



A importância da percepção e da assimilação das teorias da Comunicação entre os estudantes de Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí¹

Alan Figueredo Pinheiro;
Francisca Valmira de Sousa Oliveira;
João Henrique de Sousa Vieira;
Jucélia Pereira Martins de Carvalho;
Jussara Martins Araújo;
Léa Leal França;
Washington José de Sousa Moura Filho²

Resumo

Esse trabalho analisa a importância da percepção e assimilação das Teorias da Comunicação entre os estudantes do curso de Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí. O trabalho é versado em três aspectos fundamentais: primeiro se refere à importância do estudo das teorias com base em textos de Wolf (1987), Pena (2005), Hohlfeldt, Martino e França (2001) e Temer e Nery (2004); segundo, é relacionada a percepção dos acadêmicos em relação às teorias ensinadas na Uespi; terceiro, caracterizando-se pela crítica e possíveis soluções para o ensino-aprendizagem das teorias nessa instituição, que é a segunda mais antiga no ensino de Comunicação Social do Piauí.

Palavras-chave: Teorias da Comunicação; Uespi; docente; discente; prática jornalística.

1. A Importância do estudo das Teorias da Comunicação

Que importância tem as teorias comunicativas dentro do estudo e da compreensão dos meios de comunicação de massa? Para além de qualquer defesa gratuita, as teorias comunicativas embasam qualquer postura crítica e analítica em relação à comunicação massiva que se mostrou mais claramente a partir dos anos trinta do século XX. Em meio ao contexto dos fenômenos totalitários, e que hoje parece uma realidade acabada que entremeia nosso cotidiano – das conversas sobre as manchetes, às

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Júnior, na área de Teoria da Comunicação, sob orientação do professor Orlando Berti.

² Estudantes do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo e membros do Grupo de Pesquisa em Comunicação da UESPI – Universidade Estadual, campus de Teresina (PI).



posturas críticas de ideologias que nos chega por algum tipo de mídia, e até as conversas entre amigos sobre fatos do mundo. A mídia influencia em todo cotidiano social.

O estudo das teorias comunicativas principia com a teoria hipodérmica, surgida e ligada aos fenômenos totalitários. Essa teoria tem como ponto precípua a crença no isolamento dos indivíduos, em uma sociedade amorfa, atomizada, sem laços recíprocos, advinda do afrouxamento dos laços tradicionais, que explicaria uma audiência indefesa, “a fragilidade de uma audiência indefesa e passiva provém precisamente dessa dissolução e fragmentação” (WOLF, 1987, p. 23). A teoria hipodérmica é também conhecida como teoria da “bala mágica” devido à certeza de seus resultados: “cada elemento do público é pessoal e diretamente atingido pela mensagem” (apud WOLF, 1987, p. 22).

Outra denominação é teoria da seringa: “mostra como o público é comparado aos tecidos do corpo humano que atingido por uma substância (no caso a informação) todo o corpo social é atingido indistintamente” (FERREIRA in HOHLFELDT, 2001, p. 106). Outros pontos de apoio à teoria hipodérmica são a caracterização da sociedade de massa: “A massa é constituída por um conjunto homogêneo de indivíduos [...] iguais, indiferenciáveis” (WOLF, 1987, p. 25); e uma teoria psicológica da ação baseada em: Estímulo – Resposta. “Estímulo e resposta parecem ser as unidades naturais em cujos termos pode ser descrito o comportamento” (LUND, 1933, apud WOLF, p.27).

A superação da teoria hipodérmica veio segundo suas próprias linhas, ao comprovar-se que o público não era isolado e sem relações entre si, e que por isso era preciso otimizar as mensagens para persuadir a público. Com isso veio um novo componente entre o estímulo e a resposta: os processos psicológicos intervenientes. Questão principal foi passar a ver a audiência como “consumidor”. A abordagem empírico-experimental ou da persuasão é de caráter psicológico e passa de uma abordagem global a um estudo da eficácia das mensagens.

Dois pontos básicos norteiam esta teoria; “primeiro [...] estudos sobre as características do destinatário que intervêm na obtenção do efeito [...] e segundo as pesquisas sobre a organização ótima das mensagens com personalidades persuasivas” (DE FLEUR, 1970, apud WOLF, 1987, p. 35).

A teoria persuasiva avançou ao demonstrar que não existe uma relação direta e linear entre mensagem e efeito. “[...] fatores da organização como a credibilidade do comunicador, a ordem da argumentação, a integralidade das argumentações e a explicitação de conclusões interferem na natureza da eficácia do processo e, portanto, da



natureza dos efeitos obtidos”. (ARAÚJO in HOHLFELDT, 2001 p. 127). Redimensiona-se a capacidade indiscriminada de manipulação: [...] a persuasão opera através de percursos complicados, mas as comunicações de massa exercem-na”. (WOLF, p. 41).

Contemporânea à teoria da Persuasão, a teoria da abordagem empírica de campo ou dos efeitos limitados é o início da pesquisa sociológica empírica sobre os meios de comunicação de massa. O cerne desta teoria é a influência, não apenas dos meios massivos, mas da influência que perpassa as relações comunitárias e a relação do processo comunicativo e o contexto onde se realizam. “[...] para se compreender as comunicações de massa é necessário centrar a atenção no âmbito social mais vasto em que essas comunicações operam”. (WOLF, 1987, p. 45). Dá-se ênfase a um processo indireto de influência em que os processos sociais se misturam com os processos comunicativos.

O diferencial dessa teoria é a descoberta dos líderes de opinião e da comunicação em dois níveis, segundo o trabalho de Lazarsfeld, Brelson e Gaudet, de 1944. “Trata-se da inclusão, nos estudos sobre comunicação de massa, dos contextos sociais em que vivem os indivíduos. É o primeiro momento em que se percebe a influência das relações interpessoais na configuração dos 'efeitos' da comunicação”. (ARAÚJO in HOHLFELDT, 2001 p. 128).

Neste sentido “o fluxo da comunicação a dois níveis é determinado precisamente pela mediação que os líderes de opinião exercem entre os meios de comunicação e os outros indivíduos do grupo”. (WOLF, 1987, p. 47). Com isso vê-se que a eficácia dos meios de comunicação de massa está associada e dependente aos processos de comunicações existentes no interior da estrutura sociais.

A teoria funcionalista, de vertente sociológica estrutural-funcionalista, aborda os meios de comunicação de massa, não em virtude de seus efeitos, mas das funções exercidas na sociedade. Deste modo, a área de interesse dessa teoria passa da dinâmica interna do processo comunicativo para a dinâmica do sistema social e o papel desempenhado pelas comunicações de massa neste sistema social. Esta funcionalidade atribuída à comunicação massiva pretende resolver questões comuns ao sistema social, que de forma geral seria: manter um modelo e controle das tensões, adaptação ao ambiente, perseguição de um objetivo, e dessa forma a presença e função dos meios de comunicação é clara. “[...] o subsistema das comunicações de massa é funcional, na



medida em que desempenha parcialmente a tarefa de realçar e reforçar os modelos de comportamento existentes no sistema social”. (WOLF, 1987, p. 58).

É uma corrente que analisa os processos sociais como sistemas que trabalham para manter o funcionamento da sociedade. E assim os meios de comunicação de massa, teriam funções dentro deste sistema. A proposta é pensar a sociedade análoga às estruturas biológicas em que a função de cada uma das partes é manter o todo em equilíbrio. Para este equilíbrio, têm funções os meios de comunicação.

O objetivo é articular, nomeadamente, as funções/ e as disfunções/ latentes/ e manifestas/ das transmissões jornalísticas/ informativas/ culturais/ de entretenimentos/ respeitantes à sociedade/ aos grupos/ aos indivíduos/ ao sistema cultural. (WRIGHT in WOLF, 1987, p. 60)

As funções fundamentais seriam de atribuição de posição social e prestígios, reforço de prestígio e reforço das normas sociais. “É claro que os meios de comunicação de massa servem para confirmar as normas sociais, denunciando os seus desvios à opinião pública”. (LAZARFELD, MERTON, 1948, in WOLF, 1987, p. 60). Outros aspectos são: o chamado “efeito narcotizante”, provocado pelo grande número de informações, que transforma as ações humanas de participação ativa em reconhecimento passivo. E a hipótese sobre os “usos e satisfações”, sobre as necessidades satisfeitas pelos meios de comunicação.

“Os mass media são eficazes se e na medida em que o receptor lhes atribui tal eficácia, baseando-se precisamente na satisfação das necessidades”. (MERTON, 1982, in WOLF, 1987, p. 63). Não obstante os meios de comunicação de massa pertencem a grandes empresas, assim suas funções visariam mais a manutenção do *status quo*, omitindo questões essenciais à estrutura social, gerando um conformismo.

A teoria crítica é um ponto de inflexão nestes estudos sobre comunicação de massa, indo contra pesquisas anteriores, ao defender o entendimento da sociedade como um todo.

“A teoria crítica pretende ser o oposto, pretende evitar a função ideológica das ciências e das disciplinas setorializadas”. (WOLF, 1987, p. 43). Essa teoria tem como ponto de partida a análise da economia de mercado, e o conflito nas sociedades industrializadas. Para teoria crítica a indústria cultural (termo criado por Horkheimer e Adorno) impõe standardização e organização; os gostos do público e as suas necessidades impõem estereótipos e baixa qualidade em um círculo de manipulação. E



aquilo que essa indústria oferece como novo é apenas a reapresentação de algo sempre igual, na busca do lucro, desde que este predominou sobre a cultura.

O homem na era da indústria cultural é apenas um fantoche, manipulado ao sabor dos desejos dessa indústria cultural. “A apologia da sociedade liga-se intrinsecamente à sociedade indústria cultural”. (WOLF, 1987, p. 77). “Divertir-se significa estar de acordo” (ADORNO, 1947, in WOLF, 1987, p. 77). O consumo é que passa a unir as pessoas, que se sentem num grupo, substituindo a individualidade por uma pseudo-individualidade. “A ubiqüidade, a repetitividade e a estandardização da indústria cultural fazem da moderna cultura de massa um meio de controle psicológico inaudito”. (WOLF, 1987, p. 77).

Para a teoria crítica a comunicação massiva, por meio da indústria cultural, faz com que o produto comande as reações dos indivíduos. Outro recurso é a estereotipização, que antecipam as experiências da realidade social. A divisão dos conteúdos em gêneros garante a previsibilidade das atitudes. “Definem o modelo de atitude do espectador [...] o modo como esse conteúdo é percebido”. (ADORNO, 1954, in WOLF, 1987, p. 81). Neste contexto, o indivíduo é apenas um objeto para se alcançar o lucro do capital investido. “Quanto mais sólidos se tornam às posições da indústria cultural, tanto mais brutalmente pode agir sobre as necessidades do consumidor [...]”. (HORKHEIMER e ADORNO, 1982, apud FERREIRA in HOHLFELDT, p. 111).

A próxima teoria é a culturoológica e tem como ponto fundamental “[...] o estudo da cultura de massa, distinguindo os seus elementos antropológicos mais relevantes na relação entre consumidor e o objeto de consumo”. (WOLF, 1987, p. 89). O objetivo é a definição dessa nova forma de cultura da sociedade contemporânea. O autor e o texto que inauguram esta nova corrente são Edgar Morin e o seu texto *L'esprit du temps* de 1962.

A cultura de massa é uma realidade que não pode ser tratada a fundo senão com um método, o da totalidade [...] Não se pode reduzir a cultura de massa a um ou a alguns dados essenciais [...] devemos tentar ver aquilo a que chamamos de ‘cultura de massa’ como um conjunto de cultura, civilização e história”. (MORIN, 1960, in WOLF, 1987, p. 90).

Uma das características gerais da cultura de massa é a sua elevada capacidade de adaptação a públicos e contextos diversos. E sua tendência à homogeneização que gera a necessidade de um consumidor comum, mediano, um espectador médio. “Sincretismo é o termo mais adequado para traduzir a tendência para homogeneizar a diversidade dos



conteúdos sob um determinador comum”. (MORIN, 1962, in WOLF, 1987, p. 91). Isto mostra o surgimento de uma “cultura de mosaico”.

Da dinâmica entre estandardização e inovação e, por outro lado, o sincretismo e a contaminação entre real e imaginário leva a uma espécie de notícia fantástica. “A lei fundamental da cultura de massa é do mercado e sua dinâmica resulta do diálogo entre produção e consumo”. (WOLF, 1987, p. 93). Porém, um diálogo desigual. A eficácia da cultura de massa está pautada na sua adequação às aspirações e às necessidades existentes.

Cria-se uma certa “fórmula da felicidade”, onde as agruras da vida real podem ser amenizadas, fantasiando e mascarando sua própria realidade. “Os conteúdos essenciais [da cultura de massa] são os das necessidades privadas, afetivas, imaginárias, ou materiais (MORIN, 1962, in WOLF, 1987, p. 93). Consumir esses produtos transformou-se em auto-realização”. A cultura de massa é uma moderna salvação terrena”. (WOLF, 1987, p. 93).

Atualmente há novas teorias permeando a prática jornalística, entre elas podemos citar a teoria do espelho, na qual, o jornalismo reflete a realidade. Ou seja, as notícias são do jeito que as conhecemos porque a realidade assim as determina. A imprensa funciona como um espelho do real, apresentando um reflexo claro dos acontecimentos do cotidiano.

“Por essa teoria, o jornalista é um mediador desinteressado, cuja missão é observar a realidade e emitir um relato equilibrado e honesto sobre suas observações, com o cuidado de não apresentar opiniões pessoais”. (PENA, 2005, p. 125).

A teoria newsmaking explica os critérios utilizados pelos meios de comunicação para definir o que é e o que não é notícia. Para a realização dessa tarefa industrial os critérios levados em consideração são a noticiabilidade, valores-notícia, constrangimentos organizacionais, construção da audiência e rotinas de produção.

Uma das práticas de que se ocupa a teoria do newsmaking é a noticiabilidade. Como conceito, posso dizer que ela é um conjunto de critérios, operações e instrumentos para escolher entre inúmeros fatos uma quantidade limitada de notícias. (PENA, 2005, p. 130).

O gatekeeper possui uma teoria, na qual, ele é que decide o que será publicado ou não diante do grande fluxo de informação que pairam nas redações. “[...] estudos [...] chegaram à conclusão que as decisões do gatekeeper estavam mais influenciados por



critérios profissionais ligados às rotinas de produção da notícia e a eficiência e velocidade do que por uma avaliação individual de noticiabilidade”. (PENA, 2005, p. 134).

A teoria organizacional trata das condições de trabalho que lhes são oferecidas nos meios de comunicação colocando o setor comercial como o mais importante da empresa jornalística. “Para começar, o espaço para a publicidade é reservado na página antes das notícias. Os jornalistas só preenchem o que ficou vazio. E se vier de última hora, qualquer matéria pode cair”. (PENA, 2005, p. 136).

Segundo a teoria gnóstica, gnose é um conhecimento secreto, e sua forma de transmissão é fundamental para a formação da identidade do grupo, no caso, comunidade jornalística, que tem um caráter faustico e restritivo de seus costumes, vocabulário e ritos de iniciação.

[...] as notícias têm uma estrutura de valores que são compartilhados pelos jornalistas entre si, [...]. Esse compartilhamento é nitidamente uma operação gnóstica, com ritos de passagem e forte conotação de conhecimento secreto, só acessível a uns poucos iniciados, os próprios jornalistas. (PENA, 2005, p. 141).

A teoria do agendamento defende a idéia de que os consumidores de notícias tendem a considerar mais importantes os assuntos que são veiculados na imprensa, sugerindo que os meios de comunicação agendam nossas conversas. “A ação da mídia no conjunto de conhecimentos sobre a realidade social forma a cultura e age sobre ela”. (PENA, 2005, p. 145).

Para a teoria instrumentalista as notícias unicamente servem a interesses políticos. O instrumentalismo tem como base os estudos da parcialidade, que estuda a existência ou não de tendencialização nos textos noticiosos. Esta teoria segue duas correntes: a da esquerda, que prega que as notícias são instrumentos para a manutenção do capitalismo, e a da direita, que prega o inverso – para os seguidores desta, as notícias questionam o sistema capitalista, os jornalistas seriam anticapitalistas e distorcem as notícias para propagar suas idéias. “Não é preciso uma análise mais aprofundada para verificar que a teoria instrumentalista seja qual for sua versão, parte de princípios epistemológicos presentes na teoria do espelho”. (PENA, 2005, p. 146).

A teoria etnográfica prega o método da observação para que os jornalistas não se tornem lineares nas suas visões de mundo, para que isso não interfira na produção da notícia. PENA (2005) diz que os jornalistas devem ter várias ópticas e contextos das



notícias para não se tornar etnocêntrico. “Ver com as lentes do outro é fundamental para esta profissão... é preciso relativizar”. (PENA, 2005, p. 150).

Esse método de pesquisa pode explicar porque as notícias são como são, pois os jornalistas têm seus rituais e tradições, mas para tanto é preciso saber inverter os papéis, e ao invés de ser somente o emissor ser também receptor, estranhar o que é comum e se familiarizar com o que é estranho, desconhecido.

A teoria espiral prega que os indivíduos sociais são dominados pelo senso comum em busca da integração social e acabam por omitir suas opiniões divergentes para propagar expressões e ideologias que se encaixam nos parâmetros da maioria a segregação social.

Os meios de comunicação tendem a priorizar as opiniões dominantes, ou melhor, as opiniões que parecem dominantes, consolidando-as e ajudando a calar as minorias (na verdade, maiorias) isoladas [...]. Assim opiniões que parecem consensuais se perpetuam, pois a maioria silenciosa não se expressa e não é ouvida pela mídia, o que leva à conclusão de que o conceito de opinião pública está distorcido. (PENA, 2005, p. 156).

Estudar as teorias comunicativas é importante ao entendimento dos meandros do processo comunicativo. A percepção das teorias, além de fornecer um embasamento teórico para a prática nas áreas relativas à Comunicação, nos garante subsídios para discernir – neste quadro de comunicações massivas dentro de uma sociedade massiva – o que é manipulativo; propagandístico e (principalmente) o que é Comunicação Social no que concerne aos princípios que a denomina – seu caráter social, sua importância para sociedade – e não apenas funções de manutenção de um modelo social que vai de encontro aos anseios de uma minoria detentora desses meios de comunicação que – já é – ou será nosso cotidiano de trabalho, quando da nossa formação.

A análise de qualquer meio comunicativo não pode prescindir de um entendimento e compreensão dessas teorias. E a própria atuação nos meios de comunicação se norteiam por essas teorias, pois que sem elas corre-se o risco de transformar-se no mero repetidor de processos arcaicos, tateando em um ambiente escuro sem se saber porque faz o que se está a fazer, embora o faça corretamente.

Outro ponto é a diferença que os acadêmicos têm em relação aos rábulas, principalmente no conjunto teórico que sedimenta a atividade comunicativa. Enfim, as teorias permitem que, inseridos nesse processo comunicativo o profissional possa (com o auxílio teórico) entendê-lo, refleti-lo, modificá-lo e melhorá-lo.



2. A visão e percepção dos alunos do curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí sobre as Teorias da Comunicação

Ao tentar ter uma noção geral sobre a visão e percepção das teorias pelos alunos da Uespi³ – Universidade Estadual do Piauí – campus Poeta Torquato Neto, em Teresina, capital do Piauí, foi efetuada pesquisa de campo, feita a partir da aplicação de questionários, respondidos por cinquenta (50) alunos, do quarto e sétimo blocos, entre os dias 10 e 11 de maio de 2006.

Foram escolhidas essas duas turmas porque atualmente o curso de Jornalismo da UESPI de Teresina tem três turmas: uma no segundo período, outra no quarto período e outra no sétimo período. Como a turma do segundo período ainda está em processo de conhecimento das teorias da Comunicação convencionou-se estudar os alunos que, teoricamente já haviam visto disciplinas ligadas às Teorias da Comunicação.

Na UESPI de Teresina as disciplinas dessa área são ministradas no primeiro (Teoria da Comunicação I) e segundo (Teoria da Comunicação II) semestres letivos. Ambas as disciplinas têm carga horária de 60 horas semestrais.

Os discentes participantes da pesquisa foram indagados sobre o porquê da importância do estudo das Teorias da Comunicação. Todos foram unânimes em relatar que é importante o conhecimento das teorias por possibilitarem exercer melhor a prática jornalística. “Tudo que se faz, no mínimo, deve se ter o domínio de conteúdo, e com o jornalismo não é diferente. As teorias da comunicação são as bases do trabalho jornalístico⁴”.

Alguns argumentaram a pertinência de se conhecer os envolvidos no processo comunicacional: emissor – receptor, ratificando o papel dos meios de comunicação enquanto mediadores de informação.

Os estudantes participantes da pesquisa demonstraram um grande interesse em aplicá-las em suas práticas, notadamente as de campo, no dia a dia das mídias do Estado, muito embora a maioria afirme não ter embasamento para tal, seja por carência de material bibliográfico, pela falta de dadas instruções dos seus orientadores

³ No Piauí são oferecidos cursos de Jornalismo na: UFPI (Universidade Federal do Piauí), que já formou 34 turmas e é o curso de Jornalismo mais antigo do Piauí; UESPI (Universidade Estadual do Piauí), que tem dois campi: Teresina, que já formou duas turmas, e na cidade de Picos (Sertão do Estado, a 310 quilômetros ao Sul da capital), que formou uma turma; FSA (Faculdade Santo Agostinho), instituição da rede privada de ensino, que já formou três turmas; CEUT (Centro de Ensino Unificado de Teresina), instituição de ensino privado, que formará sua primeira turma em 2007; URSA (Universidade R. Sá), instituição de ensino privado, localizado na cidade de Picos, começou suas atividades em 2006.

⁴ Estudante de Comunicação do sétimo bloco da Universidade Estadual do Piauí.



(professores) ou por achar a disciplina difícil de ser entendida. “Faltou a mim mais estudo e exigir mais conhecimento do meu professor⁵”.

Outros, em menor proporção, responderam que as teorias possibilitam a solidificação do estudante enquanto pesquisador (comunicólogo), como também levam à reflexão do fazer e mediar notícias e o impacto das mesmas nos meios de comunicação de massa nas sociedades.

“É importante saber os efeitos que os meios de comunicação provocam nas pessoas, tem-se que ter noção do que estamos fazendo e como afetamos os leitores/telespectadores⁶”.

Ao serem questionados sobre a prática das teorias em suas produções, metade dos discentes disseram que saberiam aplicá-las de forma restrita, por não lembrarem de todas as teorias estudadas na bibliografia adotada pelo ministrante da disciplina, que no caso foi o livro "Teorias da Comunicação", Mauro Wolf (1987) ou pelo puro e simples fato de não terem aprofundado seus estudos na área.

“Não sei aplicar as teorias na prática jornalística. Falta o domínio pleno dessas teorias. E não posso ‘culpar’ a universidade pelo pouco conhecimento dessas teorias. Por ‘outros motivos’, ainda não pude me aprofundar no assunto⁷”.

Muitos citaram superficialmente as idéias das teorias: hipodérmica e a do agenda-setting. “A agenda-setting é bastante usado, quando os meios exibem o mesmo assunto, em sua seqüência, por vários dias⁸”.

Quanto à percepção da aplicação das teorias nos meios de comunicação a maioria dos pesquisados deixou evidente que eles se utilizam das teorias na forma de repassar suas notícias ou não.

Os discentes relacionaram o conteúdo de algumas teorias aos *mass media*, sendo as mais relacionadas à hipodérmica e agenda setting – a idéia do agendamento das notícias superou a idéia da manipulação presente na teoria da “bala mágica”. Uma minoria diz não identificar a aplicação das teorias pelos meios, muito embora alguns destes já trabalhem na área. “A maioria dos jornalistas transforma a profissão em algo mecânico. Aprendem a executar tarefas e não refletem sobre as razões de trabalharem de determinada maneira⁹”.

⁵ Estudante de Comunicação do quarto bloco da Universidade Estadual do Piauí.

⁶ Estudante de Comunicação do sétimo bloco da Universidade Estadual do Piauí.

⁷ Estudante de Comunicação do sétimo bloco da Universidade Estadual do Piauí.

⁸ Estudante de Comunicação do quarto bloco da Universidade Estadual do Piauí.

⁹ Estudante de Comunicação do quarto bloco da Universidade Estadual do Piauí.



3. Análise e crítica da visão dos alunos da UESPI sobre Teorias da Comunicação

O questionário aplicado para os discentes da UESPI sobre as Teorias da Comunicação confirmou que os mesmos consideram o estudo de tais teorias como ponto fundamental para exercer a profissão de jornalista, no entanto, 50% dos alunos não saberiam aplicá-las na prática.

Essa falta de correlação entre teoria e prática deve-se à ausência de aprofundamento do assunto dado pelo professor.

A utilização de apenas uma bibliografia (Mauro Wolf – Teorias da Comunicação, 1987) nessas duas disciplinas (Teoria da Comunicação I e Teoria da Comunicação II) contribuiu para a rejeição e ineficácia de conhecimento dos alunos que consideram a leitura de Mauro Wolf enfadonha e complicada.

A linguagem difícil, os exemplos que não representam a realidade do jornalismo brasileiro e a simples transcrição de informações do livro de Wolf pelo professor torna o ensino aprendizagem dessas teorias deficitário.

O aluno oriundo do ensino médio não possui uma carga teórica que permita uma melhor compreensão do livro de Mauro Wolf. As teorias de comunicação nunca foram vistas por esses discentes e por essa razão o professor deveria ter a sensibilidade de propiciar o conhecimento dessas teorias por meio de livros com uma linguagem mais simples para seus alunos.

O próximo problema é a falta de interdisciplinaridade das teorias com relação às outras disciplinas do curso de Comunicação Social da UESPI.

As disciplinas Teoria da Comunicação I e Teoria da Comunicação II são vistas no primeiro e segundo período, no entanto, os conhecimentos obtidos com essas duas disciplinas não são aplicados no restante da grade curricular, ou seja, elas não são inseridas no estudo de outras matérias que enfocam preferivelmente a prática jornalística, como por exemplo, as disciplinas: técnica em reportagem; oficina de impresso; rádio; tv; fotografia etc.

Com o passar dos períodos o conteúdo das teorias de comunicação caem no esquecimento ficando apenas a lembrança da importância desse conteúdo na formação do profissional de jornalismo.

As teorias mais lembradas pelos alunos são: agenda-setting, hipodérmica, empírico-experimental (persuasão) e empírica de campo. Com base nesses dados concluímos que os discentes recordaram termos e trechos “fáceis” que remetam a essas



teorias. Por exemplo, teoria da “bala mágica” se refere a teoria hipodérmica, “gatekeeper” a agenda-setting e “líder de opinião” a empírico de campo. A lembrança dessas teorias é explicada por elas serem de fácil assimilação pelo aluno.

Esse fato acarretará no surgimento de profissionais sem uma consciência crítica que se considerarão apenas formadores de opinião. Muitos terão a visão errônea de que o papel do jornalista é de apenas selecionar e manipular a notícia.

Soluções para amenizar essa realidade são muitas, no entanto, é necessária a união da universidade, dos professores e alunos para ocorrer essas mudanças. O primeiro passo seria a substituição do livro “Teorias da Comunicação” de Mauro Wolf por acervos mais simples e que fale da realidade jornalística brasileira. E exemplos em nossa realidade não falta, inclusive alguns desses livros já foram usados para a confecção deste trabalho.

Não é correto o professor trabalhar apenas com um livro, o ideal é se trabalhar com um acervo bibliográfico de pelo menos quatro livros realizando uma interação com as semelhanças e diferenças de visões desses autores.

Outro ponto que se deve melhorar é a estrutura da universidade para com essas disciplinas (Teoria da Comunicação I e II). A realização de palestras, seminários, minicursos e oficinas possibilitarão a junção do conhecimento teórico e prático dessas teorias.

A especialização do docente nessa área é essencial para o ensino-aprendizagem. Professores capacitados e motivados são capazes de passar confiança e instigar os seus alunos a pesquisar e vivenciar o tema abordado. A utilização de filmes, programas jornalísticos, histórias em quadrinhos, textos da imprensa e literatura contribuirão na assimilação teórica do conteúdo. A Universidade Estadual do Piauí e os seus professores têm que ter a consciência de que não é necessário está no mercado de trabalho para vivenciar as teorias na prática jornalística.

A culpas também vêm do próprio discente, que esquece dos seus compromissos de cobrar o corpo docente e também de revisar constantemente o que lhe é instigado ao ensino, ou seja, mostrando inclusive no próprio questionário o seu interesse para com os estudos da área de Teorias da Comunicação. Há exemplos de que os alunos sequer acompanharam os planos de curso das disciplinas das áreas teóricas. Alegações como “falta de tempo” e “desinteresse”¹⁰ são pontos para essa falta de interação.

¹⁰ Segundo questionários aplicados aos alunos.



Referências bibliográficas

HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C. e FRANÇA, Vera Veiga (orgs). **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2001.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo (SP): Contexto, 2005.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. NERY, Vanda Cunha Albieri. **Para Entender as Teorias da Comunicação**. Uberlândia (MG): Aspectus, 2004.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa (Portugal): Editorial Presença, 1987.