



## **Psicossociologia das Relações Públicas: Enfoque Teórico Comunicacional<sup>1</sup>**

Sandro Takeshi Munakata da SILVA<sup>2</sup>  
Universidade Municipal de São Caetano do Sul

### **Resumo**

Este artigo tem como objetivo identificar na contribuição teórica do Prof. Cândido Teobaldo, a teoria da comunicação predominante em seu discurso sobre as relações públicas. A intenção não é rotular o pensamento de Andrade diante de determinada corrente teórica, e sim apontar que a sua tese apresenta uma aproximação de uma determinada corrente teórica, e dessa forma, sinalizar que novos conteúdos e conceitos podem ser construídos a partir de outras teorias. Os resultados demonstraram que a psicossociologia das relações públicas tem forte aproximação com a corrente funcionalista da comunicação.

### **Palavras-chave**

Relações Públicas; Teorias da Comunicação; Psicossociologia das Relações Públicas.

## **PARADIGMA FUNCIONALISTA PRAGMÁTICO**

Esse paradigma, tendo como base teórica o positivismo, tem foco nas pesquisas administrativas e empíricas, sendo o seu espaço de influência, os Estados Unidos. A sua proposta é tentar compreender a sociedade segundo as suas trocas e relações sociais entre os indivíduos e os grupos. (TEMER; NERY, 2009, p. 37).

Nesse paradigma serão apresentados a Escola de Chicago e a Escola Americana Positivista. Ainda sobre esse paradigma, foram selecionados os principais conceitos-chave da vertente funcionalista pragmática: interação; sociedade de massa; público passivo; manipulação; influência; uso/utilidade; pragmática; resultado; função; efeito; líder de opinião ou *gatekeeper*; *newsmaking*; aprendizagem; diferenciação; organismo; relacionamentos; modelo circular da comunicação e *agenda setting*.

Dentre esses conceitos, destacam-se a interação, a função, a influência, modelo circular de comunicação e relacionamentos, que são aqueles com uma grande importância para o processo de comunicação. Além disso, esses conceitos facilitam o entendimento sobre a relação que se estabelece quando uma pessoa ou empresa inicia uma comunicação com outra pessoa ou um determinado público. Nessa relação existe

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul. Especialista em Comunicação Empresarial pela UMEP e Relações Públicas pela FCL. Email: stakesilva@uol.com.br



uma interação entre os públicos, na qual a influência acontece a todo instante, cada parte responde a outra, tendo por um momento um relacionamento estabelecido.

## **ESCOLA DE CHICAGO**

Surge no início do século XX, nos Estados Unidos, um grupo de teóricos que começa a refletir sobre o uso da comunicação de forma acadêmica, científica, o que sugere uma possibilidade de se elaborar uma ciência social com bases empíricas. Isso acontece porque, segundo Roberto Elísio dos Santos, nesse momento, a cidade de Chicago se depara com um processo de industrialização intenso e outras transformações sociais ocorridas, e percebe-se o quanto a comunicação influencia esse processo. (SANTOS, 2008, p. 81).

A Escola de Chicago – Cooley, Mead, Sapir, Pierce, Park, Blumer & Cia – cria uma tese que entende que a sociedade apenas pode ser estudada, a partir dos processos de interação entre as pessoas, sendo constituído simbolicamente pela comunicação, o que se convencionou a chamar de interacionismo simbólico. (RÜDIGER, 2004, p. 37).

O interacionismo simbólico concebe que a vida social é entendida por meio da interação social realizada pelos indivíduos entre si, mas esse interagir acontece por conta da observação dos processos comunicacionais. É por meio da comunicação que as pessoas trocam informações, apresentam suas ideias, contam suas histórias e registram seus conhecimentos. Para essa escola, a vida social do indivíduo resulta da sua capacidade em se comunicar, e diante dessa comunicação ser capaz de entender o seu contexto social. (TEMER; NERY, 2009, p. 38-39).

Segundo Mortensen (*apud* RÜDIGER, 2004, p. 38), o interacionismo simbólico tem por base três premissas: a primeira diz que os seres humanos atuam no mundo de acordo com os significados que lhes são oferecidos, o que significa que o indivíduo age segundo as normas e os sentidos que já estão em vigor no ambiente social que está inserido; a segunda afirma que esses significados são provenientes ou provocados pelas relações de interação das pessoas, o que sugere que à medida que elas interagem, os significados podem ser criados ou alterados; e a terceira afirma que esses significados são manipulados pelo processo interpretativo que uma pessoa tem ao entrar em contato com esses elementos, e diante dessa nova interpretação poderá surgir um novo entendimento ou se adicionará um complemento ao seu sentido.



A cidade é vista pelos teóricos dessa escola como um 'laboratório social', e ao observá-la é possível compreender as relações que ali se criam e se estabelecem. As principais contribuições dos estudiosos da Escola de Chicago estão ligadas à questão da imigração e da integração dos imigrantes na sociedade americana. Um dos seus principais teóricos é Robert Ezra Park, que diante das comunidades étnicas, se questionou sobre a função assimiladora dos jornais, a natureza da informação, e a diferença entre jornalismo e a 'propaganda social' (PARK *apud* MATTELART, 2003, p. 30-31).

Park sistematizou as funções desempenhadas pelas novas tecnologias da comunicação. Para ele, o próprio desenvolvimento dos meios de comunicação os transformou no principal meio de difusão de conhecimento na sociedade, e, além disso, esse processo também tornou os meios o principal meio de aculturação, uma vez que eles veiculavam elementos da tradição cultural de seu povo. (*apud* RÜDIGER, 2004, p. 49).

## **ESCOLA AMERICANA POSITIVISTA**

A Escola Americana, na pesquisa em comunicação, tem como objeto principal de pesquisa o estudo dos efeitos dos meios de comunicação. Mas esse estudo teve influência de diversas áreas do conhecimento, o que lhe rendeu diversas vertentes teóricas. Segundo Temer e Nery (2009, p. 41-42), a Escola Americana pode ser dividida em fases:

- A primeira é a da pesquisa em comunicação ou mais conhecida como *Mass Communication Research*, em especial pelo estudo da Teoria Hipodérmica;
- A segunda fase se apresenta como uma forma mais consolidada da pesquisa em comunicação, fortemente marcada pela questão social, conhecida como Corrente Funcionalista ou Funcionalismo;

### **A) TEORIA HIPODÉRMICA**

Antes de iniciar o contato com a proposta dessa teoria, convém esclarecer o contexto da sociedade no instante que está teoria foi estudada. Segundo DeFleur e Ball-Rokeach (1997, p. 177), esse período é o início do século XX, um começo difícil, porque houve a primeira guerra mundial.



Partindo desse contexto histórico, um conceito essencial para entender a teoria hipodérmica ou *bullet theory*/teoria da bala mágica, é o conceito de sociedade de massa. Para Wolf (2007, p. 7), a massa é um grupo homogêneo de pessoas, aparentemente iguais, mas que provém de ambientes e grupos sociais diferentes.

Na visão de DeFleur e Ball-Rokeach, em uma sociedade de massa existe três características comuns: a primeira é que os indivíduos se encontram em um estado de isolamento psicológico; a segunda é a questão da impessoalidade no trato com os outros indivíduos; e a terceira demonstra que as pessoas estão livres de suas obrigações sociais informais. (1993, p. 177-178).

Dessa forma, a sociedade tem os seus vínculos entre os indivíduos enfraquecidos, criando condições para o isolamento e a alienação social (WOLF, 2007, p. 6). E com isso, surge a preocupação de como os meios de comunicação podem moldar a opinião pública, e assim, incitá-los a uma determinada postura ou atitude. (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 181).

Em 1927, Harold D. Lasswell, cientista político, publica o livro *Propaganda Techniques in The World War*, no qual ele demonstra o poder da propaganda como forma de agregar as pessoas, em um período de guerra, para ajudarem o seu país. (MATTELART, 2003, p. 36-37). A guerra demanda de recursos para a sua manutenção, e as nações precisam de pessoas para o alistamento militar, de trabalhadores para as atividades nas fábricas, e acima de tudo, de recursos financeiros para financiar os exércitos e a guerra. (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 179).

Em virtude dessa necessidade de cooperação dos indivíduos com o seu país, a teoria hipodérmica, com base na psicologia behaviorista, entende a força dos meios de comunicação como ação de alienação, mais especificamente, a propaganda como fonte de estímulo para que as pessoas promovessem uma determinada resposta.

A ideia é que uma pessoa sendo atingida por uma propaganda possa vir a ser manipulada, e induzida a agir de acordo com uma determinada maneira, estipulada pelo emissor da mensagem. (WOLF, 2007, p. 11). Mas não se pode esquecer que essa teoria visualiza o receptor com uma postura passiva, sem ação, portanto capaz de ser influenciado.

## **B) FUNCIONALISMO**

O funcionalismo pode ser compreendido como uma corrente teórica, com base no pensamento sociológico, no qual os processos sociais são estruturados em sistemas,



tendo em vista a manutenção do funcionamento da sociedade de forma equilibrada. Segundo a proposta de Von Bertalanffy – que estruturou a teoria dos sistemas – um sistema é um conjunto no qual as partes que fazem parte desse ambiente interagem de forma integrada. (TEMER; NERY, 2009, p. 54). Sendo que esse próprio sistema é capaz de modificar suas estruturas, e a forma como os seus elementos se relacionam para manter uma determinada ordem.

Os sistemas sociais são as formas pelas quais as pessoas controlam o seu comportamento, e assim conseguem interagir e se relacionar com os outros, a fim de resolver os problemas sociais, e manter um equilíbrio. (RÜDIGER, 2004, p. 54).

Nesse ambiente social, a comunicação adquire um papel fundamental para a troca de informações, na indicação das posturas e condutas de convívio social, e estabelecer relacionamentos entre os atores sociais. Diante desse posicionamento, os funcionalistas têm uma preocupação de estudar as formas como os meios de comunicação influenciam a vida dos indivíduos, e, além disso, descobrir o papel da mídia na sociedade. (SANTOS; CARDOSO, 2008, p. 37).

Diante desse interesse funcionalista, o conceito de função ganha um importante destaque, uma vez que o objetivo é apresentar qual o sentido, a importância do papel desempenhado pelos meios de comunicação, e de que forma a sociedade se beneficia dessa comunicação midiática. (SANTOS, 2008, p. 82).

O autor mais trabalhado nessa corrente teórica é Harold Lasswell. Ele propõe o seu modelo em 1948, no trabalho *A Estrutura e a Função da Comunicação na Sociedade*. De acordo com Lasswell (1971, p. 105), esse modelo indica que o ato de comunicação consiste na resposta de cinco perguntas: quem? diz o que? em que canal? para quem? com que efeito?. Esse processo demonstra que a comunicação é uma atividade intencional, por meio da qual as pessoas influenciam no comportamento das outras a partir da disseminação de suas mensagens. (RÜDIGER, 2004, p. 55).

Quanto ao seu modelo, Lasswell (1971, p. 105) esclarece que o estudo científico em comunicação tender a avaliar uma dessas questões: quem – refere-se à questão do comunicador e os seus interesses; diz o que – é a análise do conteúdo de uma mensagem; em que canal – significa a análise dos meios escolhidos no processo; para quem – sinaliza a preocupação com o receptor, e entender a sua compreensão; e por fim, com que efeito – é a questão dos efeitos causados por uma comunicação específica.

Após apresentar a estrutura da comunicação, Lasswell demonstra que a comunicação tem três funções (1971, p. 106):



- Vigilância sobre o meio ambiente – a mídia funciona como um vigilante ao relevar tudo o que pode ser uma ameaça ao sistema de valores de uma sociedade, e dessa forma as pessoas podem conviver naturalmente frente aos problemas sociais que possam acontecer;
- A correlação das partes de uma sociedade em resposta ao meio – a comunicação permite o relacionamento e interação entre as pessoas, a fim de trabalharem e cooperarem de forma conjunta tendo em vistas a harmonia social;
- E a transmissão da herança social de uma geração a outra – a comunicação auxilia o processo de transmissão do patrimônio cultural de uma sociedade, de uma geração para a outra.

Logo a visão funcionalista dos teóricos dessa corrente, torna evidente a capacidade do ser humano em apreender, criar, transmitir e entender que as convenções utilizadas na comunicação é condição básica para a transformação e evolução positiva da sociedade. (SANTOS; CARDOSO, 2008, p. 39).

## **PSICOSSOCIOLOGIA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS**

Segundo o editor do livro *Psicossociologia das Relações Públicas* (1989), a obra é um ensaio cuja proposta é analisar detalhadamente o poder psicossocial e a sua importância, uma vez que ele é a representação da opinião pública, na qual a sua expressão se dá por meio da determinação de interesses públicos e a identificação dos interesses privados, ou seja, os interesses dos diversos públicos e das organizações inseridas em um processo social. (1989, p. 07).

Cândido Teobaldo de Souza Andrade inicia a sua lógica de construção teórica a partir da necessidade de definição de interesse público. Segundo ele, os cientistas sociais, os políticos e os juristas afirmam ser impossível definir esse conceito, mas o autor indica ser decisiva a conceituação, mesmo que em hipótese, porque o conceito pode ser abordado como um objetivo e um processo presente em toda e qualquer manifestação social. (1989, p. 09).

Para Andrade, o interesse público é, em último caso, o que a opinião pública afirma que é, isso porque sinaliza que tanto o interesse público e a opinião pública se referem às formas de comportamento coletivo dos agrupamentos espontâneos, em especial, os públicos. (1989, p. 13).



Ainda nesse contexto, a determinação do interesse público depende da constituição dos públicos, frente às controvérsias que são apresentadas, isto é, os problemas que são levantados e afetam um determinado agrupamento de pessoas. Dessa forma, o interesse público diz respeito ao interesse do público, sendo expresso pela opinião pública. (ANDRADE, 1989, p. 15).

Andrade adota os conceitos utilizados por Hebert G. Blumer quanto aos termos multidão, massa e público. Para o autor, o estudo desses conceitos é importante porque pode-se conhecer o comportamento desses grupos, e além disso perceber o que se traduz em quebra de rotina de suas atividades em grupo. (1989, p. 23).

A multidão se forma quando um fato extraordinário acontece, e que é objeto de interesse comum, e dessa maneira desperta emoções semelhantes em diversas pessoas, colocadas umas próximas às outras. No entanto, a multidão é um agregado espontâneo, sem tradição ou herança social, e não possuem uma consciência grupal, nem uma estrutura de papéis definidos. (ANDRADE, 1989, p. 25-26).

A massa é um termo que se aproxima da multidão, isso porque a massa pode ser considerada uma multidão dispersa, enquanto que a multidão é a multidão de presença, o que significa dizer que possui contiguidade física e contato pessoal, diferentemente da massa que se encontra espalhada em diversas regiões e pelo mundo. (ANDRADE, 1989, p. 29-30).

O público é formado por um grupo de pessoas que pensam e refletem sobre os problemas colocados na discussão pública, o que pressupõe uma ação racional, diferente da multidão e da massa, que agem impulsivamente. (ANDRADE, 1989, p. 37).

Segundo a proposta de Andrade, o público é um agrupamento de pessoas e/ou grupos sociais, presentes ou ausentes fisicamente, com acesso a informações, que analisam uma controvérsia (problema) com atitudes e opiniões variadas quanto às soluções a serem tomadas. O que torna o público diferente da massa e da multidão é a sua possibilidade de análise e discussão geral, promovida pela interação social e/ou dos veículos de comunicação à procura de uma atitude comum, que permite a ação conjugada. (1989, p. 41).

Após o esclarecimento de que o interesse público é o interesse do público, e o conhecimento de como o público se constitui, Andrade segue na elucidação do que é a opinião pública. Para ele, a opinião pública resulta do público a partir da discussão racional das controvérsias de interesse público ou privado. Esse momento é um



processo intelectual que tem início com a controvérsia e finaliza com a solução do problema apresentado. (1989, p. 48).

Certos acontecimentos geram uma controvérsia, e a mesma atinge a todas as pessoas (público) que faz parte de um determinado acontecimento (evento). A partir da discussão pública é que essas pessoas se conscientizam do problema em foco, e assim expressam sua opinião. (ANDRADE, 1989, p. 49).

Mas o desenvolvimento da opinião pública não é um processo simples, em tese, abrange quatro fases: a primeira fase é caracterizada pelo aparecimento de uma ou mais questões de interesse geral, que não pode ser resolvido pelos padrões e normas culturais; a segunda fase é a definição da controvérsia mediante debates iniciais; a terceira fase busca delimitar a controvérsia, por meio de propostas ou soluções, tem-se início a discussão pública; e a quarta etapa é o momento em que as pessoas e/ou grupos chegam a um consenso, neste caso, é a opinião mesclada das opiniões individuais e/ou dos grupos presentes na discussão em grupo. (ANDRADE, 1989, p. 55-56).

Conclui-se sobre esse processo que a qualidade de opinião pública está na delimitação objetiva da controvérsia, e em seguida, na possibilidade ampla e livre de discussão pública. Andrade evidencia ainda que a opinião pública é a expressão verbal da atitude comum de um determinado público diante das controvérsias, sendo portanto a utilização do termo opinião do público mais correta ao invés de opinião pública. (1989, p. 57).

Após essas considerações teóricas, Andrade aproxima a discussão do conceito de público junto à atividade de relações públicas. Para ele, o que interessa nesse estudo do público é o momento em que esses agrupamentos se voltam para cada instituição e tem o interesse de levantar controvérsias, e assim apresentar e defender suas opiniões. Assim, ele aproxima sua questão inicial sobre o interesse público às relações públicas, indicando que é preciso procurar determinar a identidade de cada público nas suas relações com as instituições, por meio do interesse público que deve os unir. (1989, p. 78).

A classificação dos públicos tem o seu valor porque permite racionalizar operacionalmente as atividades e o processo de relações públicas. O autor, além disso, alerta para a necessidade de conhecimento sobre a complexidade de formação dos diferentes públicos, e faz uma ressalva que é pensar que um determinado integrante de um grupo específico pode estar em certos casos, enquadrado em outro tipo de público. (ANDRADE, 1989, p. 79).



Diante dessa importância de conhecimento de formação e identificação dos diferentes públicos, Andrade (1989, p. 94-95) comenta ainda a questão do poder dos mesmos, o seu poder psicossocial. Ele sinaliza que além dos três poderes, naquele momento de ditadura militar (político, econômico e militar). O quarto poder é o psicossocial, o poder da opinião pública, que seria a soma e a síntese de todos os poderes, e somente estes representa a vontade expressa pela determinação do interesse público e da sua identificação com os interesses egoístas, ditos individuais. Sendo assim, esse poder resulta da formação de efetivos públicos, que se encontra na dependência direta de métodos válidos e instrumentos adequados para o seu exercício soberano.

Nesse momento, o autor ressalta o valor das relações públicas, já que elas podem agrupar esforços para estabelecer um clima que facilite a compreensão e o desenvolvimento sociais, o que supera os fatores negativos que geram a incomunicação. (ANDRADE, 1989, p. 95-96).

Diante dessa importância das relações públicas, o seu objetivo seria a identificação do interesse privado com o interesse público, uma vez que a atividade consiste na execução de uma política e um programa de ação que objetiva conquistar a confiança para as empresas – públicas ou privadas – de seus públicos, tendo em vista harmonizar os interesses em conflito, e assim administrar as controvérsias. (ANDRADE, 1989, p. 98).

E, dentro da proposição teórica de Andrade, pode-se notar a sua visão quanto a uma nova perspectiva que é o entendimento e a valorização do profissional de relações públicas como um representante dos públicos junto à alta direção, levantando as controvérsias, fornecendo informações e dando condições para um debate, e assim formando públicos, as empresas chegam a um entendimento comum. (ANDRADE, 1989, p. 114).

## **RELAÇÕES PÚBLICAS E O PODER PSICOSSOCIAL**

Cândido Teobaldo de Souza Andrade foi um dos pioneiros nos estudos de relações públicas no Brasil. Foi o primeiro doutor na área, além de ter elaborado o primeiro livro sobre o assunto chamado *Para Entender Relações Públicas*. Participou ainda da criação do primeiro curso de relações públicas, em nível universitário, na



Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, no final da década de 60.

O principal trabalho teórico do Prof. Teobaldo é o livro *Psicossociologia das Relações Públicas*, que tem como base a sua tese de doutorado, defendida na ECA-USP no início dos anos 70. A ideia central do livro é que as relações públicas administram as controvérsias que surgem entre os interesses dos públicos, ou do público, e dos interesses das organizações. Para isso, cabe ao RP identificar o interesse público, para assim descobrir a controvérsia gerada, e em seguida, buscar a solução mais adequada.

Como o Prof. Teobaldo mesmo indica:

o que interessa é o momento em que esses agrupamentos se voltam para cada organização e tenham ensejo de levantar controvérsias e apresentar e defender suas opiniões. Procura-se assim determinar a identidade de cada grupo nas suas relações com as instituições pelo interesse público que os deve unir. (1989, p. 78).

Nesse processo é de se considerar o poder psicossocial, que é a representação da vontade expressa pela determinação do interesse público e da sua identificação com os interesses egoístas ou particulares. (TEOBALDO, 1989, p. 95). Assim sendo

as relações públicas, dentro de princípios éticos e procurando harmonizar interesses, podem agrupar ponderáveis esforços no nobre propósito de estabelecer um clima que facilite a compreensão e o desenvolvimento social, contribuindo assim para superar todos os fatores negativos que geram a incomunicação. (TEOBALDO, 1989, p. 95-96).

Após a exposição da ideia central do trabalho do Prof. Teobaldo, iniciamos a análise, a fim de aproximar a sua tese junto às teorias da comunicação e assim visualizar possíveis aproximações. O primeiro item avaliado é a questão da bibliografia e dos autores referenciados pelo autor. O Prof. Teobaldo, quanto aos autores ligados às relações públicas, se utiliza de Bertrand R. Canfield, Harwood L. Childs, Samuel H. Jameson, Scott Cutlip e Allen H. Center. Todos esses autores têm em seus textos uma influência funcionalista, norte-americana, sendo em geral esses trabalhos grandes manuais que explicam a prática das relações públicas dentro de uma posição meramente instrumental ao sinalizar o passo a passo da atividade.

Quanto aos autores de teorias da comunicação, o Prof. Teobaldo se utiliza em especial do teórico Wilbur Schramm, cujo trabalho em geral está associado à linha de pesquisa da *Mass Communication Research*, portanto funcionalista. Outro autor referencial no trabalho é o sociólogo Herbert Blumer, ligado aos estudos da Escola de



Chicago (Universidade de Chicago), que neste trabalho se insere dentro do paradigma funcionalista, como indicado no primeiro capítulo.

O segundo item avaliado é a questão dos conceitos-chaves utilizados pelo autor. No primeiro capítulo indicamos os principais conceitos utilizados em cada um dos paradigmas das teorias da comunicação. Agora evidenciamos os conceitos utilizados pelo Prof. Teobaldo tendo em vista a sua aproximação a um determinado paradigma.

Teobaldo se utiliza, dentre outros, dos seguintes conceitos: interação social, opinião pública, interesse público, consenso, entendimento, administração, compreensão, desenvolvimento. Esses conceitos podem ser mais próximos ao paradigma funcionalista, que busca entender o funcionamento e quais as melhores formas de aperfeiçoar a comunicação na sociedade e na relação entre as pessoas e públicos, tendo em vista o equilíbrio no sistema.

Diante do que foi exposto, é possível lembrar-nos das três funções da comunicação apresentado por H. Lasswell: vigilância, correlação das partes e transmissão de herança social. Essas funções podem ser aproximadas das ideias do Prof. Teobaldo de forma bem direta.

Quanto à vigilância sobre o meio ambiente, as relações públicas precisam vigiar o ambiente no qual as organizações estão inseridas, identificar ameaças (controvérsias), e dessa forma, enfrentar esses problemas. Quanto à correlação, as relações públicas elaboram novas formas que contribuam com melhorias no relacionamento da empresa e de seus públicos, tendo em vista a cooperação e o entendimento comum. Quanto à transmissão da herança social, as relações públicas auxiliam as empresas a transmitir e compartilhar sua cultura e seu patrimônio com a sociedade, diante dessa relação de interdependência entre ambos.

### **Referências bibliográficas**

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Psicossociologia das Relações Públicas**. 2. ed. São Paulo: Loyola, 1989.

ARAÚJO, Carlos Alberto. A Pesquisa Norte-Americana. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 8. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

HOHLFELDT, Antonio. Teoria da Comunicação: a recepção brasileira das correntes do pensamento hegemônico. In: MELO, José Marques de. (org.). **O Campo da Comunicação no Brasil**. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.



LASSWELL, Harold D. A Estrutura e a Função da Comunicação na Sociedade. In: COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1971.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da Comunicação: idéias, conceitos e métodos**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das Teorias da Comunicação**. 6. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

MIÈGE, Bernard. **O Pensamento Comunicacional**. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

MORTENSEN, David. (org.). **Teoria da Comunicação: textos básicos**. São Paulo: Mosaico, 1980.

POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da Comunicação: o pensamento e a prática da comunicação social**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

RÜDIGER, Francisco. **Introdução à Teoria da Comunicação: problemas, correntes e autores**. 2.ed. São Paulo: Edicon, 2004.

SANTOS, Roberto Elísio dos. **As Teorias da Comunicação: da fala à internet**. 2.ed. São Paulo: Paulinas, 2008.

\_\_\_\_\_; CARDOSO, João Batista Freitas. Teorias da Comunicação: aportes para a compreensão da dimensão simbólica e processos inovadores. In: CAPRINO, Mônica P. (org.). **Comunicação e Inovação: reflexões contemporâneas**. São Paulo: Paulus, 2008.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; NERY, Vanda Cunha Albieri. **Para entender as Teorias da Comunicação**. 2.ed. Uberlândia: EDUFU, 2009.

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