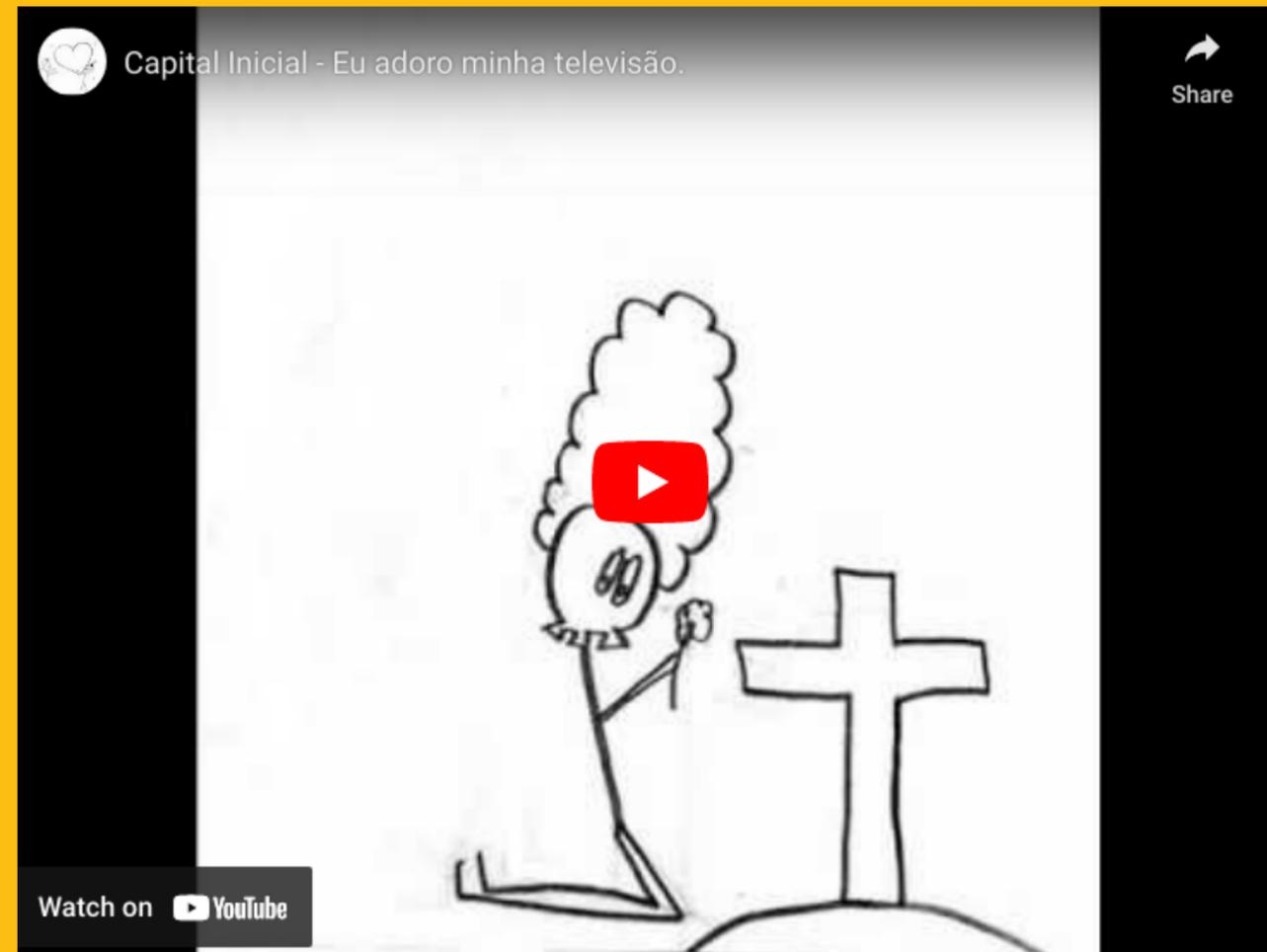
## PONTOS IMPORTANTES:

- 5) É um desafio que a hipótese não conseguiu superar, ao identificar o grau de satisfação de necessidade dos indivíduos pelo consumo da média em função de que há uma evidência de se reproduzir estereótipos na relação de consumo.
- 6) MCM não são a única fonte de satisfação das necessidades por isso os MCM adquirem uma funcionalidade característica do contexto social do destinatário.
- 7) A Hipótese tende a acentuar a ideia de audiência como conjunto de indivíduos em grupos pelo contexto e ambiente social, que em contrapartida modela suas experiências e necessidades e os significados atribuídos ao consumo dos diversos gêneros da comunicação.
- 8) É uma abordagem voltada para os aspectos individuais voltada para os processos subjetivos de gratificação das necessidades.

**FOCO DA HIPÓTESE É NO INDIVÍDUO.**

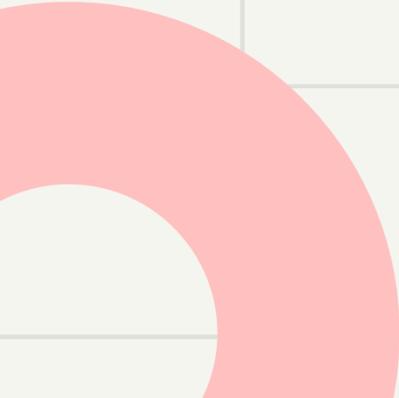
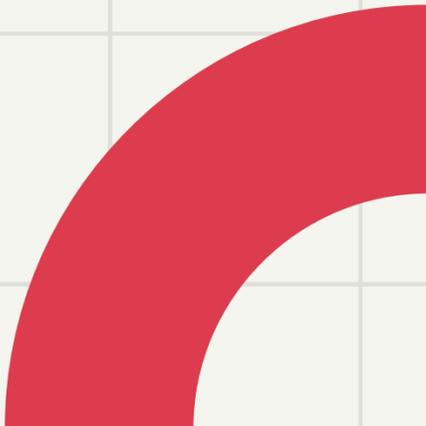


# HIPÓTESE DOS USOS E GRATIFICAÇÕES



<https://www.youtube.com/watch?v=24fZqhW01rA>





# Referências da aula

**WOLF, Mauro. Teorias das comunicações de massa. 3ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.**