

A COMUNICAÇÃO NO AMBIENTE VIRTUAL: DOS MODELOS À TEORIA DE TEIXEIRA

Marcelo Mendonça Teixeira*

Centro Universitário UNISÃOMIGUEL

DOI: 10.25768/20.04.01.030

RESUMO: A interação global, baseada no compartilhamento de informações e conhecimentos, e os avanços das tecnologias digitais, vêm promovendo transformações no processo comunicativo das pessoas em sociedade há séculos. Nesse sentido, apresentamos, nesse trabalho de pesquisa, as transições sobre os principais modelos de comunicação na história da humanidade. A pesquisa qualitativa e empírico descritiva foi desenvolvida de julho a dezembro de 2019.

PALAVRAS-CHAVE: teorias da comunicação; modelos de comunicação; tecnologias de informação e comunicação; universo virtual; interatividade.

ABSTRACT:

KEYWORDS:

Índice			
Introdução	2	1.6 Modelo de Comunicação de Roman Jakobson	6
1 Modelos de Comunicação	2	1.7 Modelo de Comunicação de Gerhard Maletzke	7
1.1 Modelo de Comunicação de Aristóteles	2	1.8 Modelo de Comunicação Interpessoal de Wilbur Lang Schramm	8
1.2 Modelo de Comunicação de Harold Lasswell	3	1.9 Modelo de Comunicação de Lee Osborne Thayer	8
1.3 Modelo de Comunicação de Claude Shannon e Warren Weaver	4	1.10 Modelo de Comunicação para o Ambiente Virtual	9
1.4 Modelo de Comunicação de Horace Newcomb	5	Conclusão	11
1.5 Modelo de Comunicação de George Gerbner	5	Referências	11

*Pós-Doutorado em Modelagem Computacional pelo Departamento de Estatística e Informática na Universidade Federal Rural de Pernambuco, Doutor em Tecnologia pela Universidade do Minho (Portugal), e Pró-Reitor em

Educação a Distância no Centro Universitário UNISÃOMIGUEL. E-mail: proreitoria.marcelo@gmail.com

Introdução

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, Macquail (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.

Por outro lado, em justaposição as ideias de Morin (2003) “Na comunicação pelo meio (teoria complexa da comunicação)”, 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. 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.

Em tela, Paz e Teixeira (2020), acompanhando a retórica de Macquail e Mark (2020), destacam que os estudos comunicacionais da era contemporânea se fundamentam essencialmente em perceber o processo de produção da informações midiáticas, valorizando o conteúdo e as formas de veiculação das mensagens síncronas e assíncronas, como se constata na “Teoria da comunicação para o universo virtual”. Consequentemente, uma relação direta no processo comunicativo entre o emissor e o receptor da mensagem, e os efeitos causados pelas trocas que advém desse processo. É como previram Tapscott e William (2010) em que a interação global, baseada na partilha de informações e conhecimentos, e os avanços das tecnologias de informação, mudarão o conceito de economia e sociedade para sempre.

Face ao exposto, o presente trabalho de pesquisa reflete uma análise do processo de comunicação humana e as principais teorias que surgiram em diferentes períodos históricos, *apud* o momento vivenciado, na tentativa de estabelecer uma lógica que justifique a inerente necessidade de comunicação entre as pessoas.

Face ao exposto, o presente trabalho de pesquisa reflete uma análise do processo de comunicação humana e as principais teorias que surgiram em diferentes períodos históricos, *apud* o momento vivenciado, na tentativa de estabelecer uma lógica que justifique a inerente necessidade de comunicação entre as pessoas.

1 Modelos de Comunicação

1.1 Modelo de Comunicação de Aristóteles

Um dos primeiros modelos registrados sobre o processo de comunicação humana foi apresentado pelo filósofo Aristóteles em sua obra “Arte Retórica” durante o século IV a.C. Seguindo o filósofo, para se estudar, compreender e cultivar a retórica se faz necessário considerar três elementos essenciais no processo de comunicação: 1) A pessoa que fala (locutor); 2) O discurso que faz; 3) A pessoa que ouve. Tal abordagem traduz a essência de outros modelos que surgiram na história, baseado na tríade: Emissor – Mensagem – Receptor (Poe, 2010).

© 2020, Marcelo Mendonça Teixeira.

© 2020, Universidade da Beira Interior.

O conteúdo deste artigo está protegido por Lei. Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra ca-

rece de expressa autorização do editor e do(s) seu(s) autor(es). O artigo, bem como a autorização de publicação das imagens, são da exclusiva responsabilidade do(s) autor(es).



Figura 1. Modelo de Comunicação Aristotélico

Fonte: O Autor.

A esse respeito, Cardoso (2013) assegura que a maior parte dos contemporâneos modelos de comunicação são similares ao de Aristóteles, embora mais complexos e que adequam a cada período histórico, adiciona Teixeira (2012) na obra “Da Comunicação humana a comunicação em rede: uma pluralidade de convergências”. O modelo aristotélico serviu como base para a elaboração das primeiras teorias de comunicação dos séculos XX e XXI. Inclusive, a autora enfatiza que os estudos posteriores realizados no âmbito da Filosofia, da Sociologia, da Psicologia e das demais ciências humanas sobre a Comunicação tiveram como base o modelo aristotélico, considerando, ainda, que muitos desses estudos buscavam principalmente a compreensão dos fenômenos sociais, ou seja, os efeitos políticos, culturais, psicológicos, econômicos e tecnológicos das práticas comunicacionais (ibidem). Nesse caminhar, no decorrer dos anos, a partir de Aristóteles, a interação global, assente na partilha de informações e conhecimentos em larga escala, e os avanços das tecnologias de informação e comunicação, mudaram o conceito de sociedade, induzidos por um processo contínuo de comunicação massiva, como se destaca nos modelos a seguir.

1.2 Modelo de Comunicação de Harold Lasswell

Elaborado nos anos 30, exatamente na época da Teoria Hipodérmica ou Teoria da Agulha Hipodérmica (propõe que uma mensagem midiática enviada as massas afeta da mesma maneira a todos os indivíduos), como aplicação de um paradigma para a análise sociopolí-

tica (quem obtém o quê? quando? de que forma?), o Modelo Lasswelliano, proposto em 1948 a partir da Teoria Funcionalista (que procura explicar aspectos da sociedade em termos de funções), afirma que uma forma adequada para se descrever um ato de comunicação é responder as seguintes perguntas: Quem? Diz o quê? Através de que meio? Com que efeito? explica Mauro Wolf (2003) nas “Teorias da Comunicação”.

O estudo científico do processo comunicativo tende a concentrar-se em uma ou outra destas interrogações. Para Poe (2010), 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 Cantril (1940) ou as teorias funcionalistas do fluxo de comunicação em duas etapas (*two step*) ou em etapas múltiplas (*multistep*). Na figura seguinte, expomos a proposta hipodérmica de Lasswell:

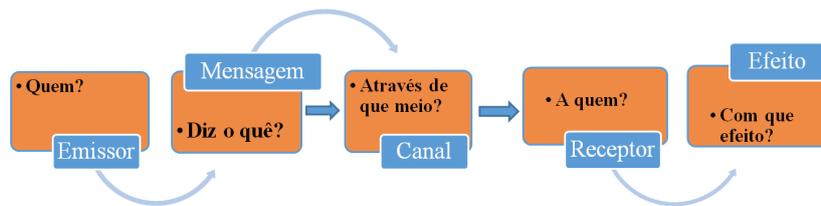


Figura 2. Representação do Modelo de Comunicação de Lasswell
 Fonte: O Autor.

O Modelo de Comunicação de Lasswell, fortemente norteado pela literatura dos filósofos e educadores norte-americanos John Dewey e George Herbert Mead, influenciou Claude Shannon e Warren Weaver, que por sua vez propôs uma complexa e mais coerente teoria sobre o ato comunicativo. Assim, nasce o “Modelo Matemático da Comunicação”, objetivando mensurar cientificamente a informação a partir da relação entre o emissor e o receptor.

1.3 Modelo de Comunicação de Claude Shannon e Warren Weaver

Além do Modelo de Comunicação de Lasswell, o presente modelo também foi inspirado na Teoria da Informação e tornou-se mundialmente conhecido na literatura através do artigo “A Mathematical Theory of Communication”, escrito pelos norte-americanos Claude Shannon e Warren Weaver, em 1948.

Nesse 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, outorga 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, ratificam Teixeira e Ferreira (2014), e norte para outros modelos de comunicação que surgiram a seguir. Vejamos como se apresenta modelo em voga:

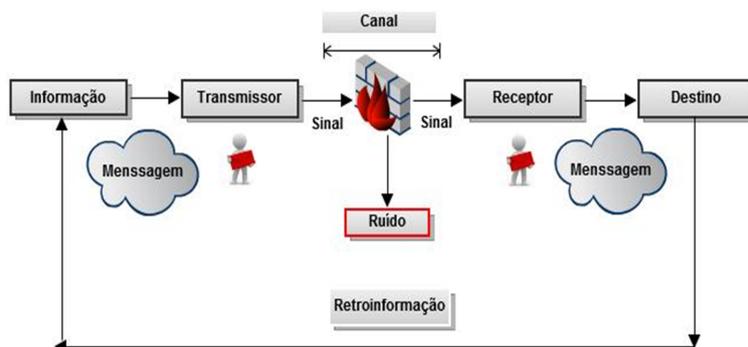


Figura 3. Representação do Modelo de Comunicação de Shannon e Weaver
 Fonte: O autor, baseado em Shannon e Weaver (1949).

Na prática, a tramitação do sinal é unilateral do emissor para o receptor, com ou sem possibilidade de ruído, sem retroinformação no processo comunicativo. Aqui, não são reconhecidos outros elementos que podem vir a influenciar no fluxo de comunicação.

1.4 Modelo de Comunicação de Horace Newcomb

O Modelo de Horace Newcomb, de 1953, opta por representar as motivações comunicacionais dos indivíduos nas interações e sugere um

modelo de comunicação com uma forma triangular (Souza, 2006). 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. No processo comunicativo, se apresenta em forma triangular, seja na sociedade, em um grupo ou em uma relação social, como se evidencia na figura 4:

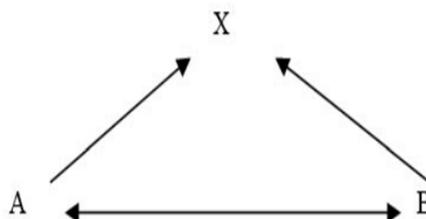


Figura 4. Representação do Modelo de Comunicação de Newcomb
Fonte: Souza (2006).

Ou seja, nas palavras do pesquisador português Jorge Sousa (2006), pode dizer-se que o modelo de Newcomb, mais do que descrever como decorre um ato comunicativo, atenta nos motivos que explicam as dinâmicas e motivações comunicacionais das pessoas em interação, mostrando que as percepções que os interlocutores fazem uns dos outros e dos referentes externos influenciam o processo comunicativo. Incentivando equilíbrios, a comunicação interpessoal fomenta a probabilidade de os interlocutores (A e B) negociarem orientações similares em relação aos referentes (X) da comunicação que estabelecem entre eles. “Quando mais divergentes forem as orientações dos interlocutores em relação a referentes externos, mais os interlocutores precisam de comunicar para atingir patamares de entendimento em relação a esses referentes”, explica o pesquisador (2006, p.65).

Em 1957, o Modelo de Comunicação

Westley e MacLean resultou de uma adaptação do modelo de Newcomb aos meios de comunicação de massa, com a introdução de um elemento C e, conseqüentemente, o alargamento do modelo anterior.

1.5 Modelo de Comunicação de George Gerbner

Em 1956, George Gerbner elaborou um modelo baseado na descrição dos processos de comunicação simples ou complexos, como uma produção (de mensagens) e uma percepção (de mensagens e acontecimentos a comunicar), segundo explicam os estudiosos da comunicação Dennis Macquail e Sven Windahl citados em Cruz (2010). A consolidação da denominada “sociedade de massa no Brasil” trouxe consigo a expansão dos meios de comunicação, tanto no que se refere ao lazer quanto à informação, muito embora seu foco de ação ainda fosse local. Nesta compreen-

são sobre a comunicação, para esse período, há uma correlação entre a produção e a percepção, uma visão bem diferente dos modelos anteriores onde a comunicação se estabelece entre um emissor e um destinatário. É

deste modo que o modelo de George Gerbner dedica-se a reconhecer a comunicação como uma transmissão de mensagens, como se destaca abaixo:

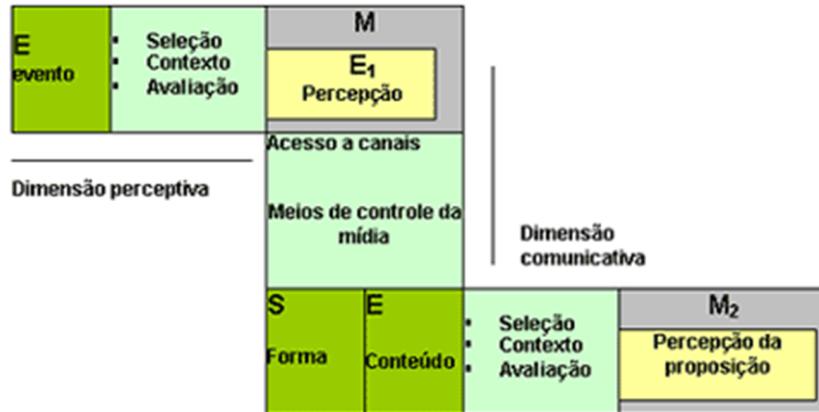


Figura 5. Representação do Modelo de Comunicação de Gerbner
 Fonte: <http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/para-ir-mais-longe-no-estudo-do-jornalismo/>.

O processo comunicativo representa uma realidade em voga entre o emissor e o receptor, partilhando sentimentos, emoções, informações, ou seja, a comunicação influencia de forma direta e indireta o comportamento humano e as ações que advém desse interação, escrevem Teixeira e Ferreira (2014) na obra “The communication model of virtual universe”.

Acrescenta, ainda, o contato, que representa, simultaneamente, o canal físico em que a mensagem circula e as ligações psicológicas entre destinador e destinatário. Estes só percebem a mensagem porque dominam o mesmo código, observemos:

1.6 Modelo de Comunicação de Roman Jakobson

De acordo com Souza (2006), em 1960 Roman Jakobson apresentou um modelo direcionado para o estudo da comunicação sob o prisma da linguística. De alguma maneira, representa um modelo que faz a ponte entre as escolas processuais e a semiótica. De base linear, coloca em relação um destinador 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 men-

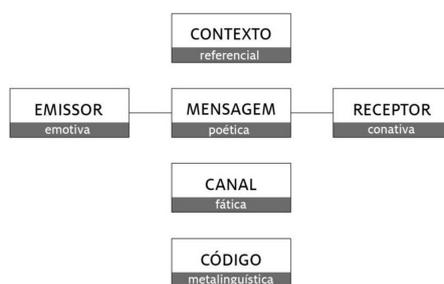


Figura 6. Representação do Modelo de Comunicação de Jakobson
 Fonte: Nesteriuk (2018).

1.7 Modelo de Comunicação de Gerhard Maletzke

O Modelo de Maletzke, de 1963, distingue-se em suas concepções dos modelos anteriores por explorar as implicações sociais e psicológicas da comunicação de massas. 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. No que concerne o primeiro aspecto, é de notar que o meio causa pressão no receptor, já que este tem de se adaptar as diferentes mídias: a vivência do receptor é influenciada pelas características e conteúdos do próprio meio. Por exemplo, um receptor experiencia um artigo de jornal de forma diferente do que um ar-

tigo colocado num blog interativo; a forma como ele interage com essa informação, dos dois tipos, é significativamente diferente, nem que seja pelo fato do seu feedback (relativamente ao artigo) ser mais rápido e anonimamente transmitido na Internet versus um jornal impresso. 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 meios de comunicação de massa (ibidem).

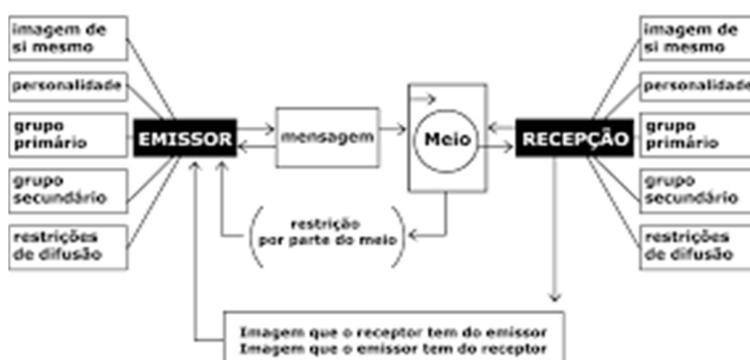


Figura 7. Representação do Modelo de Comunicação Maletzke
 Fonte: Maletzke (1963).

1.8 Modelo de Comunicação Interpessoal de Wilbur Lang Schramm

Wilbur Schramm, jornalista e acadêmico norte-americano, em 1958, desenvolveu o seu modelo de comunicação após avaliar a comunicação de massas em diferentes partes do mundo, especialmente influenciado por Shannon e Weaver. Nesse caminho, o modelo de Schramm apresenta a ideia de que o processo de codificação/descodificação da mensagem depende das experiências do codificador e do decodificador (Teixeira & Ferreira,

2014). O conhecimento (ou campo de experiência) da fonte e do destino se compatibilizam, permitindo a comunicação. Se a superfície comum aos dois campos de experiência é grande, a comunicação será fácil, mas se a superfície comum é pequena, será difícil comunicação com a outra pessoa. Seu segundo modelo introduz pela primeira vez o conceito de *feedback* e torna-se o primeiro modelo circular de comunicação. Em síntese, o modelo propõe que cada emissor pode funcionar como receptor em um mesmo ato comunicativo, devido ao mecanismo de retroação ou *feedback*, reparemos:

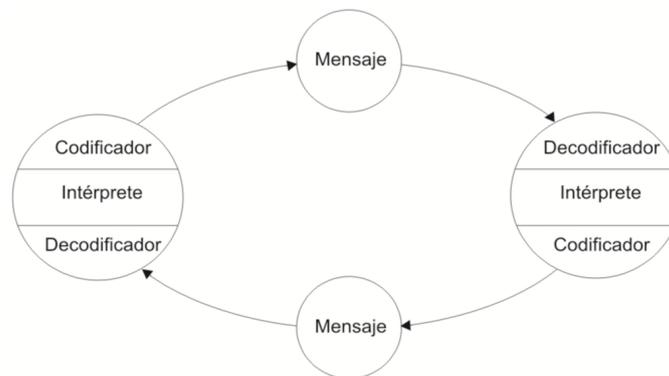


Figura 8. Representação do Modelo da Tuba

Fonte: Shintaku e Costa (2018).

O modelo de Schramm remete a uma análise sequencial sobre o processo comunicativo dos meios de comunicação de massa. Os modelos de comunicação descrevem o processo comunicativo de forma metafórica e em símbolos. Em seguida, nasce o Modelo de Comunicação Circular do inglês Jean Cloutier com a proposta do EMEREC, ou seja, a comunicação áudio-scripto-visual na hora dos self-media, o indivíduo como emissor e receptor das informações, escreve Freixo (2006). Deste modo, eles formam perspectivas gerais da comunicação em suas diferentes formas, dimensões, sentidos e expressões. Em síntese, Souza (2006) acrescenta que o Modelo de Schramm propõe que cada emissor pode

também funcionar como receptor num mesmo ato comunicativo (devido ao mecanismo de retroação ou *feedback*). Deste modo, cada emissor/receptor tem a habilidade de decodificar e interpretar as mensagens recebidas e de codificar mensagens a emitir, modelo este considerado linear por Freixo (2006), bem como o modelo de Horace Newcomb.

1.9 Modelo de Comunicação de Lee Osborne Thayer

Na visão de Hesketh e Almeida (1980), a maior contribuição do trabalho de Thayer, de 1973, é indubitavelmente a sua teoria sobre a comunicação organizacional. Para os autores, de acordo com Lee Thayer, a compreen-

são do fenômeno da comunicação organizacional requer antes de tudo o exame de alguns “pressupostos orientadores”. Primeiramente, ele 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 define 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; 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 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.

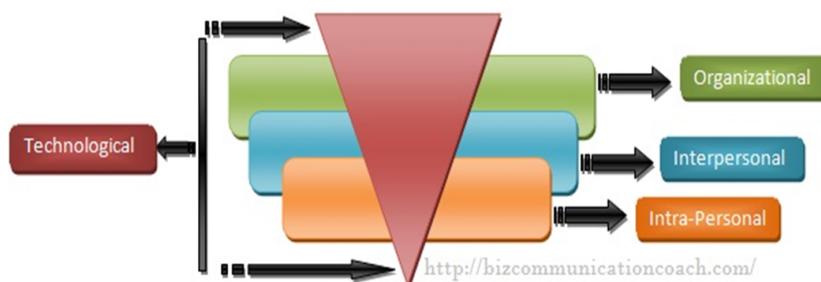


Figura 9. Representação do Modelo de Comunicação de Thayer
 Fonte: <http://bizcommunicationcoach.com>.

1.10 Modelo de Comunicação para o Ambiente Virtual

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 Wikipedia e licenciado pela Creative Commons, em Dezembro de

2015, tal modelo foi inspirado no arcabouço teórico de Shannon e Weaver (1949), Roman 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. De acordo com os autores, vivemos em um novo cenário comunicacional em que o processo comunicacional é influenciado direto e indiretamente pela forma como as pessoas interagem e intercambiam informações e saberes através de recur-

sos tecnológicos, em um mundo onde agimos localmente e pensamos globalmente.

Nessa ótica, existe uma adequação aos modelos mencionados em epígrafe à realidade vivenciada pela comunicação multimídia na sociedade contemporânea (reflexo da vida líquida). Aqui, o emissor (sender) envia a mensagem ao receptor (receiver) através de interfaces 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 eminente 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, whatsapp, 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. Abaixo, observamos tal modelo:

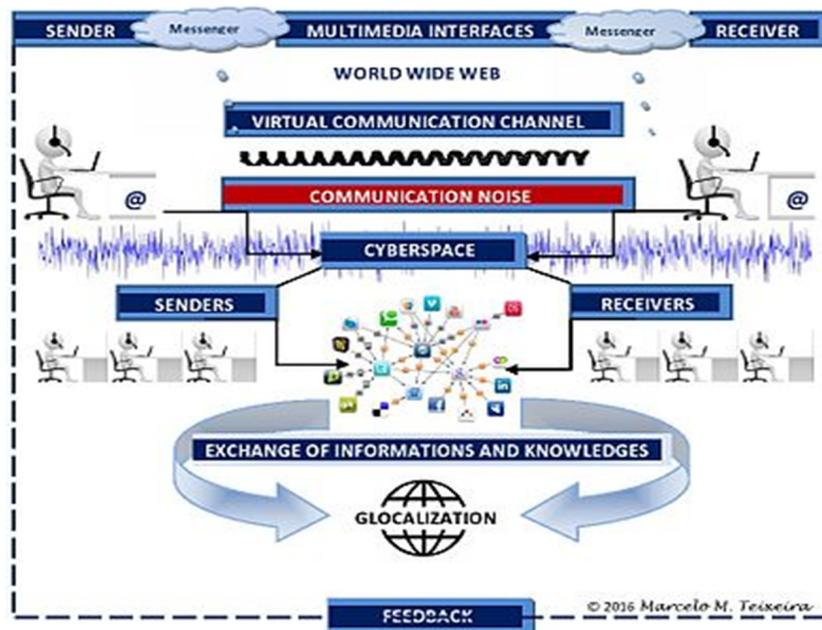


Figura 10. Representação do Modelo de Comunicação para o Ambiente Virtual

Fonte: Teixeira e Ferreira (2014).

Para Teixeira e Ferreira (2014), é 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, mais nada solidificado, ancorado em um estudo prévio subjacente. A partir dessa perspectiva, as discussões se ampliam e progridem no sentido

de entender a evolução no ato das pessoas se comunicarem.

Conclusão

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.

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 (2018), 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 a 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 con-

cepções até o adequado “Modelo de Comunicação para o Universo Virtual”.

Referências

- Cardoso, A. (2013). *Comunicação empresarial*. Salvador: Editora UNIFACS.
- Cruz, M. (2010). *Teorias e modelos de comunicação*. Disponível em: <http://teoriasemodelosdecomunicacao.blogspot.com.br/2010/02/modelos-de-comunicacao.html>. Consultado a 20 de janeiro de 2020.
- Castells, M. (2020). *Fim de milênio. A era da informação: economia, sociedade e cultura*, vol. III. Rio de Janeiro: Editora Paz & Terra, 7ª edição.
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: understanding new media*. Thousand Oaks: Pine Forge Press
- Freixo, M. (2006). *Teorias e modelos de comunicação*. Rio de Janeiro: Editora: Instituto Piaget.
- Hesketh, J. & Almeida, M. (1980). Comunicação organizacional: teoria e pesquisa. *Revista Administração de Empresas*, 20(4), Oct./Dec. São Paulo.
- Lopes, A.; McQuail, D. & Windahl, S. (2005). Modelos da comunicação, para o estudo da comunicação de massas. *Caleidoscópio: Revista de Comunicação e Cultura*, (5/6), julho.
- MacQuail, D. (2017). *Communication*. United Kingdom: Taylor & Francis Group.
- MacQuail, D. & Mark, D. (2020). *MacQuail's media and mass communication theory*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Morin, E. (2003). A comunicação pelo meio (teoria complexa da comunicação). *Revista Famecos* (20), Porto Alegre. Disponível em: www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewFile/335/266. Consultado a 15 de maio de 2020.

- Nöth, W. (2011). Semiotic foundations of pragmatics. In W. Bublitz & N. Norrick (eds.), *Foundations of Pragmatics* (pp. 167-202). Berlin: de Gruyter.
- Paz, C. & Teixeira, M. (2014). *O processo comunicativo nas organizações através das redes sociais – um estudo empírico descritivo do presencial ao online*. Munique: Grin Verlag.
- Poe, M. (2010). *A history of communications: media and society from the evolution of speech*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sharman, A. (2018). *Introduction to mass communication: model and theories*. Parijat Extension: Evincepub Publishing.
- Shintaku, M. & Costa, S. (2018). A comunicação científica entre pesquisadores da surdez do ponto de vista da linguagem. In S. Costa, F. Leite & R. Taveres (org.), *Comunicação da informação, gestão da informação e gestão do conhecimento*. Brasília: IBICT.
- Soares, D. (2006). Poder e responsabilidade. *Portal Gens*. Disponível em: www.portalgens.com.br/. Consultado a 8 de fevereiro de 2020.
- Souza, J. (2006). Elementos de teoria e pesquisa da comunicação dos media. *BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Covilhã: Universidade da Beira Interior. Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequisa-comunicacao-media.pdf. Consultado a 2 de fevereiro de 2020.
- Tapscott, D. & Williams, A. (2010). *Wikinomics: how mass collaboration changes everything*. New York: Penguin Group.
- Teixeira, M. & Ferreira, T. (2014). *The communication model of virtual universe*. Munique: Grin Verlag.
- Teixeira, M. (2012). Da comunicação humana a comunicação em rede: uma pluralidade de convergências. *Revista Temática*, ano VIII (02), fevereiro.
- Zygmunt, B. (2007). *Vida líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Wolf, M. (2003). *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.