

Teoria da Comunicação

Adriana Nello (24/09-05/11)

Epistemologia e origens históricas do fenômeno comunicacional

A emergência do moderno conceito de comunicação

- Conceito moderno de comunicação - proximidade dos movimentos culturais, científicos, religiosos e econômicos que antecedem as grandes viagens marítimas dos séc. XV e XVI, que nas alterações culturais, sociais, políticas e econômicas desencadeadas logo após o estabelecimento destes acontecimentos;
- Pleno, interdependência, espaço, tempo, quantidade, medida;
- Ideias de Comunidade humana;
- Consciência de existirem relações entre EU e OUTROS

A escrita, sobretudo a invenção da imprensa tipográfica no séc. XV introduzem a centralidade da **mediação** e da **comunicação**



Do séc. XV ao XVIII, o material impresso adquire uma crescente predominância na circulação e circulação das novas ideias

- O séc. XIX irá popularizar a utilização da imprensa como forma de exercício de opinião.

Numa Europa em acelerada mudança econômica e social, deslocada pela **industrialização** e pela **urbanização**, o espaço de opinião pública amplia-se

Ocorre uma massificação do ensino primário, a sindicalização do operariado e formação de partidos políticos

O uso/costumes alteram-se, as mulheres ensinam novas formas de participação no quotidiano social, as massas e multidões tornam-se objetos de estudo, assim como matéria-prima social política.

- A própria sociedade moderna pode ser concebida como a resultante do aperfeiçoamento progressivo dos processos de comunicação entre os homens - do grunhido à palavra, da expressão à significação. A comunicação humana nasce de uma necessidade que se fez sentir desde os mais primitivos estágios de civilização.

Conceitos básicos sobre a comunicação

- Comunicação - palavra derivada do latim "communicare", que significa "partilhar, participar algo, tomar algo comum".
Atualiz da comunicação, os seres humanos e animais partilham diferentes informações entre si, tornando o ato de comunicar uma atividade essencial para a vida em sociedade.
- A comunicação constitui uma das necessidades primárias da vida em sociedade. De facto, a comunicação é um processo indispensável à própria sobrevivência "o Homem enquanto se "emicionalmente social"
- Bernard de Viorano - "Viver em sociedade e comunicar."

Comunicar...

- Estabelecer uma relação com alguém;
- Transmissão de signos através de um código;
- Troca de pensamentos, ideias e informações
- A mensagem, informação ("apresentar uma comunicação num congresso")
- Comunicação de espaços;
- Disciplina (C.C.)

- Isabel Kerim diz haver 4 grandes sentidos da comunicação, que são:

- Comunicação biológica, relacionada com a vida e o estudo dos seres vivos;
- Comunicação discuta, entendida como uma experiência antropológica fundamental, vinculada ao modelo cultural e à representação do auto;

- Comunicação técnica assente no desdobramento técnico e nas capacidades de comunicação à distância;
- Comunicação em sociedade, vinculada à gestão política e económica das sociedades interdependentes;

Há diferença entre os atos de comunicar e informar?

Informação e Comunicação

- A partilha de experiências, sensações e emoções é um ato comunicativo;
- Uma série de pessoas caladas e imóveis, à noite, à volta de uma fogueira, estão a comunicar, porque estão a partilhar/ formar com um uma experiência;
- vê-se, assim que informação e comunicação são conceitos diferentes;
- A comunicação supera a informação, mas o inverso não é verdadeiro.

Teor Com → Marcia Góes / Adriana Guimarães

08/10/2018

2ª Linguagem = 2ª edição

No séc. XIX o jornalismo tinha uma missão pedagógica/educacional

Folklorism → história no jornal contada na parte de suspense, como se era idêntica; forma de incentivo a comprar o jornal

24/09/2018

Faltas - 75% presenças

I

Público

• Jovens

- cores
- Ilustrações
- Enquadramento diferente

"Formal"
Adultos

1.1. Reflexões sobre o termo "Comunicação"

Maneiras de comunicar

- Visual
- Auditiva
- escrita
- Gestual
- Fala
- odor

Emissor → Receptor

Pós-modernismo
Redes sociais

Sociedade de massas
Indústria cultural

Modernização

quanto os media se abriam à sociedade

Especulações → "Quem conta um conto, acrescenta um ponto"

Beatos

Hipóteses



Não podemos afirmar
Não há provas

Comunicar

Contextualizar

26/09/2018

O jornalista é imparcial

Introdução ao estudo da comunicação

Séc. XIX - Jornal

Agona - Internet

O que é comunicar?

Fluxo, independência, espaço, tempo e medida. Consistência de existência relações entre EU e o OUTRO

Ideia de comunidade humana. O conceito moderno de comunicação tem as suas raízes mais próximas quer nos movimentos culturais, científicos, religiosos e económicos que antecederam as grandes viagens dos séc. XI e XVI, quer nas alterações culturais, sociais, políticas e económicas desencadeadas logo após o estabelecimento destes acontecimentos.

A escrita e sobretudo a invenção da imprensa tipográfica no séc. XV, introduziram a categoria de mediação da comunicação.



Do séc. XV ao séc. XVIII a máquina impressa adquire uma crescente preeminência na circulação e circulação das novas ideias.

Certos → chamam a atenção

Vários temas na cepa → chamam a atenção de vários temas

CM → Sencionalista



Exagera nas suas reportagens. "Tempestades em copos de água"

Séc. XIX vai popularizar a utilização da imprensa como forma de exercício de opinião

Antes → Função Pedagógica



Da a cultura e o público finca
as próprias ideias

- temas novas estagios de comunicação e temas evoluindo
- Do gramática à palavra
- Da expressão à significação

Sociedade moderna: concebida como resultante do
aperfeiçoamento

Progressivo dos processos de comunicação
entre os homens

Comunicação → Latim "communicare"

01/10/2018

Alise Madama → 1ª jornalista dos açores
Journal "A FOLHA"

10/10/2018

Manipulação / desinformação proposital da informação
Transmissão de signos culturais de um "código"

Comunicar...

- Estabelecer uma relação com alguém;
- Transmissão de Signos culturais de um código;
- Troca de pensamentos ("apresentar uma comunicação num Congresso")
- Comunicação de espaços;
- Disciplina (C.C.)
 - Alvo de distintas abordagens e interpretações, a noção de comunicação tem sido sujeita a várias apropriações; há 4 tipos de comunicação:
 - a comunicação biológica, relacionada com a vida e o estudo dos seres vivos;
 - a comunicação cultural, entendida como uma experiência fundamental

Vinculada ao modelo cultural e à representação do eu;

- Comunicação técnica assente no desenvolvimento tecnológico e nas capacidades de comunicação à distância;
- Comunicação em sociedade, vinculada à gestão política e económica das sociedades interdependentes.

Informação e comunicação

- A partilha de experiências, sensações e emoções é um ato comunicável
- Uma série de pessoas caladas e imóveis, à noite, à volta de uma fogueira, estão a comunicar, porque estão a partilhar a forma comum uma experiência
- vê-se que a informação e comunicação são conceitos diferentes
- A comunicação suporta a informação, mas o inverso não é verdadeiro
- Isto é, pode haver comunicação sem troca de informação, mas a troca de informação pressupõe a comunicação.

A comunicação é um processo. É dinâmica, evolutiva

- Se existe informação quando a mensagem representa uma novidade. E a mensagem só se transforma em informação quando os elementos que a constituem são codificados de modo igual.
- O termo informação pode ter vários sentidos. Tanto pode designar um elemento particular de conhecimentos ou de apreciação acessível a qualquer pessoa, como o conjunto das instituições ou equipamentos que difundem as notícias.
- Fundamental é que a pessoa/meio que a transmitem tenham a intenção de pôr à sua disposição ao receptor de algo que interessa, informando-o.
- Ou seja, comunicar é revelar, é trocar mensagens, informações e experiências. Sempre que temos o envio e a consequente recepção de quaisquer sinais ou símbolos entre interlocutores, aí temos o fenómeno da comunicação.
- Em suma! a informação pode ser considerada como uma parte do processo de comunicação.

- A comunicação pode ser dividida em múltiplos tipos e subtipos os seguintes

- Comunicação Verbal
- Comunicação não-Verbal

Linguagem Verbal - as dificuldades de comunicação ocorrem quando as palavras têm graus distintos de abstração e variedade de sentido. O significado das palavras não está nelas mesmas, mas nas pessoas.

Linguagem não-Verbal - as pessoas não se comunicam apenas por palavras. Os movimentos faciais e corporais, gestos, olhares, entonação são também importantes: são os elementos não verbais da comunicação.

- Os significados de determinados gestos/comportamentos variam muito de uma cultura para outra e de época para época.

- A comunicação verbal é plenamente voluntária; o comportamento não-verbal pode ser uma reação involuntária ou um ato comunicativo proposital.

- Alguns psicólogos afirmam que os sinais não-verbais têm as funções específicas de regular e encabeçar as interações sociais e de expressar emoções e atitudes interpessoais.

a) **expressão facial**: não é fácil avaliar as emoções de alguém apenas a partir da sua expressão fisionômica. Por vezes os rostos transmitem espontaneamente os sentimentos, mas muitas pessoas tentam inibir a expressão emocional.

b) **movimento dos olhos** - desempenha um papel muito importante na comunicação. Um olhar fixo pode ser entendido como prova de interesse, mas no certo contexto pode significar ameaça, provocação.

15/10/2018

Somente nos animais, ou no futuro

17/10/2018

meio de comunicação

→ meio/moeda de comunicação

Ex.: voz humana (necessita um canal, ou que estabelece o contacto entre emissor e receptor)
comunicação não tem início nem fim

Traji acadêmico - Símbolo acadêmico dos estudantes e professores com reconhecimento

Meio de Comunicação - rádio, telefone, fax, telemovel, televisão, computador; possibilita a transmissão de informações em jornais, revistas, etc.

Meios de comunicação alta "mass media"

Comunicação de massas - audiência passiva, que se comporta homogeneamente na sua heterogeneidade, foi substituído por outros esboços, que cada melhor conta da individualidade/capacidade receptiva e interpretativa de cada receptor/destinatário, bem como da elevada heterogeneidade e segmentação de meios de mensagem

Meios Unidirecionais - televisão, clássica,

" bidirecionais - telefone, televisão interativa
Principais meios multimedial/implemento - internet

Componentes do processo de comunicação

Dificilmente hoje uma análise de qualquer dos aspetos da vida social vai prescindir da referência aos meios de comunicação e aos fluxos de informação

Comunicação = processo, desenvolvida num contínuo espaço-temporal em que existem e interagem permanentemente múltiplas variáveis

Formas de comunicação humana

- 6 formas de comunicação humana

1. **Intrapessoal** - Comunicação de alguém consigo mesmo, usando frases introspectivas e formas de pensamento automática;
2. **Interpessoal** - Comunicação entre dois indivíduos; comunicação dentro de um pequeno grupo não formal de indivíduos servindo para criar e sustentar relações pessoais;
3. **Grupal** - Comunicação no seio de grupos "formais" de média ou grande dimensão.

4. **Organizacional** - Comunicação desenvolvida no seio de organizações, como as empresas, e estas para o exterior.
5. **Social** - Comunicação desenvolvida para grupos heterogêneos e grandes de pessoas, também denominada de difusão; Comunicação coletiva ou de massas ("mass communication")
6. **Extrapessoal** - Comunicação - Comunicação desenvolvida com animais, com máquinas

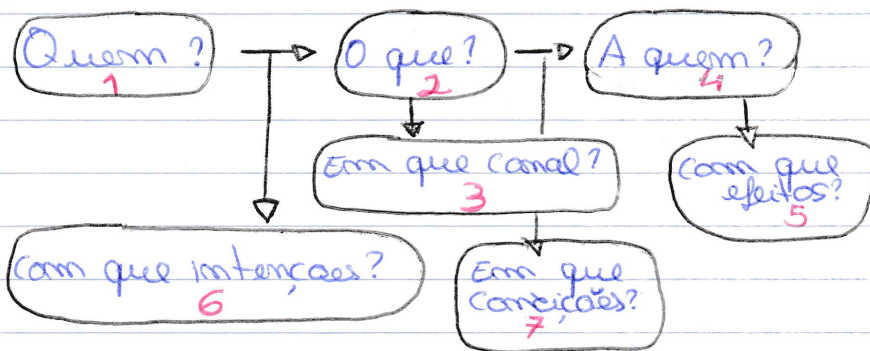
Modelos do processo de comunicação

- > Modelo retórico de Aristóteles
- > Emissor - Mensagem - Recetor

Harold Lasswell - Segundo modelo de processo de comunicação

Quem? -> Diz o que? -> Em que canal? A quem?
com que efeitos?

inicialmente pensado para a avaliação da comunicação mediada através das mass media.



Lasswell
Análise e efeito
análise dos conteúdos.

24/10/2018

Litro - Teoria da Comunicação de massas.

O conceito de massa

aspectos positivos -> fins educativos; registar a violência
aspectos negativos -> "pessoas comuns" vistas como massas atordoadas, violentas, ignorantes e potencialmente incontroláveis.

James A. Gordon que el esta stano.
Ade me neceso - BOXO, Soc, 24/10/18

Massas - > pessoas todas vistas de mesma forma

- Grande agregado
- Indiferenciado
- Imagem negativa dominante
- Carente de ordem / organizacao
- Refletor da sociedade de massas

opiniao publica -
comentarios a temas
controversos. Paralelamente
boatos, rumores ^{que} ~~comete~~ tal
Suizo de falar e feito
Por algum cl opiniao
transmitindo da serie
de experiencias

O processo de comunicacao de massas

- Teleespectadores mais do que mais possiveis
- Distribuicao e rececao em grande escala
- Fluxo unidirecional
- Relacao assimetrica
- Impassavel e anonima
- Relacao de mercado ou calculista
- Conteudo estandarizado

gru - publico multico - variavel

A audiencia de massas

- Grandes numeros
- Largamente dispersa
- Não interativa e anonima
- Heterogenea
- Não organiza o seu interato

Cultura popular -> telemovida

Cultura elite -> opera

29/10/2018

Hiperconsumo - consumo de tudo em excesso

Cultura de massas

- Não tradicional
- Não elitista
- Producao de massas
- Popular
- Comercial
- Homogeneizada

Publico - "grupos" pessoas heterogeneas e
sem interesses em comum, não importa necessidade
de ser de mesma classe social, trabalho, ou em
no mesmo espaco.
Multico - > grupos ^{pessoas} homogeneos implica
contato fisico, influenciavel e pode causar
confusao
audiencias - sempre associadas aos MC
nivel de mediacao dos programas transmitidos

Adorno e
Horkheimer

Industria de massas

Público conjunto de pessoas às quais se ~~entende~~ ^{destina} uma dada mensagem

Público:

- > leitor
- > espectador
- > telespectador

Reatividade plenitude de indivíduos que reagem de forma semelhante aos mesmos estímulos.

31/10/2018

Enade - ELIAS 7 e 8 /11

Indústria Cultural

Definição - cultura engloba tudo aquilo que é produzido pelo pensamento ou pela ação humana

Processo dos Sentidos - bens/serviços culturais produzidos, reproduzidos e consumidos segundo critérios comerciais e industriais.

05/11/2018

→ falácia da cultura

Indústria cultural → texto

↳ anos 40

massificação cultural

↳ faria com que a cultura passasse a alma

atualmente, comunicação em rede

→ falácia da produção da mídia

Imprensa Indústria cultural

fabricar um carro = fabricar cultura

Serialização } feito em série / vezes sem conta

12/11/2018

Márcia Góes

Apresentação

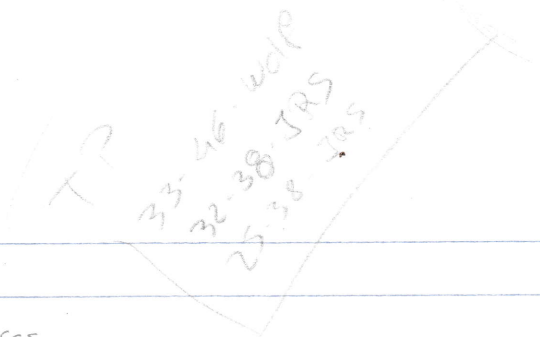
1. Semestre - 18/01

3. Comunicação de massa e perspectivas diversas

3.1 - 3.8

teoria hipotética; empírico-experimental; "efeitos limitados"; funcionalista; crítica; cultural; comunicativas.

Love
C
B *



28/11/2018

- 1- Empírico-experimental Persuasões
- 2- Empírica de campo influência

ACM - Teorias de Comunicação de Massa

Principal mentes da teoria da persuasão → Carl Hovland
Hovland

Credibilidade - informações que vêm de outros com credibilidade

Teoria do agendamento

Walt 46-67
JAS 25-32

Two-step flow

03/12/2018

Opinion leaders
Personal communication

- Paul Lazarsfeld
- Bernard Berelson
- Hazel Gaudet

objetivo - estudar porque as pessoas decidem votar numa pessoa e não outra

(efeito da comunicação pequena nas pessoas) pessoa-pessoa influência pessoas-amigos, familiares, especialistas, "opinion-makers" (líderes de opinião)

Elihu Katz

16/12/2018

Teoria funcionalista → Problemática dos efeitos dos mass media

- Teoria hipocímica - Manipulação / Manipulação H. Lasswell
- Teoria Persuasão - Persuasão Carl Hovland
- Teoria efeitos limitados - Influência Paul Lazarsfeld
- (Two-step flow)
- Teoria funcionalista

Manipulação → Persuasão → Influência →

Quais as principais funções dos mass media?

- Informar;
- Aceder a marcas / produtos;
- Entretenimento;
- Educar / formar;
- União;
- Rebelião.

- funções
- disfunções
- formalísticas
- informativas
- culturais
- entretenimento

Funções dos media

- Informar
- Interpretar
- Expressar
- Promover entretenimento

12/12/2018

Cultura ≠ natureza, pq natureza não muda, esta ali para o Homem

incerteza cultural preocupadora / dimensão

Outras funções sociais

Lo reforçam posição, status social e prestigio

O exercício? - Procura



17/12/2018

Frequência de queries

- 2h + 1h de necessário;
- 4 teorias (Teoria Hipodérmica / Persuasão / Efeitos Limitados / Funcionalista)

Processo de "revisão"



Sai definitivamente de

T. Hipodérmica

Harold Lasswell (fundador)

- Poder absoluto, ilimitado; resposta automática (estímulos)

Dois influências - chave

Explica

Modelo psicológico Behaviorista

Teoria Geral da Sociedade de Massas

Facilidade do indivíduo para ser influenciado

Palavra - chave: manipulação

Indivíduos fragilizados, facilmente manipulados

Devem ter em conta características relativas as audiências (Devem ter em conta feedback)

Modelo Comunicativo de Lasswell

passividade do receptor

Comunicação intensional

Uniformizar os efeitos resultantes das mensagens dos mass media

Episódio da emissão radiofónica "Guerra dos Mundos"

Propaganda de guerra / Regimento de oficiais Nazismo (prop. Nazismo: Goebbels)

T. Persuasão - faz parte do "processo de revisão" (Amos 46)

- desenvolvidos por psicólogos; Carl Hovland
- Palavra-chave: persuasão
- Tom em conta características psicológicas dos indivíduos
- Possibilidade de "resposta" diferentes

2 fatores cruciais -> ligados à mensagem / emissor

- credibilidade

- integridade dos argumentos

ligados às audiências

- intencional

- exposição / Atencional Relativa (descendente)

- memória relativa

- interpretação

Demituiu o mito

de que os media

eram manipuladores

Supremos

(campanhas anti-tabagismo)

Teoria dos efeitos limitados -> Tem em conta o contexto

o motivo que leva a uma social -> eliminando asias de outro

- > Criada por sociólogos, Paul Lazarsfeld
- Palavra-chave: influência
- Posições foi med das atitudes isolados, mas membros de grupos sociais.

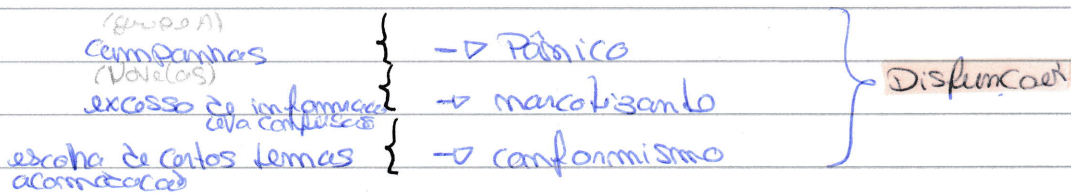
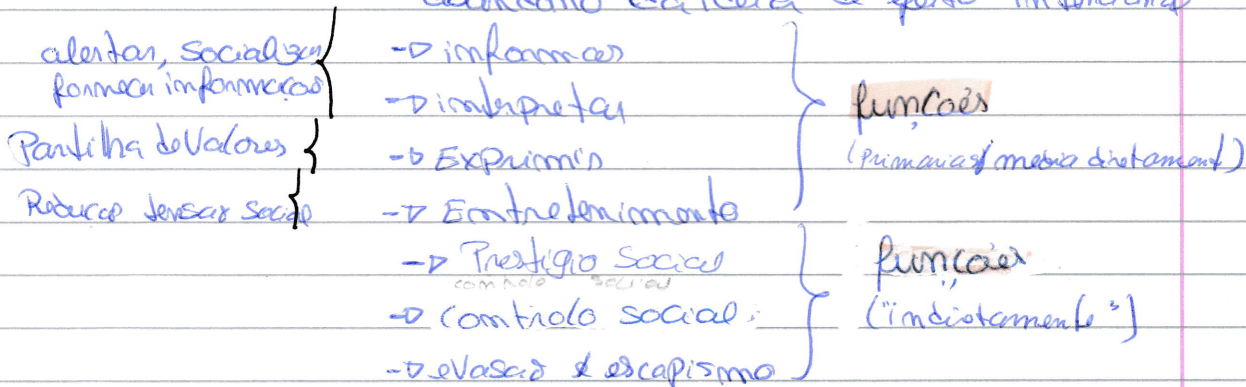
Minimização dos efeitos dos media na sociedade

- 2 ideias chaves:
- figura do líder de opinião
 - fluxo a dois tempos / pessoas

teoria c/ teoria agendamento

Teoria funcionalista -> papel dos mass media

abandono da ideia de efeito imdiancional



2 perguntas de desenvolvimento; cada questão 5V

07/01/2019

JRS - 39 (informação)
 US 50 - escola Frankfurt
 M. Wolf - 106

Frankfurt
 -> Palavras-chave - cultura
 -> conceito chave - indústria cultural e cultura de massa

Teorias do agendamento / agenda setting

RS-79-95 / 96 - 146
 M. Wolf : 139 - 146

Lo Gayer Tu Orman
 cultural se capitalizar
 Maxwell McCombs / agenda
 Donald. Shaw

14/01/2019

4. AS novas tendências:

Os mass media como construtores da sociedade

→ Racionalização do poder dos media, em especial do formalismo e, mais recente, da comunicação

1. Insatisfação com limitação dos efeitos do paradigma dominante
2. Manipulação, persuasão, influências, qualificável = efeitos cognitivos

Indicatos, ao nível do conhecimento quotidiano, publicamente partilhado e condicionam o modo de organizar a imagem do mundo.

Efeito comunicação → construção da imagem da realidade social pelos media

- efeitos imediatos, a curto prazo: mudança pontual, imediata de atitude/comportamento/opinião que constitua a unidade de análise - quantificável
- efeitos a longo prazo cumulativos, sedimentados no tempo: influência na forma de ver a realidade.

David White - fundador de pequena jornal

- Privilegia a abordagem do indivíduo - Profundo
- O processo de seleção

Resumos TC Mônica: Teorias

Teoria Hipodérmica:

- Poder absoluto, ilimitado, omnipotente dos mídia;
- Resposta automática (estímulos) → explica
- Duas influências-chave:
 - Modelo psicológico Behaviorista
 - Teoria geral da sociedade de massas
- Palavra-chave: manipulação
- Indivíduos fragilizados, facilmente manipulados
- Não tem em conta características seletivas das audiências (mas tem em conta o feedback)
- Modelo comunicativo de Lasswell → passividade do receptor
- Comunicação intensional
- Uniformização dos efeitos resultantes das mensagens dos mass media;
- Episódio da emissão radiofônica "Guerra dos Mundos"
- Propaganda de guerra / Regime totalitários
- Nazismo

fragilidade do indivíduo;
Perda de individualidade



Teoria da Persuasão

- Key parte do processo de mudança (Anos 40)
- Desenvolvida por psicólogos; Carl Hovland
- Palavra-chave: Persuasão
- Tem em conta características psicológicas dos indivíduos
- Possibilidade de "resposta" diferente
- Dois fatores cruciais:
 - Ligados à mensagem / emissor:
 - credibilidade;
 - integralidade das argumentações;
 - Ligados às audiências:
 - interesse;
 - exposição / atenção seletiva;
 - memória seletiva;
 - interpretação;



Descreveu o mito de que os mídia eram manipuladores de massas.

campanha anti-Jaberg; Somo

Teoria dos Efeitos Limitados / Two-step flow

- Tom em conta o contexto social → o motivo que leva a uma determinada decisão de auto
- Criada por sociólogos, Paul Lazarsfeld
- Palavra-chave: influência
- Pessoas já não são "átomos" isolados, mas sim membros de grupos sociais
- Duas ideias chave:
 - > figura do líder de opinião
 - > fluxo a dois tempos / passos

Minimização dos efeitos das mídias na sociedade

Teoria funcionalista → encaixa a teoria de agendamento

- Papel das mass media
- abandono da ideia de efeito intencional

Funções com efeito direto

- > Informar } alertar, socializar, fornecer informações, educação
- > Interpretar } Partilha de valores
- > Expressar } Redução da tensão social
- > Entrelaçamento

Funções com efeito indireto

- > Prestígio social (RTJ, redes sociais)
- > controle social (concepção)
- > Evasão / escapismo (diversão)

Disfunções

- > Pânico } campanhas (ex.: gripe A)
- > narcotizante } excesso de informação leva a confusão (mídias)
- > conformismo } escolha de certos temas a abandonar. (aceitação da família normal)

Teoria da Comunicação

Informação ≠ comunicação: Informação é o conteúdo da Comunicação

Informação depende de vários fatores, tais como o conteúdo da relação incluída na comunicação ou o conjunto de todos, que são os compreendidos pelo destinatário. Comunicação, por sua vez, é um processo relacional de troca e partilha de mensagens, pelo uso de signos, ou pela transmissão de informação.

O autor John Lythe defende a existência de duas visões em relação à comunicação, sendo elas a **visão profissional** e a **visão semiótica**.

A **visão profissional** defende que a comunicação é apenas **uma transmissão de mensagens ativas** da qual se procura **proporcionar um determinado efeito no receptor**. A **visão semiótica**, por sua vez, afirma que a **comunicação é uma produção e troca** **uma partilha de significados** resultantes da interação. Esta visão centra-se nas **questões relativas às diferenças culturais** entre **emissor e respectivos receptores**, sendo que esta vertente é **meio** **visada para a cultura e para a transmissão de valores culturais**.

Modelo de Lasswell: De forma a compreender a forma como a comunicação é feita e os efeitos que esta tem na sociedade, muitos investigadores dedicaram grande parte das suas vidas no estudo deste tipo de interação social. Um desses investigadores foi **Harold Lasswell** que, com o **intuito de compreender a transmissão de mensagens**, sugeriu a criação de um **modelo** que ficou conhecido como **modelo Lasswell**. O principal objetivo deste modelo é **compreender a transmissão de mensagens** mas, para além disso, também **procura respostas** às **questões "Quem?", "O quê?", "Em que canal?", "Com que efeito?"**. Sendo este modelo que **considere a comunicação como um fenómeno mil?**, isto é, **sem qualquer receptor**, cada pergunta é respondida através de um determinado tipo de pesquisa, algo que o próprio Lasswell afirmou.

2

• Modelo comunicativo semiótico - informal VS teoria de informação: Na sequência da necessidade existente de compreender a comunicação, eis que surgem mais dois modelos de estudo - a teoria da informação e o modelo simétrico - informal.

A teoria da informação foi criada com base no trabalho de dois funcionários na área das telecomunicações, e com o objetivo de melhorar a velocidade de transmissão global do processo de transmissão de informação. Esta é entendida como uma propriedade estatística da fonte das mensagens, como medida de uma situação equiprobável, de distribuição estatística uniforme que existe na fonte. Como tal, era pretendido enviar uma quantidade máxima de informação do canal, com o máximo de informação, o mínimo de custo e a máxima economia de tempo/energia possível. Tal como no modelo de Lashwell, também este modelo é unilateral.

O modelo simétrico - informal apresenta algumas diferenças relativamente aos modelos anteriores. A importância que outras disciplinas exerceram sobre a tradição de estudos nos "mass media" provocou uma mudança substancial, verificando-se uma espécie de extinto do problema da significação - ou melhor, a reivindicação, enquanto princípio, da sua pertinência nos processos comunicativos de massa - do esquema informacional anterior. Daí resulta o modelo simétrico - informacional.

Quanto comparado ao esquema anterior, a diferença mais significativa é que, aqui, a linearidade da transmissão se encontra vinculada ao funcionamento dos fatores semânticos, introduzidos mediante o conceito de código, isto é, passa-se da ~~da~~ da comunicação como transparência de informação para a da transformação de um sistema por outro, sendo a possibilidade dessa transformação garantida pelo código. Assim, e relacionando com a teoria da informação, a noção do código - entendido aqui como a correlação entre elementos de diversos sistemas - muda profundamente. Consequentemente, a questão da discricionariedade, ou seja, do processo como os elementos do público constroem um sentido a partir da mensagem que recebem através da comunicação de massas, adquire relevância teórica e passa

a ser um objeto de pesquisa empírica. Ao passo que a teoria da informação elaboraram empiricamente a análise das condições abstratas de transmissão das mensagens; agora, pelo contrário, salienta-se que os efeitos e as funções dos "mass media" não podem prescindir do modo como se articula (centro da relação comunicativa) o caminho de reconhecimento e de atribuição de sentido, que é parte essencial dessa relação. Aqui existe uma diversidade de códigos, regras, comportamentos e interpretações. Ainda neste modelo, a mensagem tem uma forma significativa que pode ser pretendido com vários significados.

• Palo Alto / Colégio Invisível: A escola de Palo Alto apresenta uma perspectiva multidisciplinar da comunicação, cujas áreas de estudo principais são:

- antropologia;
- sociologia;
- psiquiatria;
- psicologia.

Segundo P. Watzlawick, a comunicação pode ser definida como "um conjunto de elementos em interação uns com os outros, em que uma alteração num elemento afeta a relação entre todos". Além disso, também é esboçado um modelo comunicativo circular com a inclusão do feedback.

De acordo com este autor, há vários axiomas na comunicação humana:

↳ **Axioma 1:** É impossível não comunicar. Todo o comportamento é uma forma de comunicação, mesmo o silêncio e a passividade. Não existe forma contrária ao comportamento ("não-comportamento"), e, como tal, também não existe "não-comunicação". Se toda a comunicação afeta o comportamento, e se a comunicação e comportamento são quase sinónimos, como não podemos deixar de nos comportar, também não podemos deixar de nos comunicar.

↳ **Axioma 2:** Os seres humanos comunicam de forma digital (verbal) e analógica (não verbal). Os participantes do ato comunicativo têm de prestar atenção a estas duas formas

WOLTON, D. (2006) É PRECISO SALVAR A COMUNICAÇÃO. CASOS DE CAMBIO: CALEIDOSCÓPIO

Comunicação é a companhia mudando
→ os 2 doc, Propaganda globalização
→ tecnologia aumentou
Verbetes

O século da comunicação

A comunicação é o resultado de um extraordinário movimento de emancipação ao mesmo tempo social, cultural e político, nascido no Ocidente há mais de dois séculos. Assim como as técnicas são apenas a ponta visível deste icebergue, a comunicação, hoje omnipresente, só é compreensível tomando em consideração as mutações que, em dois séculos, afectaram a estrutura das nossas sociedades e o campo político. Porque, com a comunicação, não se trata apenas de uma mudança do modelo social e cultural, mas *também* de uma mutação democrática. Por outras palavras, é impossível falar de comunicação sem falar de democracia. Paradoxalmente, as duas guerras mundiais, para além da sua dimensão trágica, foram aceleradores dessas mutações. A violência destes eventos catalisou essas mudanças, particularmente na Europa e no Ocidente e, depois, progressivamente no resto do mundo.

A comunicação existe desde que os homens vivem em sociedade, isto é, desde sempre. É desde sempre que produzem, trocam, sonham, combatem, se organizam. Mas não é um valor central nas sociedades hierarquizadas, desiguais. Isto não significa que não haja comunicação neste tipo de sociedade, mas esta realidade, e com certeza esta aspiração e estas práticas, não estão no panteão dos valores das sociedades tradicionais, que funcionam segundo outros sistemas simbólicos, culturais e sociais. Para que a comunicação se imponha como um valor e uma realidade incontornáveis nas relações humanas e sociais, é preciso uma sociedade móvel, aberta, virada para a mudança, que privilegie a iniciativa, separe o religioso do político e do militar, reconheça a singularidade e a igualdade dos sujeitos, o direito de expressão, a liberdade de opinião, e, finalmente, o pluralismo político. Em suma, inúmeras condições que explicam por que razão a comunicação, como valor legítimo, só pôde aparecer no fim do movimento, iniciado no século XVII, a favor do reconhecimento do sujeito e da sua liberdade. É preciso também uma sociedade liberta da dominação pela natureza e pela matéria e na qual as relações sociais são mais livres. Quando a ordem social e política está directamente relacionada com os ciclos da natureza, ou da hierarquia religiosa ou militar, existem trocas, mas

cada coisa, cada um, fica no seu lugar. A comunicação existe, mas num esquema vertical, o da ordem estabelecida. O que se altera com a modernidade é não só a emancipação em relação à matéria e à natureza, mesmo se pagamos muito caro o seu custo antropológico, mas também o facto de entrarmos numa sociedade móvel, na qual as trocas entre os indivíduos têm um valor intrínseco, reconhecido. A dimensão normativa da comunicação, da qual falei anteriormente, só aparece numa sociedade onde as trocas simbólicas constituem o centro do sentido. *Quando são livres, os homens são confrontados com a comunicação.* Devem então imaginar outras regras simbólicas.

A comunicação toma o seu lugar normativo quando se passa de uma sociedade fechada para uma sociedade aberta. Por conseguinte, desenvolve-se muito com o crescimento urbano, o êxodo rural, a fragmentação das estruturas sociais tradicionais, o enfraquecimento das classes sociais e da família alargada. É o símbolo da libertação em relação à tradição, da mobilidade em relação à estabilidade, de uma sociedade menos hierarquizada, mais centrada sobre si e sobre uma relação com o outro. *Comunicar, afinal, é sempre desejar compreender o mundo.* Isto supõe que o homem se possa abrir ao mundo. Daí o impulso formidável, desde o século XVII, do livro, da imprensa, do telefone, da rádio, da televisão, da Internet. Comunicar é ser livre, mas é sobretudo reconhecer o outro como um igual. Reencontramos, assim, toda a batalha para a democracia, isto é, o direito de oposição, o pluralismo – a liberdade, portanto – e também os direitos do homem – a igualdade. Não foi, aliás, de forma neutra que a ONU inscreveu os valores da liberdade, da comunicação, do respeito das identidades, das religiões, etc, no centro da comunidade internacional, pois estas são indispensáveis para organizar a coabitação das culturas e das civilizações.

É por isso que a comunicação é apenas a ponta emergente do icebergue constituído pela sociedade moderna democrática. Não que esta seja sempre um “progresso” em relação à tradição e à ordem aristocrática, é simplesmente outra coisa, mas uma outra coisa que está em vias de se tornar – ainda que com alguns acertos culturais que não devemos de forma alguma subestimar – a referência mundial desde o fim da oposição capitalismo-comunismo.

Não nos devemos deixar iludir por este triunfo da modernidade no seu duplo aspecto cultural e político, mas devemos *também* reconhecer que, desde há dois séculos, a batalha para a comunicação, sob todas as suas formas, constituiu o símbolo de tal abertura. Com a comunicação, podemos sempre olhar para baixo, para o mercantilismo, as intenções de manipulação..., mas devemos sobretudo olhar para cima, para aquilo que eleva os homens.