

Dossiê #rccs18

COMUNICAÇÃO

Desafios e (Im)possibilidades

RCCS – Edição 18, V. 11, Ano 10, Nº 1 – JUL / DEZ - 2025

Organização

LAWRENBURG ADVÍNCULA DA SILVA
SONIA REGINA SOARES DA CUNHA



ISSN 2317-7519
COMUNICAÇÃO

UNEMAT
Universidade do Estado de Mato Grosso
Carlos Alberto Reyes Maldonado


EDITORA
UNEMAT

UNEMAT

Universidade do Estado de Mato Grosso
Carlos Alberto Reyes Maldonado

EXPEDIENTE

REVISTA COMUNICAÇÃO, CULTURA E SOCIEDADE (RCCS) ISSN: 2317-7519 (Comunicação)

Revista do Grupo de Pesquisa Comunicação, Cultura e Sociedade da Universidade do Estado de Mato Grosso – Unemat, com apoio da Editora da Unemat e do Grupo de Pesquisa Comunicação, Cultura e Sociedade.

Portal RCCS: <https://periodicos.unemat.br/index.php/ccs> E-mail: lawrenberg@unemat.br

Editoração: A RCCS utiliza como sistema de editoração o *Open Journal Systems*.

Design Gráfico: Capa desenvolvida com apoio da IA *Canva*.

Indexação: A RCCS está indexada em diversas bases dados, entre elas, o Portal de Periódicos da Capes, Reviscom, Google Scholar e Directory of Open Acces Journals (DOAJ).

A **REVISTA COMUNICAÇÃO, CULTURA E SOCIEDADE (RCCS)** é uma publicação acadêmica desde 2013 como periódico acadêmico da área de Comunicação e suas áreas afins. Atualmente ela é coordenada, editada e supervisionada por editoria executiva formada pelos professores Dr. Lawrenberg Advíncula da Silva (Unemat) e Dra. Sonia Regina Soares da Cunha, com o apoio editorial de: Luiz Kenji Umeno Alencar (Supervisão de Bibliotecas), Pedro Henrique Romeiro Ferreira (Assistência Editorial), Heloiza Gadani Mendes de Souza (Assistência Científica/Parecerista) e professora Dra. Maristela Cury Sarian (Assessora de Gestão da Editora e das Bibliotecas).

CONSELHO EDITORIAL

Dr. Marcelo de Oliveira Pires (Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC-BA), Dr. Itamar Nobre (Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN), Dr. Josuel Mariano Hebenbrock (Universidad Pompeu Fabra, Espanha), Dr. Juliano Domingues da Silva (Universidade Católica de Pernambuco – Unicap-PE), Dr. Iuri Gomes Barbosa (Universidade do Estado de Mato Grosso – Unemat-MT), Dr. Rafael Rodrigues Lourenço Marques (Universidade do Estado de Mato Grosso – Unemat-MT), Dr. Paulo Eduardo Linz Cajazeira (Universidade Federal de Pelotas –

Unipel-RS), Dr. Gibran Lachowski (Universidade do Estado de Mato Grosso – Unemat), Dr. Juliano Maurício de Carvalho (Universidade Estadual Paulista – Unesp-SP), Dra. Rosana Alves (Universidade do Estado de Matogrosso – Unemat), Dra. Antônio Alves (Universidade do Estado de Mato Grosso – Unemat), Dr. Alfredo Costa (Universidade Federal de Goiás – UFG) e Felipe Collar Bernie (Universidade Federal de Roraima – UFRR)

COMISSÃO CIENTÍFICA

Dr. Lawrenberg Advíncula da Silva (Universidade do Estado de Mato Grosso – Unemat), Dra. Sonia Regina Soares da Cunha, Dr. Élmano Ricarte de Azevêdo Souza (Instituto de Comunicação da Universidade Nova Lisboa-Portugal), Dra. Vânia Maria Lescano Guerra (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS), Dra. Marli Barboza (Universidade do Estado de Mato Grosso – Unemat), Dra. Maria Isabel Amphilo (Universidade Complutense-Espanha), Dr. Uislávio Oliveira Evangelista (Universidade do Estado de Mato Grosso – Unemat), Dr. Alfredo José da Costa (Universidade Federal de Goiás – UFG-GO), Dra. Antônio Alves (Universidade do Estado de Mato Grosso – Unemat), Roscéli Kochhann (Universidade do Estado de Mato Grosso – Unemat), Felipe Collar Berni (Universidade Federal de Roraima – UFRR), Dr. Eduardo Luís Mathias Medeiros (Universidade do Estado de Mato Grosso – Unemat)



As opiniões expressas nos artigos são de inteira responsabilidade de seus autores. Todo material incluído nesta revista tem a autorização expressa dos autores ou de seus representantes legais. Qualquer parte dos artigos da revista pode ser reproduzido desde que citados autor e fonte.

DESAFIOS E POSSIBILIDADES DA COMUNICAÇÃO NO UNIVERSO VIRTUAL

CHALLENGES AND POSSIBILITIES OF COMMUNICATION IN THE VIRTUAL WORLD

MARCELO MENDONÇA TEIXEIRA¹

RESUMO

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) trouxeram facilidade de acesso à comunicação pelo aumento da capacidade de armazenamento de notícias e pela velocidade de processamento da informação em tempo real. Dessa forma, a interação global baseada no compartilhamento de informações e conhecimentos, e os avanços nas tecnologias de comunicação, mudaram o conceito de comunicação na sociedade. Esta pesquisa qualitativa e empírico descritiva foi desenvolvida de janeiro a julho de 2022. Como resultado apresentamos algumas das transições sobre modelos de comunicação tradicionais até modelo de comunicação do universo virtual.

Palavras-chave: comunicação; novas tecnologias; modelos de comunicação; ciberespaço.

ABSTRACT

Information and Communication Technologies (ICTs) have facilitated access to communication by increasing the capacity for storing news and the speed of real-time information processing. Thus, global interaction based on the sharing of information and knowledge, and advances in communication technologies, have changed the concept of communication in society. This qualitative and descriptive empirical research was developed from January to July 2022. As a result, we present some of the transitions from traditional communication models to the communication model of the virtual universe.

Keywords: communication; new technologies; communication models; cyberspace.

¹ Professor Adjunto do Curso de Engenharia de Software e de Licenciatura em Computação da UFRPE (Multicampi Garanhuns). E-mail: marcelo.mendoncateixeira@upe.br

Introdução

A interação global, baseada no compartilhamento de informações e conhecimentos, e os avanços das tecnologias digitais, vêm promovendo transformações no processo comunicativo das pessoas. A esse respeito, na comunicação pelo meio – *Teoria Complexa da Comunicação* – (Morin, 2003), constatamos que no transcorrer dos anos face a emergência de novas formas de comunicação interativa (muitos para muitos) e a miríade de conteúdos informativos na no universo virtual, o processo comunicativo tornou-se dinâmico e multidirecional através de diferentes recursos tecnológicos. Inclusive, novos modos de vida são permeados por uma cultura global que potencializa novas formas de sociabilidade no mundo contemporâneo através de tecnologias digitais.

Em outras palavras, trata-se de uma virtualização cultural da realidade humana, fruto da migração do espaço físico para o virtual (mediado pelas TICs), regido por códigos, signos e relações sociais próprias. Avante, surgem formas instantâneas de comunicação, interação e possibilidade de rápido acesso às informações, no qual não somos meros emissores, mas produtores, reprodutores, colaboradores e distribuidores daquelas. As novas tecnologias também têm servido para “conectar” pessoas de diferentes culturas fora do espaço virtual, o que há pelo menos cinquenta anos era impensável.

Sobre essa seara, se faz notório na literatura pós-moderna que a era atual é, segundo Castells (2020), fruto da convervência comunicativa física para a virtual mediada pelas tecnologias de informação e comunicação, proporcionando uma nova dimensão as formas de pensar, agir e interagir das pessoas, dispersas ou não geograficamente. Sobre o assunto, Mcquail (2017) adianta que os meios evoluíram, de fato, pois estando presentes em uma plataforma digital em rede ocorre numa potencialização dos recursos de comunicação oferecidos, antes limitados a presencialidade corpórea. Ou seja, o resultado da convergência tecnológica permitiu a digitalização, o armazenamento, a hipertextualidade, a compreensão do sinal e a automatização dos processos de produção e emissão das informações.

É nesse caminhar que urge o estudos sobre o processo de comunicação humano, dos registros em pedra ao ciberespaço, juntamente com as teorias da comunicação, amparados por aspectos sociais, históricos, econômicos e tecnológicos. Este estudo busca apresentar o modelo de comunicação para o universo virtual.

Da Comunicação Humana aos Modelos de Comunicação

O século XXI será o século das revoluções, previram Marshall McLuhan (1964) e Dennis Mcquail (2017), e duas áreas do conhecimento concretizaram o pensamento dos teóricos, contribuindo decisivamente para a revolução comunicativa e educacional da humanidade – as telecomunicações e a informática. Após o governo americano ter criado a “Defense Advanced Research Projects Agency” – DARPA (Agência de Projetos de Pesquisa Avançada de Defesa, em português), em 1958 (Alderman, 2016), a ideia da comunicação em rede surgiu no artigo *Man-Computer Symbiosis*, escrito pelo cientista Joseph Carl Robnett Licklider (Licklider, 1960). Na década seguinte, Vinton Cerf cunha o termo “Internet” (sistema global de redes interligadas de computadores), oferecendo a sociedade uma vasta gama de recursos e serviços. Os *mass media* foram reformulados e redefinidos, e as novas Tecnologias de Informação e Comunicação passaram a ser utilizadas em todos os campos do saber (Teixeira, Ferreira, 2014).

Nesse sentido, de acordo com o novo cenário sociotécnico atual, face a emergência de novas formas de comunicação interativa (muitos para muitos) e a miríade de conteúdos informativos na rede. Doravante, acompanhar a evolução midiática e fazer uso dos antigos e novos recursos comunicativos é um imenso desafio, congénere as peculiaridades de cada contexto educativo (situações ambientais quanto as transformações da consciência coletiva em rede). Obviamente, em sentido figurado, tendo em vista que a albetização midiática não está disponível a grande parte da população mundial. Aos afortunados “nativos digitais” (pessoas que nasceram na era das tecnologias digitais) equivale a realidade mencionada - um universo virtual que suporta a inteligência coletiva, o hipertexto, a inteligência artificial, as interfaces síncronas e assíncronas de comunicação, as comunidades virtuais, a criação, produção, distribuição de produtos, informações e serviços, a colaboração em massa, e a interatividade em tempo real, onde as pessoas estão conectadas e o conhecimento é compartilhado (através de imagens, vídeos, textos, áudios) em escala global. A cibercultura totaliza este contexto, símbolo de um período da história da humanidade marcado pela comunicação eletrônica e pelas mídias digitais, influenciando, direto ou indiretamente, e de várias maneiras, a educação e os modos de ensinar e aprender (ibidem).

Sob tal cenário, observamos na literatura de Mcquail e Mark (2020) que os modelos e as teorias da comunicação evoluíram no decorrer dos anos em decorrência de adequações no processo comunicativo. Claramente, é o que constatamos do Modelo Matemático da Comunicação ao Modelo de Comunicação para o Modelo de Comunicação para o Ambiente Virtual, norte dissertativo do presente artigo.

Estado da Arte da Comunicação

O termo “comunicação” vem do latim *communis* que significa comum. A comunicação ocorre quando o emissor traduz a sua ideia para uma linguagem ou código que possa ser compreendido pelo receptor. Jean Cloutier (2001), autor que destaca o papel do ser comunicante enquanto “EMEREC”, atesta que o homem possui duas características distintas (o de emissor e receptor), num processo não linear e nem estático, encontrando-se este em movimento e variando conforme as diferentes formas de comunicação. O código, segundo Fleury e Fischer (1989) referido por Cunha e Cabral-Cardoso (2003), é um sistema de significados comuns aos membros de uma cultura ou subcultura. O resultado dessa codificação é a mensagem, seja ela verbal ou não verbal, onde qualquer acontecimento, comportamento ou objeto pode ser percebido, a qual pode ser emitida e/ou interpretada independentemente da vontade humana (ibidem). A linguagem engloba os diferentes sinais corporais e, quando fala do sistema “não verbal” aponta os seguintes canais: expressão facial; olhar; gestos e movimentos posturais; contato corporal; comportamento espacial; roupas, aspecto físico e outros inerentes a aparência. Ao receber uma mensagem, o receptor a descodifica, o que consiste na tradução dos seus aspectos verbais e não verbais, de forma que lhe é atribuída um determinado significado (percepção). Esta aparente simplicidade é, todavia, permeada por inúmeras dificuldades inerentes aos sistemas de significação, uma vez que tais significados são muito mais o produto de uma cultura particular do que os significantes (Teixeira, 2012). Desse modo, as pessoas diferem em suas maneiras de perceber, pensar, sentir e agir, e essas diferenças individuais influenciam a dinâmica interpessoal, a formação de grupos e a própria cultura das instituições.

As “mensagens” são documentos, registos e atestados do que efetivamente é importante e fundamental para a vida em sociedade. Não importando qual seja seu conteúdo, toda mensagem é sempre uma prova, um testemunho, na medida em que torna público um pensamento, traduz e confirma

ideias, transformando-as em palavras, sons e imagens”. Ainda no processo comunicativo, temos “a resposta” ou *feedback*, também conhecido como “retroinformação”. O *feedback* é um elemento importante no sistema de informação e, quando se encontra presente no processo de comunicação, é nomeado de bilateral, pois, ocorre em dois sentidos, ou seja, além do envio da mensagem original, a informação retorna decodificada pelo receptor à fonte ou emissor, para que este possa conhecer o resultado de sua mensagem (Paz, Teixeira, 2020). O *feedback* ajuda a melhorar o desempenho e a comunicação das pessoas na medida que é fundamental para o desenvolvimento da competência interpessoal no sentido da comunicação, com o intuito de fornecer-lhes uma resposta, e constitui-se em um processo de ajuda para mudanças de comportamento.

Normalmente, as barreiras de comunicação estão associadas a diferenças de repertórios, ou seja, da rede de referências, valores, conhecimentos históricos, espaciais, afetivos, científicos, profissionais presentes em cada indivíduo, entre o emissor e o receptor (Motta e Caldas, 1997). Dentre os “elementos da comunicação” encontram-se os meios de comunicação como instrumentos que nos ajudam a transmitir ou receber informações durante o processo comunicativo. Os meios de comunicação de massa (rádio, televisão, telefone, jornal, revista, cinema) contemporaneamente conhecidos como *mass media* são os meios de comunicação utilizados na transmissão de mensagens, sejam elas escritas, sonoras, textuais ou multimídia, pelo qual mediam a comunicação direcionada a um grande contingente de receptores. Ao longo do processo civilizatório foram utilizados diversos meios de comunicação, mas poucos conseguiram sobreviver às mudanças tecnológicas no decorrer da história humana, como o rádio. McQuail (2017) comenta que a interatividade, a autonomia e a presença social, foram determinantes na transição dos velhos para os novos meios de comunicação de massa.

Comunicar não é simplesmente dizer o que se pretende transmitir, o modo como se transmitem as coisas é crucial e difere de uma pessoa para outra. Comunicar é muito mais do que partilhar informação (seja de forma escrita, oral, gestual ou eletrônica), é compreender o outro, é um ato criativo baseado na invenção de um novo conhecimento. Para Teixeira e Perona Páez (2014), as vantagens da comunicação digital são inegáveis, considerando, inclusive, que o uso de equipamentos eletrônicos como interfaces de melhoria no processo comunicacional não altera os preceitos básicos da comunicação, pelo contrário,

permite uma rápida transmissão de informação, e a partilha simultânea da mesma informação por diferentes pessoas, independentemente do local em que se encontram.

Nesse processo comunicacional a transmissão eletrônica de mensagens é utilizada em larga escala na sociedade atual, representando uma verdadeira revolução nos meios de comunicação de forma rápida e simultânea, de modo a permitir a partilha de informações por diferentes pessoas em qualquer parte do mundo. A passagem da cultura tribal (oral) para a cultura escrita/tipográfica foi uma transformação tão profunda para o indivíduo e para a sociedade, quanto a passagem da cultura escrita para a cultura digital que ora presenciamos. Sobre o ato de comunicar, Barreto (1998) apresenta as fases e as modificações na estrutura da comunicação do conhecimento humano da “oralidade à eletrônica”, às quais acrescentamos a fase digital correspondente aos tempos da era contemporânea. Para Teixeira e Perona Páez (2014), as vantagens da comunicação eletrônica são inegáveis, considerando, inclusive, que o uso de equipamentos eletrônicos como interfaces de melhoria no processo comunicacional não altera os preceitos básicos da comunicação, pelo contrário, permite uma rápida transmissão de informação, e a partilha simultânea da mesma informação por diferentes pessoas, independentemente do local em que se encontram. Prata (2008) afirma que o progresso experimentado pelas técnicas de comunicação no século XX representa para humanidade conquistas e desafios. Conquistas, à medida que propicia possibilidades de difusão de conhecimentos e de informações numa escala antes imprevisível e imaginável. Desafios, à medida que os avanços tecnológicos impõem uma séria revisão e reestruturação dos pressupostos teóricos que norteiam tudo que se entende por comunicação, e sua relação com as demais áreas do conhecimento. A comunicação possui sentido amplo que pode ser aplicado em diversos contextos e segmentos. A comunicação representa uma atividade humana que todos conhecem e praticam, mas poucos conseguem defini-la satisfatoriamente. Trata-se de um campo vasto, que se interrelaciona com outras áreas do conhecimento, compondo uma visão generalista e multidisciplinar. Morin (2003), completa, explicando que a comunicação não se estabelece como um ato isolado, mas obedece a determinadas funções de informação, educação, animação, e distração.

Assim sendo, pode-se afirmar que a comunicação é um elemento que age sobre os indivíduos, à medida que é através dela que as pessoas interagem umas

com as outras e trocam informações. Compreender a comunicação resulta na percepção das relações humanas, em um processo que envolve as individualidades, histórias, sentimentos, valores e modos de ver o mundo, pelo qual provoca mudanças na forma de sentir, pensar e agir dos sujeitos na vida em sociedade.

As Redes de Comunicação

A palavra “rede” vem do latim *rete* que significa “um conjunto entrelaçado de fios com aberturas regulares que formam uma espécie de tecido” (Rector e Trinta, 1999). A partir da ideia de entrelaçamento e malha, a palavra rede adquiriu vários significados no decorrer dos séculos, passando a representar diferentes áreas e atividades (redes de comunicação/redes de pesca/redes sociais/redes de drenagem/rede de computadores/redes de transporte/rede de escolas/rede de fios/rede de informações/redes de aprendizagem, dentre outras). Para Castells:

Rede é um conjunto de nós interconectados. Nó é o ponto no qual uma curva se entrecorta. [...] Redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação (Castells, 2002, p. 566).

Newstrom e Davis (1997), explicam que as redes de comunicação são definidas como grupos de pessoas que se reúnem e mantêm contato para comunicar em torno de objetivos e/ou temáticas comuns. As redes de comunicação se sustentam pela vontade e afinidade de seus integrantes, caracterizando-se como um significativo recurso organizacional, tanto para as relações pessoais quanto para a estruturação social. Na prática, redes são comunidades, presencial ou virtualmente constituídas, cuja informação circula livremente, emitida de pontos diversos e sendo encaminhada de maneira não linear a uma infinidade de outros pontos, que também são emissores de informação.

Rego (1999) esclarece que um sistema de comunicação é formado por redes de comunicação, que definem os canais através dos quais a informação circula, seja por vias formais ou informais. As redes formais da comunicação são, de acordo com Rego (1999), instrumentos oficiais pelos quais passam tanto as informações descendentes como as ascendentes e que visam a assegurar o

funcionamento ordenado e eficiente da organização, por meio de normas, memorandos, relatórios ou instruções. Em suma, são todas as informações que uma organização pode ter através de canais que possibilitem seu registro, na maioria das vezes por escrito.

Por outro lado,

As redes informais de comunicação são aquelas que acontecem a partir das relações de vizinhança, no bairro, para a difusão da informação, que se estendem das relações de construção coletiva de ações para melhoria da qualidade de vida de diferentes comunidades e seguem procedimentos que podem estar configurados em determinadas rotinas e gramáticas próprias ou não (Ribeiro, 2007, p. 225).

Desse modo, conclui-se que as redes de comunicação são sistemas que se autoreconstróem e se conectam ou se acoplam estruturalmente, através de pontos comuns com outros sistemas internos e externos e realizam operações de comunicação no sistema social. A necessidade de definir mais claramente os termos: “comunicação”, “elementos da comunicação” e “redes de comunicação”, é fruto das inúmeras perspectivas que surgem a partir do entendimento deste vasto campo do conhecimento, desde a interrelação com outras áreas do saber ao surgimento dos *mass media* e dos *net media*, proporcionando à sociedade contemporânea o acesso à informação em tempo real, a partir de qualquer lugar, rede ou canal de comunicação.

As redes constituem a morfologia das sociedades contemporâneas e a difusão da sua lógica modifica substancialmente as operações e os resultados dos processos de produção, poder, educação e cultura. Essa nova ordem social e comunicacional apresenta-se através da cibercultura, que interrelaciona informação, comunicação e tecnologia gerada pela interligação dos computadores, na qual se consolida uma comunicação destituída da presencialidade corpórea (Roesler, 2007 *apud* Teixeira, 2012). Surge, então, a cultura das redes, aparecendo contemporaneamente como uma metáfora para traduzir o sentido das experiências de interação, comunicabilidade e sociabilidade das pessoas com o mundo virtual (Paiva, 2004).

Na prática, Tapscott e Williams, 2010 explicam no livro *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything* que a interação global, baseada na partilha de informações e conhecimentos, e os avanços das tecnologias de comunicação mudaram o conceito de economia e sociedade: os consumidores

tornam-se produtores, e os produtores tornam-se consumidores de conteúdos, bens e serviços, em um novo modelo económico planetário, sem restrições ou barreiras, induzidos por um processo de colaboração massiva. A “rede” não apenas amplifica a formação de campos de comunicação social enquanto “meio”, mas também é capaz de fazer emergir construções culturais e sociais inéditas, ganhando vida própria no ciberespaço. A partir de então é criada uma nova consciência social que será aproveitada por uma sociedade da informação, a nível local e global. Cruzando estes dois contextos de comunicação, constitui-se numa rede glocalizada (Silva, 2002).

Costa (2008) explica que se o meio é a mensagem, então a rede também passa a ser a mensagem. Estar em rede seria mais determinante do que usar a rede para essa ou aquela causa.

Para Castells:

As redes eram fundamentalmente o domínio da vida privada; as hierarquias centralizadas eram o feudo do poder e da produção. Agora, no entanto, a introdução da informação e das tecnologias de comunicação baseadas no computador, e particularmente a *Internet*, permite às redes exercer sua flexibilidade e adaptabilidade, e afirmar assim a sua natureza revolucionária (Castells, 2001, p. 7-8).

A passagem dos *mass media* para os *net media* representa o surgimento de um novo sistema de comunicação, caracterizado pelo seu alcance global e pela interação de todos os meios de comunicação. Para o rádio, por exemplo, significa a mudança de um sistema de comunicação síncrono e inflexível emitido por ondas hertzianas para um sistema que integra múltiplos modos de comunicação numa rede digitalizada, assíncrona, flexível e amplamente interativa.

Modelos de Comunicação

1. Modelo de Comunicação de Aristóteles

O primeiro modelo histórico da comunicação da humanidade foi apresentado por Aristóteles, na sua obra *Arte Retórica*, durante o século IV a.C. Segundo o filósofo, para se estudar, compreender e cultivar a retórica há que olhar para três elementos essenciais do processo de comunicação: 1) A pessoa que fala (locutor); 2) O discurso que faz; e 3) A pessoa que ouve. Esta abordagem traduz a essência de qualquer modelo

posterior do processo de comunicação: Emissor - Mensagem - Receptor (Souza, 2006).

2. Modelo de Comunicação de Harold Lasswel (Fig. 1)

Elaborado nos anos 30, exatamente na época da teoria hipodérmica (modelo da Teoria da Comunicação que compara uma mensagem a uma injeção de uma "seringa hipodérmica"), como aplicação de um paradigma para a análise sociopolítica (quem obtém o quê? quando? de que forma?), o modelo Lasswelliano, proposto em 1948, explica que uma forma adequada para se descrever um ato de comunicação é responder às perguntas seguintes: quem? diz o quê? através de que canal? com que efeito? (Wolf, 2006). O estudo científico do processo comunicativo tende a concentrar-se em uma ou outra destas interrogações. Para Souza (2006), é um modelo cuja aparição pode situar-se na fase de transição entre as primeiras teorias (não científicas) sobre a comunicação social, em concreto a teoria das balas mágicas ou da agulha hipodérmica, e os primeiros estudos científicos sobre os efeitos da comunicação, como o modelo psicodinâmico de Hadley Cantril (1940) ou as teorias funcionalistas do fluxo de comunicação em duas etapas (*two step*) ou em etapas múltiplas (*multistep*).

Figura 1. Representação do modelo de comunicação de Lasswel

emissor	mensagem	meio	receptor	impacto
QUEM	DIZ O QUÊ	ATRAVÉS DE QUE MEIO	A QUEM	COM QUE EFEITO
análise de controle	análise de conteúdo	análise dos media	análise de audiência	análise dos efeitos

Fonte: Santos, 2005²

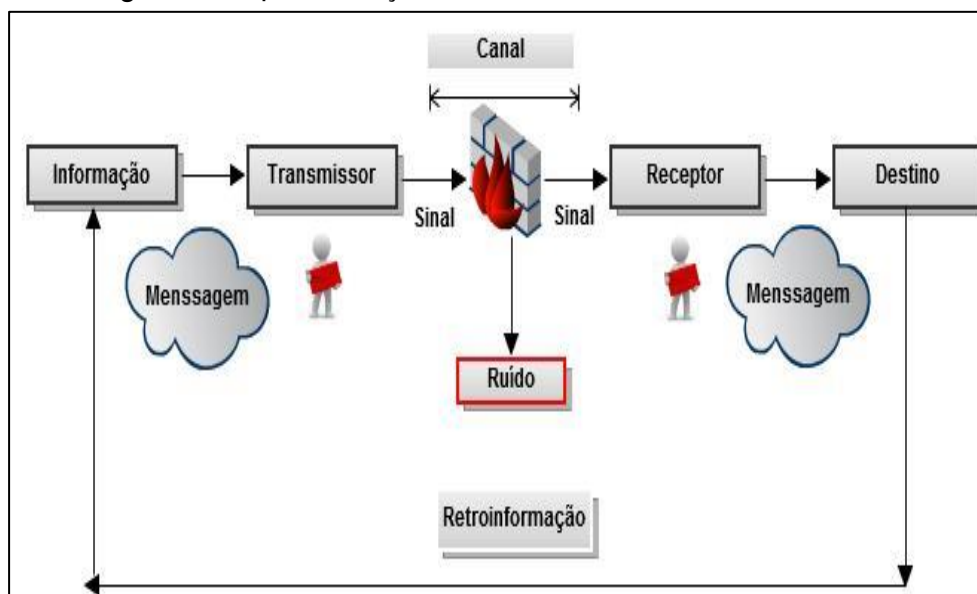
3. Modelo de Comunicação de Claude Shannon e Warren Weaver (Fig. 2)

O modelo em voga decorre da teoria da informação e tornou-se mundialmente conhecido na literatura através do artigo científico *A Mathematical Theory of Communication*, escrito pelos norte-americanos

² Disponível em: <https://industrias-culturais.hypotheses.org/11166#comments> Acesso em 20 dez. 2025.

Claude Shannon e Warren Weaver, em 1949. Neste modelo, as instâncias dos interlocutores são divididas em duas, respectivamente: o locutor é a fonte da mensagem; ele comunica por meio de um transmissor; o ouvinte é o destinatário; ele se serve de um receptor. O locutor produz ondas acústicas, que o transmissor transforma em sinais elétricos, que passam em forma de energia elétrica por meio de um fio metálico, chamado canal. Neste canal a qualidade dos sinais pode ser prejudicada por interferências, que o modelo representa como ruído. O receptor do destinatário transforma os sinais transmitidos em sinais acústicos para o ouvinte, escreve Nöth (2011). O esquema proposto por Shannon e Weaver, também conhecido como *mother of all models*, tornou-se o escopo da investigação epistemológica no campo das Ciências Sociais, norte para outros modelos de comunicação que surgiram a seguir.

Figura 2. Representação do modelo de Shannon e Weaver



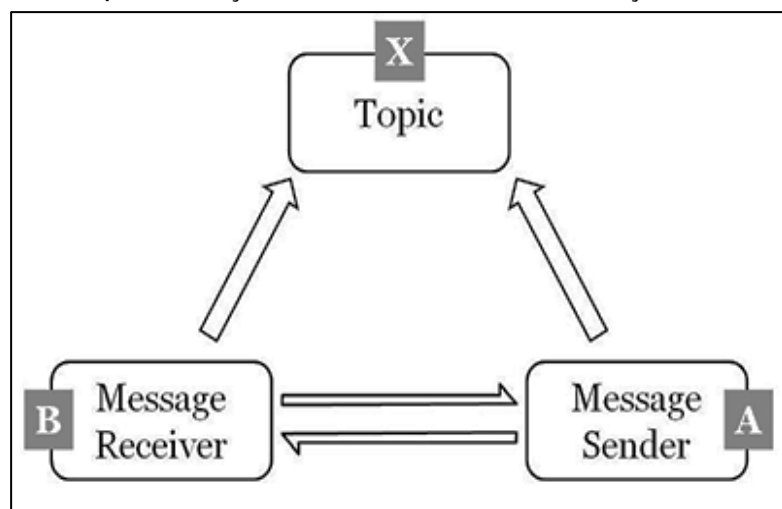
Fonte: Teixeira, Ferreira, 2014.

4. Modelo de Comunicação de Horace Newcomb (Fig. 3)

O modelo de Horace Newcomb, de 1953, opta por representar as motivações comunicacionais das pessoas nas interações e sugere um modelo de comunicação com uma forma triangular. Este modelo sustenta que as pessoas precisam de informações para saber como se socializarem e também para saberem como reagir ao meio ambiente. Incentivando equilíbrios, a comunicação entre as pessoas fomenta a probabilidade de os participantes (A e B) negociarem orientações similares em relação aos

referentes (X) da comunicação que estabelecem entre eles (Wolf, 2006). Na prática, o modelo/teoria de Lasswell influenciou Shannon, que por sua vez propôs uma complexa (mais coerente) teoria sobre o ato comunicativo. Surge assim “o modelo matemático da comunicação”, objetivando mensurar cientificamente a informação a partir da relação entre o emissor e o receptor. Desse modelo, surge, em 1957, o Modelo de Comunicação Westley e McLean enquanto uma adaptação do modelo de Newcomb aos meios de comunicação de massa, com a introdução de um elemento C e o alargamento do modelo.

Figura 3. Representação do modelo de comunicação de Newcomb



Fonte: Newcomb, s.d.³

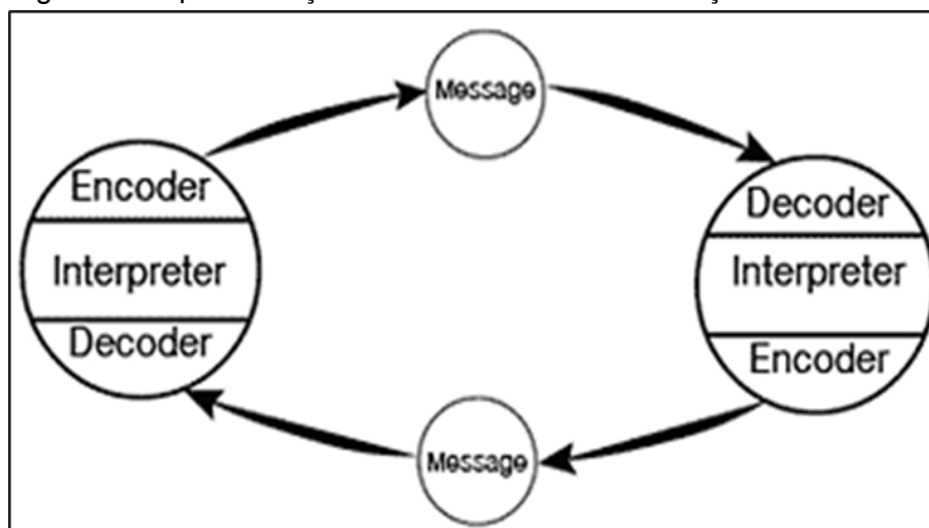
5. Modelo de Comunicação de Wilbur Lang Schramm (Fig. 4)

O jornalista, acadêmico e escritor Wilbur Schramm desenvolveu o seu modelo de comunicação após avaliar a comunicação de massas em diferentes partes do mundo, inspirado, igualmente, por Shannon e Weaver, em 1954. Nesse sentido, o modelo de Schramm apresenta a ideia de que o processo de codificação/descodificação da mensagem depende das experiências do codificador e do decodificador, explica Mauro Wolf (2006). O conhecimento, ou campo de experiência, da fonte e do destino coincidem-se, permitindo a comunicação. Se a superfície comum aos dois campos de experiência é grande, a comunicação será fácil; se a superfície comum é pequena, será difícil comunicar com a outra pessoa. Seu

³ Disponível em: <https://www.communicationtheory.org/the-newcomb%E2%80%99s-model/>
Acesso em 20 dez. 2025.

segundo modelo introduz pela primeira vez o conceito de *feedback* e se torna o primeiro modelo circular de comunicação. Em síntese, o modelo propõe que cada emissor pode também funcionar como receptor num mesmo ato comunicativo (devido ao mecanismo de retroação ou *feedback*) (ibidem).

Figura 4. Representação do Modelo de Comunicação de Schramm



Fonte: Schramm, s.d.⁴

208

6. Modelo de Comunicação de George Gerbner (Fig. 5)

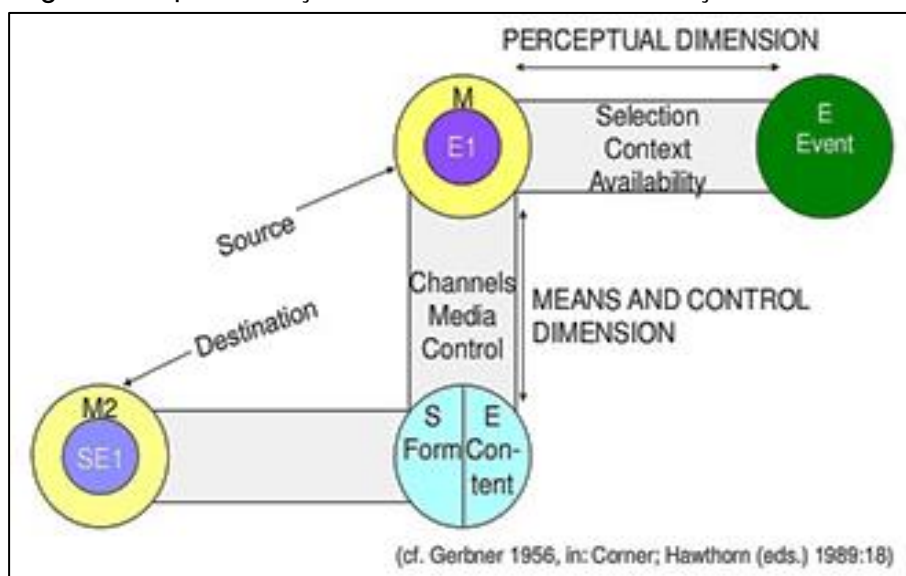
Em 1956, o investigador George Gerbner postulou um modelo geral de comunicação que tem tido bastante aplicação. Pode-se dizer que o que mais se destaca no seu modelo é a sua versatilidade, o fato de que é facilmente adaptável aos diferentes tipos de interação comunicacional, como referem Denis McQuail e Sven Windahl (*Modelos de Comunicação: para o Estudo da Comunicação de Massas*): este modelo possibilita “descrever processos de comunicação simples ou complexos, como uma produção (de mensagens) e uma percepção (de mensagens e acontecimentos a comunicar)”.

Nota-se aqui que há uma correlação entre produção e percepção, uma visão bem diferente das anteriores onde a comunicação se estabelece entre um emissor e um destinatário.

O foco do modelo (Fig. 5) dedica-se a reconhecer a comunicação como uma transmissão de mensagens (Cruz, 2010 *apud* Teixeira, Ferreira, 2014).

⁴ Disponível em: <https://www.communicationtheory.org/osgood-schramm-model-of-communication/> Acesso em: 20 dez. 2025.

Figura 5. representação do modelo de comunicação de Gerbner



Fonte: Gerbner, s.d.⁵

7. Modelo de Comunicação de Roman Jakobson (Fig. 6)

Escreve Souza (2006) que em 1960 Roman Jakobson apresentou um modelo direcionado para o estudo da comunicação sob o prisma da linguística. De alguma maneira, é também um modelo que faz a ponte entre as escolas processuais e a semiótica.

Graficamente, o modelo pode ser traduzido da seguinte maneira:

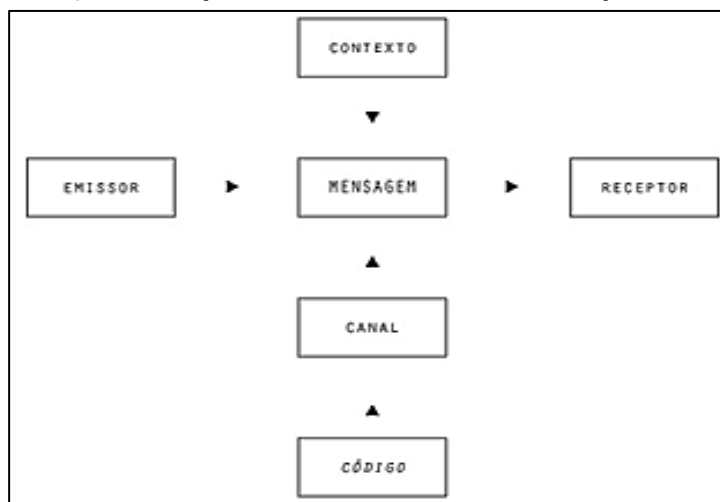
Contexto / Destinator / Mensagem / Destinatário / Contato / Código.

O modelo, de base linear, coloca em relação um destinator de uma mensagem e o destinatário da mesma. No entanto, o modelo mostra que a mensagem tem que possuir um contexto, ou seja, tem de se referir a algo externo à própria mensagem.

O modelo acrescenta, ainda, o contato, que representa, simultaneamente, o canal físico em que a mensagem circula e as ligações psicológicas entre o destinator e o destinatário. Estes só percebem a mensagem porque dominam o mesmo código.

⁵ Disponível em: <https://www.communicationtheory.org/gerbners-general-model/> Acesso em: 20 dez. 2025.

Figura 6. Representação do modelo de comunicação de Jakobson

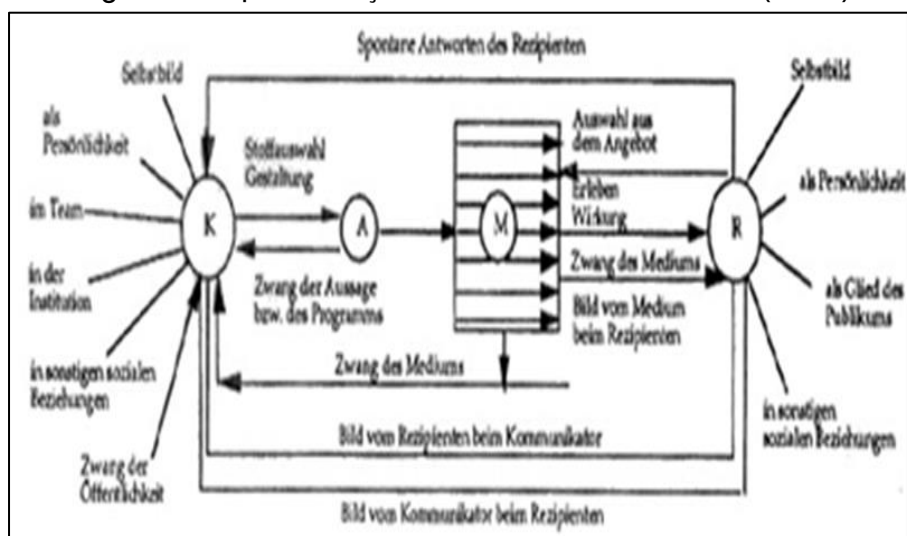


Fonte: Elaboração do Autor, 2025.

8. Modelo de comunicação de Gerhard Maletzke (Fig. 7 e Fig. 8)

O modelo de Maletzke, de 1963 distingue-se claramente em suas concepções dos anteriores por ser o único investigador que explora as implicações sociopsicológicas da comunicação de massas, ao invés de dar primazia a apenas um aspecto que envolve este tipo de comunicação (Cruz, 2010 *apud* Teixeira, Ferreira, 2014). É também o único autor que acrescenta ao seu modelo dois novos conceitos: a pressão ou constrangimento causado pelo meio e a imagem que o receptor tem desse mesmo meio.

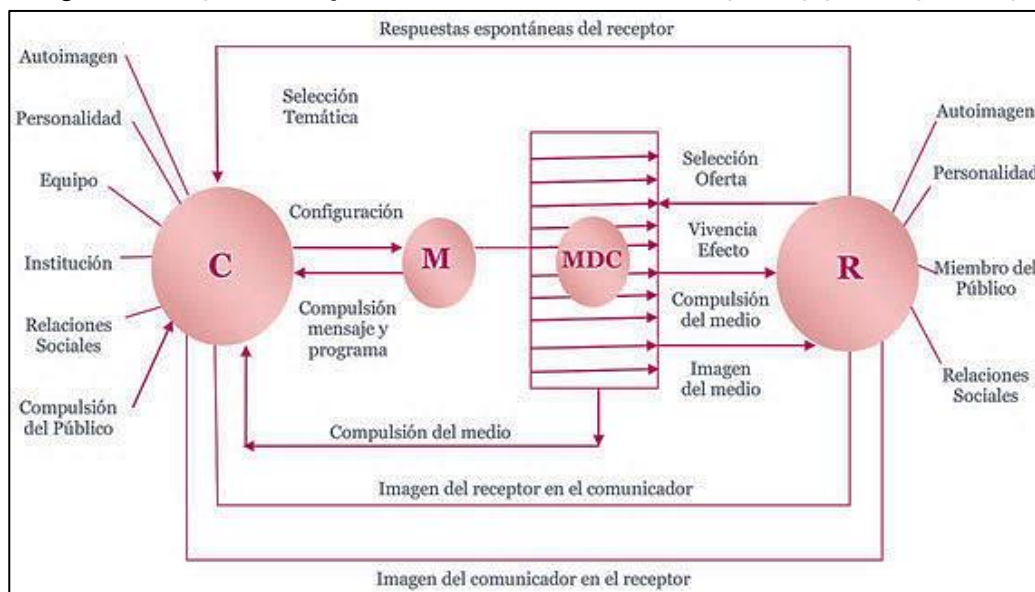
Figura 7. Representação do modelo de Maletzke (1963)



Fonte: Döveling, Sommer, 2016.⁶

⁶ Disponível em: https://doi.org/10.1007/978-3-658-08001-3_28-1

Figura 8. Representação do modelo de Maletzke (1963) (em espanhol)



Fonte: Maletzke, 1992.⁷

No que concerne o primeiro aspecto, é de notar que o meio causa pressão no receptor, já que este tem de se adaptar aos diferentes media: “a vivência do receptor é influenciada pelas características e conteúdos do próprio meio” (Teixeira, Ferreira, 2014).

Por exemplo, um receptor experiencia um artigo de jornal de forma diferente do que um artigo colocado num blogue interativo; a forma como ele interage com essa informação, dos dois tipos, é significativamente diferente, nem que seja pelo fato de o seu feedback (relativamente ao artigo) ser mais rápida e anonimamente transmitido, na Internet versus um jornal.

Quanto ao outro aspecto levantado por Maletzke – a imagem do receptor sobre o meio – salientamos que esta é especialmente relevante aquando da seleção de um determinado meio, em detrimento de outro, havendo alguns que oferecem mais credibilidade e prestígio que outros.

O receptor está também condicionado a outros fatores, para além destes, na forma como interage com os diferentes tipos de *mass media* (Teixeira, Ferreira, 2014).

⁷ Maletzke, G. **Psicología de la comunicación social**. Ecuador: Quipus, 1992. Disponível em: <https://www.comunicologos.com/teorias/modelo-de-maletzke/> Acesso em: 20 dez. 2025.

9. Modelo de Comunicação de Lee Osborne Thayer (Fig. 9)

Para Hesketh e Almeida (1980), a maior contribuição do trabalho de Thayer, de 1973, é indubitavelmente a sua teoria sobre a comunicação organizacional. Segundo ele, a literatura da área dá a entender que é excessivamente atrelado o conceito geral do que a comunicação é nas organizações, bem como coercitivas e assistemáticas as concepções de "organização" assumidas. Segundo Thayer, a compreensão do fenômeno da comunicação organizacional requer antes de tudo o exame de alguns "pressupostos orientadores".

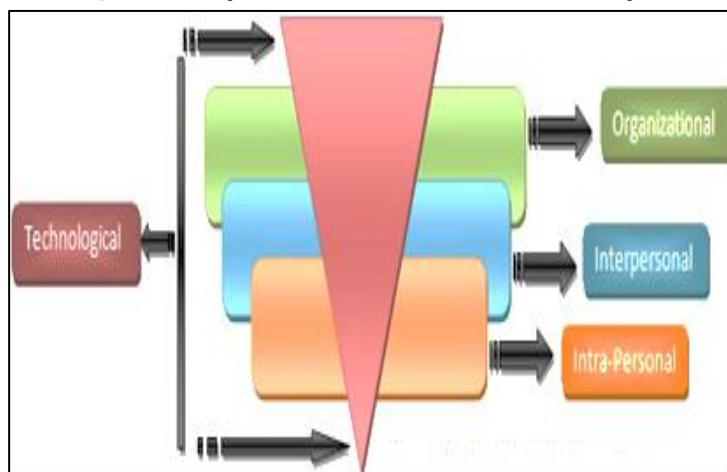
Em primeiro lugar Thayer afirma que a comunicação ocorre sempre num contexto organizado ou, em outras palavras, a condição suficiente para a ocorrência da comunicação é algum modelo ou plano articulado no sistema psicológico do indivíduo (nível intrapessoal), das relações entre algum aspecto dos objetos, pessoas ou ideias do seu mundo, com o qual está disposto a tratar (nível interpessoal).

O segundo pressuposto de Thayer estabelece que a comunicação é a função organística, interpessoal e organizacional essencial e predominante, isto é, a entrada, processamento e saída programáticos da 'informação'. Este pressuposto é resultante da confluência de quatro importantes linhas de pensamento:

- a) a cibernética;
- b) a teoria matemática (de Shannon e Weaver) e a teoria da informação - de origens comuns;
- c) a concepção da organização como uma rede de comunicação; e
- d) os sistemas e a teoria dos sistemas abertos (ibidem).

O terceiro pressuposto apresentado por Thayer propõe que os sistemas de comportamento - quer sejam intrapessoais ou interpessoais - têm uma tendência característica para estabilizar-se num estado de proporção mínima de mudança. Isto significa que as organizações tendem a limitar sua abertura e o seu funcionamento tão logo atingem um estágio de desenvolvimento que, hipoteticamente, não pede senão uma percentagem mínima de mudança. Há, então, uma imposição de limites aos sistemas de comportamento envolvidos e isso transforma a comunicação que ocorre, em grande parte, numa "função dos contextos de organização sobrepostos em que ela acontece" explica (Hesketh & Almeida, 1980).

Figura 9. Representação do modelo de comunicação de Thayer



Fonte: Ahmad et al., 2018⁸

10. Modelo de Comunicação para o Ambiente Virtual (Fig. 10)

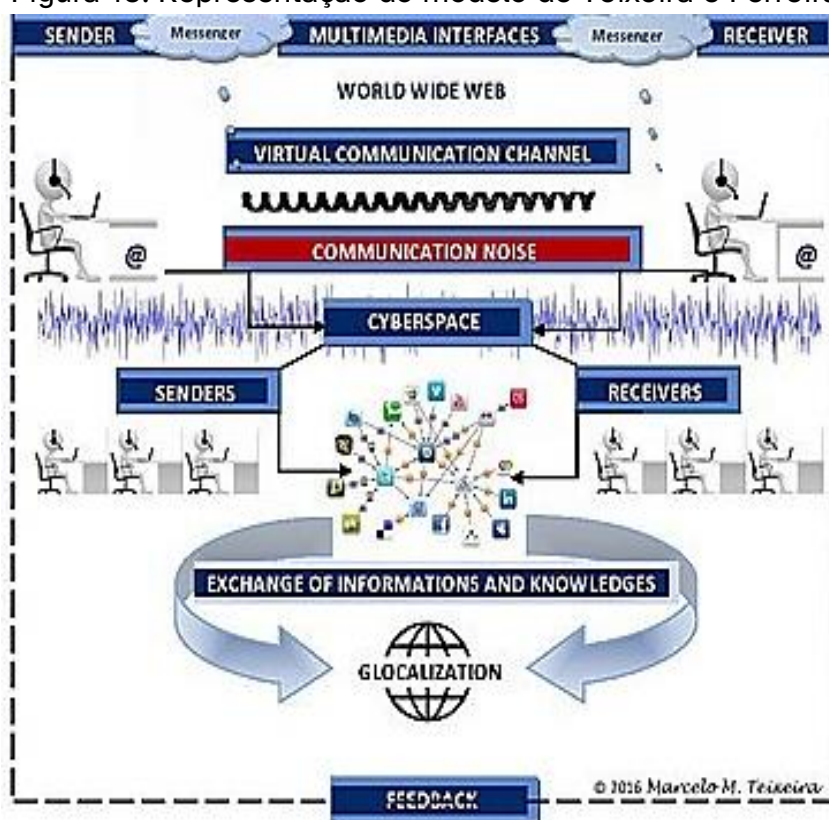
O Modelo de Comunicação para o Ambiente Virtual, do acadêmico luso-brasileiro Marcelo Mendonça Teixeira, surge em 2014 na obra *The Communication Model of Virtual Universe* escrito em parceria com o também acadêmico Tiago Alessandro Espínola Ferreira, ambos investigadores do Programa de Pós-Graduação em Informática Aplicada da Universidade Federal Rural de Pernambuco (Brasil). Outorgado pela Wikipedia⁹ e licenciado pela *Creative Commons*, em dezembro de 2015, o modelo foi claramente inspirado no arcabouço teórico de Shannon e Weaver (1949), Jakobson (1960), e pelas ideias de *Vida Líquida* de Zygmunt Bauman (2007), visando representar o processo de comunicação no ambiente virtual mediado por tecnologias de informação e comunicação. Na visão de Teixeira e Ferreira (2014), vivemos em um novo cenário comunicacional em que o processo comunicacional é influenciado direta e indiretamente pela forma como as pessoas interagem e intercambiam informações e saberes através de recursos tecnológicos, em um mundo onde agimos localmente e pensamos globalmente. Nessa perspectiva, existe uma adequação aos modelos mencionados em epígrafe à realidade ora vivenciada pela comunicação multimídia na sociedade contemporânea (reflexo da vida líquida). Aqui, o emissor (*sender*) envia a mensagem ao receptor (*receiver*) através de interfaces

⁸ Disponível em: [https://www.ijbmi.org/papers/Vol\(7\)12/Version-4/E0712042434.pdf](https://www.ijbmi.org/papers/Vol(7)12/Version-4/E0712042434.pdf) Acesso em 20 dez. 2025.

⁹ https://commons.wikimedia.org/wiki/File:The_Communication_Model_of_Virtual_Universe.jpg

multimídia (multimedia interfaces) na *world wide web* por meio de um ou mais canais de comunicação (*virtual communication channel*). Essa comunicação se estabelece de maneira “espiral” por depender de inúmeros fatores que influenciam em sua trajetória comunicacional (como a velocidade da *internet*, por exemplo), de um ponto a outro ou a multipontos, daí o risco iminente de ruído/barreira na comunicação (communication noise) no ciberespaço, onde se faz possível existir uma grande quantidade de emissores (senders) e de receptores (receivers) da mesma mensagem (podendo reproduzi-la para outros receivers), de forma síncrona e assíncrona em meio a um variado leque de interfaces tecnológicas (*Twitter, Whatssap, Skype*, blog, fórum, redes sociais, entre outros), promovendo um intercâmbio de informações e conhecimentos (exchange of informations and knowledges) em um cenário de “glocalização” (*glocalization*), e tudo passa por um processo cíclico de comunicação (*feedback*) que se completa ou não naquele momento.

Figura 10. Representação do modelo de Teixeira e Ferreira



Fonte: Teixeira, Ferreira, 2016.¹⁰

¹⁰ Disponível em:

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:The_Communication_Model_of_Virtual_Universe.jpg

Acesso em 20 dez. 2025.

Para Cover (2023) se faz notório que temos novas formas de comunicação e que o contexto tecnológico media direta e indiretamente o processo comunicacional humano. Daí, observamos uma lacuna conceitual até então existente na literatura sobre o tema desde a década de 70. O que se pode constatar são ensaios, pensamentos, propostas, ideias, mas nada consolidado, ancorado em um estudo prévio subjacente. A relação dos modelos comunicacionais com o público resultou em um novo tipo de audiência, movido pelas trocas comunicacionais imediatas (em tempo real), aliado a hibridação de linguagens midiáticas conforme o desenvolvimento tecnológico. A partir dessa perspectiva, as discussões se ampliam e progridem no sentido de entender a evolução no ato das pessoas se comunicarem.

Considerações Finais

As novas tecnologias têm servido para “conectar” pessoas de diferentes culturas fora do espaço virtual, o que há pelo menos cinquenta anos era impensável.

Nessa gigantesca teia de relacionamentos, absorvemos, reciprocamente, crenças, costumes, valores, leis, hábitos, uns dos outros, heranças culturais eternizadas por uma dinâmica físico-virtual em permanente metamorfose.

É deste modo que Sharma defende na obra *Introduction of mass communication* que as teorias e os modelos da comunicação precisam, como qualquer disciplina acadêmica, de uma legitimação para ser consideradas no âmbito do campo científico.

Como exemplo, vimos que no século XX o sistema dos meios de comunicação de massas constituía já um fenômeno social que foi amplamente estudado, debatido e consolidado na literatura.

Por isso à importância do modelo de Shannon e Weaver, que através da teoria matemática da comunicação, ajudou a consolidar a teoria da comunicação numa perspectiva global, não apenas na área das Ciências Sociais.

Na sequência, novos modelos foram desenvolvidos, garantindo a máxima da *mediamorphosis* de Roger Fidler (1997) até a migração dos *mass media* para o universo virtual. Inevitavelmente, vieram os primeiros ensaios e concepções até o adequado *Modelo de Comunicação para o Universo Virtual*.

Referências

- ALDERMAN, R. ARPA, DARPA, and Jason. **Embedded Computing Design**. Blog, 24 ago. 2016. Disponível em: <https://militaryembedded.com/comms/communications/arpa-darpa-and-jason> Acesso em: 20 dez. 2025.
- BARRETO, A. Mudança estrutural no fluxo do conhecimento: A comunicação eletrônica. **Revista Ciência da Informação**, vol. 27, nº 2, pp.122-127, 1998.
- BAUMAN, Zt. **Vida Líquida**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. 1. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.
- CASTELLS, M. **Fim de milênio. A era da informação: economia, sociedade e cultura**. Rio de Janeiro: Editora Paz & Terra, 2020.
- CASTELLS, M. **A galáxia Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2002.
- COSTA, R. Inteligência coletiva: Comunicação, capitalismo cognitivo e micropolítica. Porto Alegre: **Revista FAMECOS**, vol. 37, p. 61-68, 2008.
- COVER, R. **Identity and digital communication - Concepts, theories, practices**. London: Routledge, 2023.
- CUNHA, M. R.; CUNHA, R. C.; CABRAL-CARDOSO, C. **Manual de comportamento organizacional e gestão**. Lisboa: Editora RH, 2003.
- CLOUTIER, J. **Petit traité de communication. EMEREC à l'heure des technologies numériques**. Montréal: Ed. Carte Blanche, 2001.
- FIDLER, R. F. **Mediamorphosis: Understanding New Media**. California, EUA: Pine Forge Press/SAGE Publications, 1997.
- HESKETH, J. L.; ALMEIDA, M. Comunicação organizacional: teoria e pesquisa. **Revista Administração de Empresas**, vol. 20, n 4, São Paulo, 1980.
- FLEURY, M.; FISCHER, R. **Cultura e poder nas organizações**. São Paulo: Atlas, 1989.
- LICKLIDER, J. C. R. Man-computer symbiosis. **IRE Transactions on Human Factors in Electronics**, New York, p. 4-11, mar. 1960.
- MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.
- MCQUAIL, D. **Communication**. United Kingdom: Taylor & Francis Group, 2017.

MCQUAIL, D.; MARK, D. **McQuail's media and mass communication theory**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2020.

MORIN, E. A Comunicação pelo Meio (Teoria Complexa da Comunicação). **Revista Famecos**, no. 20, Porto Alegre, 2003. Disponível em <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewFile/335/266> Acesso: em 15 de abril de 2022.

MOTTA, F. C.; CALDAS, M. P. **Cultura organizacional e cultura brasileira**. São Paulo: Editora: Atlas, 1997.

NEWSTROM, J.; DAVIS, K. **Organizational behavior: Human behavior at work**. New York: McGraw-Hill College, 1997.

NÖTH, W. Comunicação: os paradigmas da simetria, antissimetria e assimetria. **Matrizes**, vol. 5, nº 1, 2011.

PAIVA, C. **Vida, trabalho e linguagem na cultura das redes: Elementos para uma antropológica do ciberespaço**. 2004. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/paiva-claudio-antropologia-ciberespaco.pdf> Acesso em: 14 de set. 2022.

PAZ, C. D. N.; TEIXEIRA, M. M. **O processo comunicativo nas organizações através das redes sociais – um estudo empírico descritivo do presencial ao online**. Munique: Grin Verlag, 2020.

PRATA, N. **Webradio: Novos gêneros, novas formas de interação**. (Tese de Doutorado em Estudos Linguísticos). Minas Gerais: Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, 2008.

REGO, A. **Comunicação nas organizações: Teoria e prática**. Lisboa: Sílabo, 1999.

SILVA, B. A globalização da educação: Da escrita as comunidades de aprendizagem. In: O Particular e o Global na Virar do Milénio: Cruzar Saberes em Educação. **Anais do V Congresso da Sociedade Portuguesa de Ciências da Educação**. Porto, 2002.

RECTOR, M.; TRINTA, A. **Comunicação do corpo**. São Paulo: Ática, 1999.

RIBEIRO, N. M. B. **A mediação das mulheres na constituição das redes informais de comunicação**. Tese. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2007.

SHANNON, C. E., WEAVER, W. **The Mathematical Theory of Communication**. University of Illinois Press, Urbana, 1949.

SHARMA, A. **Introduction to mass communication: model and theories**. Parijat Extension: Evincepub Publishing, 2018.

SOUZA, J. Elementos de teoria e pesquisa da comunicação dos media. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**. 2006. Disponível em:

<http://bocc.ufp.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pesquisa-comunicacao-media.pdf> Acesso em: 10 dez. 2025.

TAPSCOTT, D.; WILLIAMS, A. **Wikinomics: how mass collaboration changes everything**. New York: Penguin Group, 2010.

TEIXEIRA, M. M.; FERREIRA, T. **The communication model of virtual universe**. Munich: Grin Verlag, 2014.

TEIXEIRA, M. M. **As faces da comunicação**. Munich: Grin Verlag, 2012.

TEIXEIRA, M. M.; PERONA PÁEZ, P. **As modalidades do rádio na era digital – um contributo ao estado da arte**. Munich: Grin Verlag, 2014.

ZYGMUNT, B. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2006.

Recebido em: 10/01/2023.

Aprovado em: 22/12/2025.