

MODELOS DE COMUNICAÇÃO

Fernando Casal

ISPAB

- Modelos que vêem a comunicação como um processo.
- Um modelo é um mapa. Representa as características seleccionadas do seu território: nenhum modelo pode ser exaustivo.

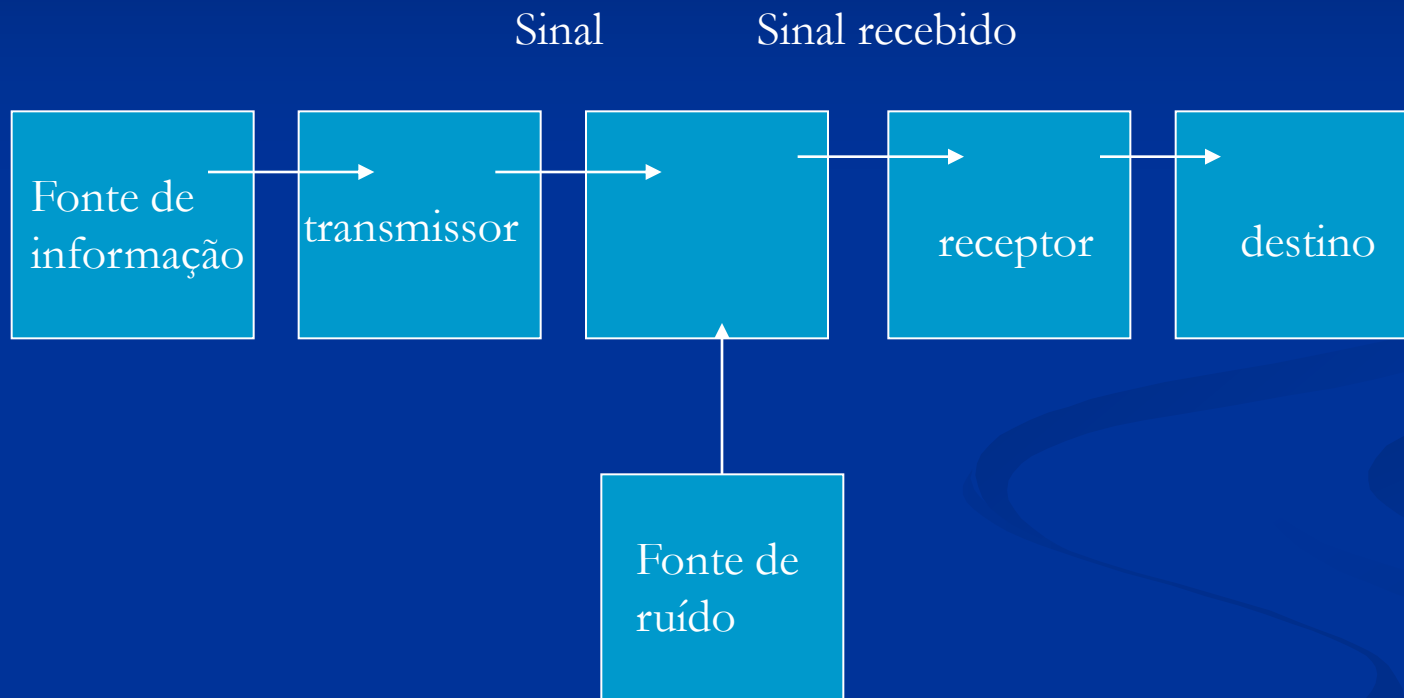
Valor dos Modelos

- 1) Evidenciar sistematicamente as características seleccionadas do seu território;
- 2) Apontar para as inter-relações seleccionadas entre essas características;
- 3) os sistema subjacente à selecção em 1 e 2 para fornecer uma definição e delineamento do território que está a ser delineado.

O MODELO DE SHANNON E WEAVER (1949)

- Processo linear e simples.

O modelo de Shannon e Weaver



Ruído

- Algo que é acrescentado ao sinal e que não é pretendido pela fonte.
- Torna o sinal pretendido mais difícil de decodificar com exactidão.
- O ruído, quer tenha origem no canal, no público ou na própria mensagem, confunde a intenção do emissor.
- Ruído semântico e ruído de engenharia

Outros conceitos

- Informação e Previsibilidade
- Redundância: é aquilo que, numa mensagem, é previsível ou convencional. Um meio para melhorar a comunicação.
- Entropia: oposto de redundância. Problema de comunicação.

Katz, Gurevitch e Hass (1973)

- Explicam as inter-relações dos cinco “mass” media mais importantes através de um modelo circular.
- Verificarão a tendência das pessoas para utilizarem os jornais, a rádio e a televisão para se ligarem à sociedade, usando os livros e os filmes para se evadirem da realidade durante algum tempo.

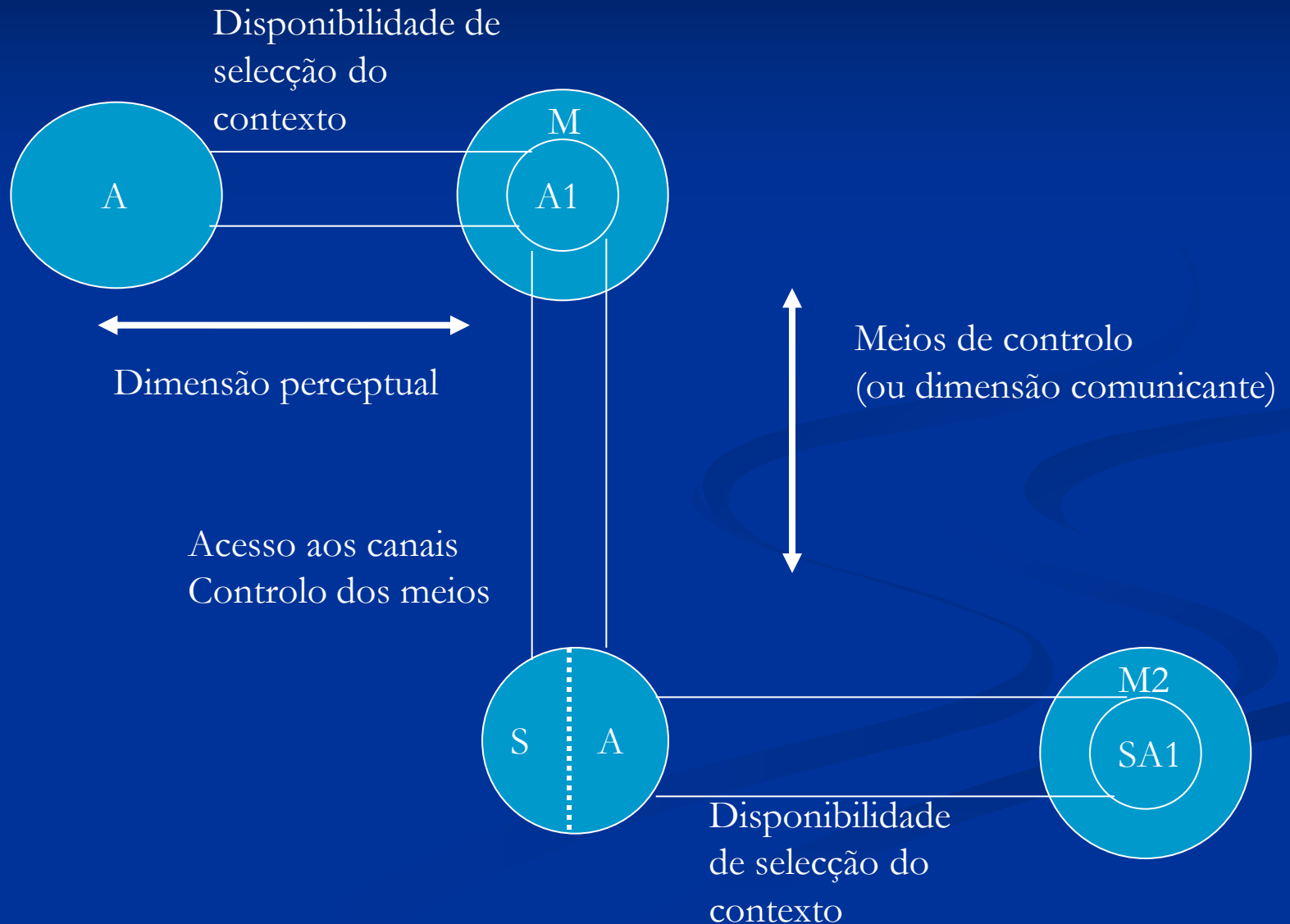
A relação entre os “media”



O MODELO DE GEORGE GERBNER (1956)

- Modelo de comunicação para fins gerais.
- Modelo que preserva o processo linear como esqueleto.

Modelo de Gerbner



O MODELO DE LASSWELL (1948)

- Modelo de comunicação de massas.
- É preciso compreender cada um dos estádios do processo de comunicação:

Quem

Diz o quê

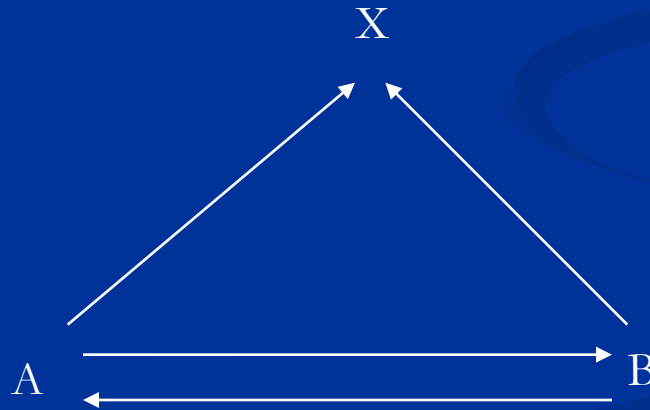
Em que canal

A quem

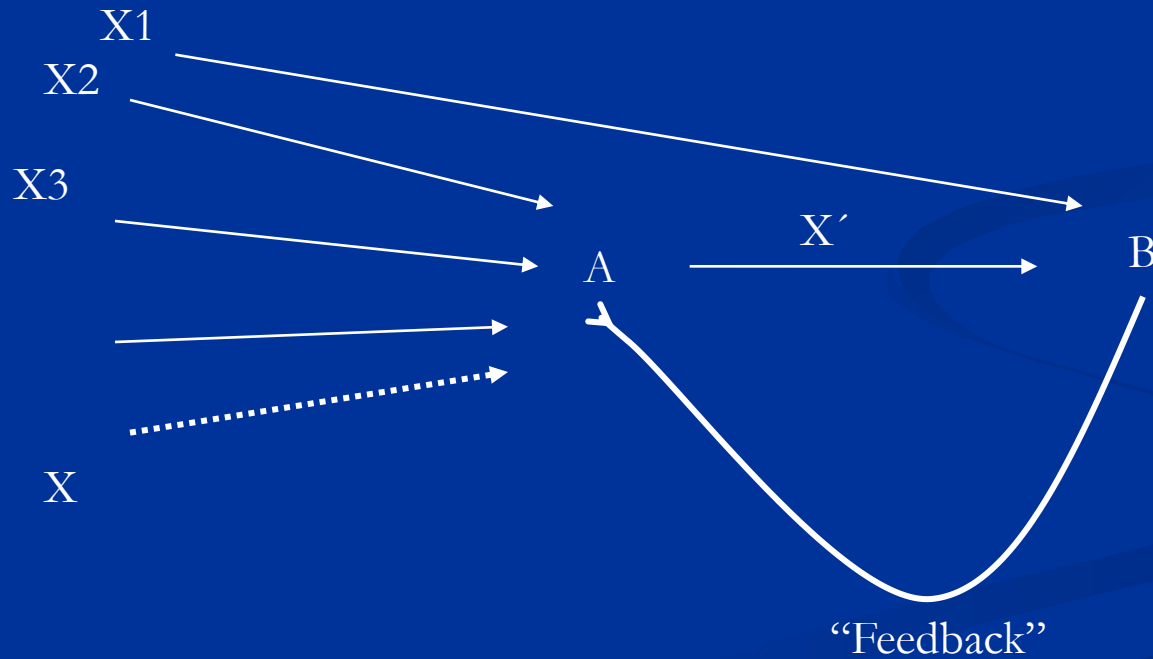
Com que efeito?

O MODELO DE NEWCOMB (1953)

- Modelo que apresenta uma forma triangular.
- O primeiro a introduzir o papel da comunicação numa sociedade ou numa relação social.

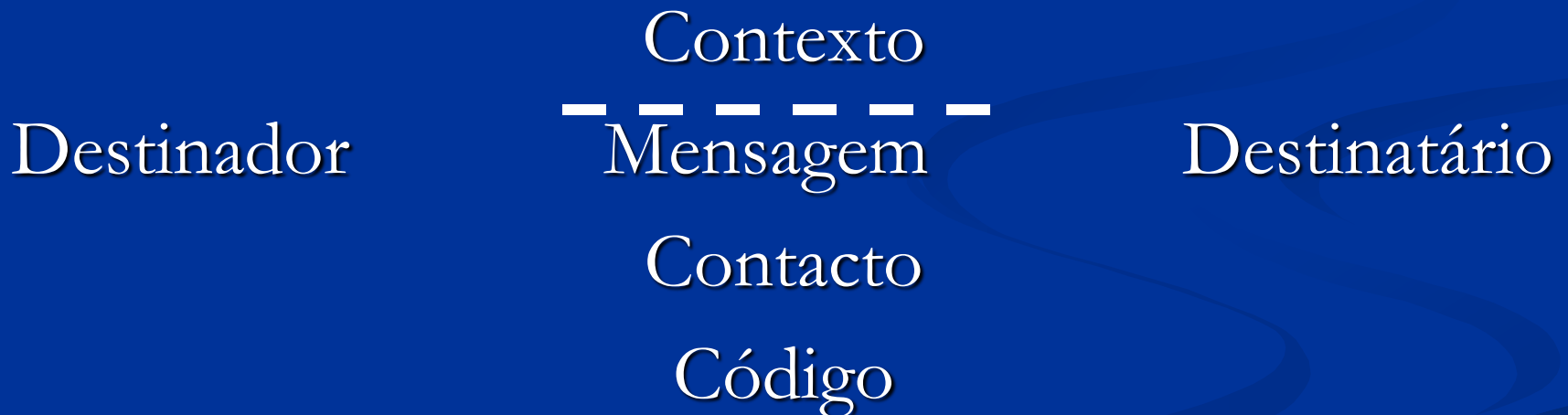


O MODELO DE WESTLEY E MACLEAN (1957)



O MODELO DE JAKOBSON (1960)

■ OS FACTORES CONSTITUTIVOS DA COMUNICAÇÃO



Os factores constitutivos da comunicação

- Destinator: aquele que envia uma mensagem.
- Destinatário: aquele que recebe a mensagem.
- Contexto: referência a algo que não ela.
- **Contacto**: canal físico e as ligações psicológicas entre destinator e destinatário.
- **Código**: sistema comum de significação pelo qual a mensagem é estruturada.

- Cada um dos factores determina uma função diferente da comunicação.
- Em cada acto da comunicação encontramos uma hierarquia de funções.
- Cada função corresponde no modelo ao mesmo lugar que o factor a que se refere.

Seis funções da linguagem

■ AS FUNÇÕES DA COMUNICAÇÃO



Função emotiva

- Descreve a relação da mensagem com o destinador. É expressiva, comunica as emoções, as atitudes, o estatuto, a classe do destinador.
- Mensagens:

Poesia

vs.

Notícias jornalísticas

Função conativa

- Refere-se ao efeito da mensagem no destinatário.
- Nas ordens, ou propaganda, esta função, é relegada para um plano secundário.

Função referencial

- A “orientação da realidade” da mensagem, é uma prioridade da comunicação objectiva, factual.
- Ser verdadeira e factualmente exacta.

Função fática

- Consiste em manter abertos os canais de comunicação; consiste em manter a relação entre destinador e destinatário.
- Está orientada na direcção do factor contacto, as ligações físicas e psicológicas têm de existir.

Função metalinguística

- Identificação do código que está ser utilizado
- Todas as mensagens têm esta função explícita ou implícita.
- Exo.

Maço de cigarros no lixo

vs.

Maço colado a um jornal numa galeria de arte.

Função poética

- Consiste na relação da mensagem consigo própria.
- Exo. Comunicação estética.