

COMUNICAÇÃO APLICADA

Índice

1. O Que é Comunicação?	3
1.1. Características.....	3
1.2. Formas e Componentes da Comunicação	3
1.3. Conceitos Básicos	4
1.3.1. <i>Conceito etimológico</i>	4
1.3.2. <i>Conceito biológico</i>	5
1.3.3. <i>Conceito histórico</i>	5
1.3.4. <i>Conceito sociológico</i>	5
1.3.5. <i>Conceito antropológico</i>	6
1.4. Um Pouco da História da Comunicação	6
2. O Objeto da Comunicação	7
2.1. Tipos de Comunicação	7
2.1.1. <i>Comunicação um x um</i>	7
2.1.2. <i>Comunicação um para todos: comunicação de massa</i>	7
2.1.3. <i>Comunicação todos para todos</i>	8

1. O QUE É COMUNICAÇÃO?

A comunicação humana envolve a troca de informações, utilizando sistemas simbólicos¹ como ferramentas para esse fim.

1.1 CARACTERÍSTICAS

A comunicação é uma via de mão dupla: ela vai e vem.

A linguagem é dependente da interação social; ela é sistêmica, significando que influí e é influenciada.

Uma mesma palavra ou expressão pode significar muitas coisas, dependendo do ambiente.

Como acontece?

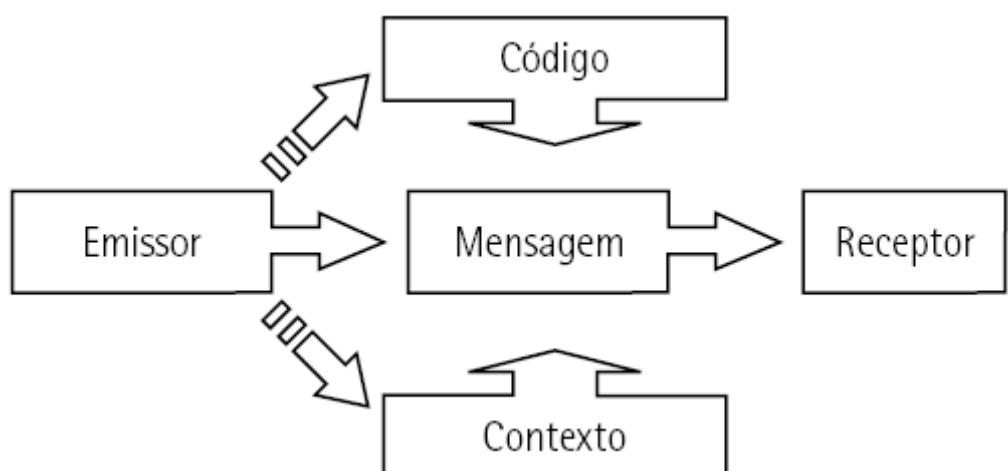
Acontece quando duas ou mais pessoas conseguem enviar, receber e entender as mensagens utilizando códigos similares.

Maneiras de se comunicar, de interagir com as pessoas, realizando algum tipo de troca de informação:

- verbal (a fala);
- não verbal (duas pessoas gesticulando; escrita);
- comunicação mediada (mensagens via meios de comunicação - mídia).

Na semiótica², o ato de comunicar é a materialização do pensamento ou de sentimentos em signos³ conhecidos pelas partes envolvidas. Esses símbolos são, então, transmitidos e, depois, reinterpretados pelo receptor.

1.2 FORMAS E COMPONENTES DA COMUNICAÇÃO



¹ Um exemplo de sistema simbólico é a linguagem, seja ela verbal ou não verbal.

² Ciência que estuda os signos.

³ Algo que representa alguma coisa para alguém.

A comunicação também pode ocorrer no sentido inverso: o receptor envia um *feedback*⁴ para o emissor.

Os componentes da comunicação são:

- emissor: emite uma mensagem para um receptor ou destinatário;
- receptor: é quem recebe a mensagem. Deve receber e compreender a ideia que se quer passar;
- mensagem: é o pensamento ou a ideia que o emissor pretende passar para o receptor;
- código: é o conjunto de signos convencionais e sua sintaxe (por exemplo, a língua) utilizados na representação da mensagem, que devem ser total ou parcialmente comuns ao emissor e ao receptor;
- meio de comunicação: é o canal pelo qual o emissor transmite a sua mensagem ao receptor;

Meios ou veículos de comunicação existentes atualmente

Sonoro: telefone e rádio.

Escrita: jornais, diários e revistas.

Audiovisual: televisão e cinema.

Multimídia: diversos meios simultaneamente, como a escrita e o audiovisual.

Hipermídia: NTICs⁵, CD-ROM, TV digital e Internet, que aplica a multimídia em conjunto com a hipertextualidade (caminhos não lineares de leitura do texto).

- resposta (feedback);
- ambiente em que o processo de comunicação se realiza.

Com relação ao ambiente, o processo de comunicação pode sofrer a interferência do ruído.

A interpretação e a compreensão da mensagem estão diretamente ligadas ao repertório.

Quando o repertório utilizado pelo emissor em uma determinada mensagem está em um nível acima do repertório do receptor, existe incompatibilidade de níveis de repertório, e é menos provável que ocorra a apreensão da mensagem em sua totalidade pelo receptor.

1.3 CONCEITOS BÁSICOS

1.3.1 Conceito etimológico

Comunicação vem do latim *communis*, comum, dando a ideia de comunidade.

⁴ Resposta.

⁵ Novas Tecnologias de Informação e Comunicação. Exemplos: computadores pessoais, celular, TV por assinatura, webcams, world wide web (www) etc.

A comunicação acontece quando duas pessoas são comuns, ou seja, conseguem trocar, enviar, receber e entender as mensagens utilizando códigos e signos similares.

Comunicar significa:

- dar conhecimento sobre algo;
- troca de informações;
- tomar conhecimento;
- participar;
- transmitir.

1.3.2 Conceito biológico

Nesse conceito, a comunicação é relacionada à atividade sensorial e nervosa do ser humano.

É pela linguagem que é expressado o que se passa em seu sistema nervoso.

Segundo Wilbur Schramm⁶, a comunicação segue a seguinte ordem:

- coleta de informações pela atividade nervosa;
- armazenagem;
- disposição da informação;
- circulação das mesmas para os centros da ação;
- preparo de ordens que resultam no envio de mensagens.

Precisamos ressaltar que esse conceito é parcial. A comunicação humana não se resume apenas a impulsos nervosos. Existe, por exemplo, o lado emocional, que contribui para a formulação das ideias; por serem parte biológica do ser humano, sentimentos como alegria ou ira interferem nos batimentos cardíacos, alterando o significado das informações.

1.3.3 Conceito histórico

A comunicação no conceito histórico é baseada na cooperação, funcionando como instrumento de equilíbrio entre a humanidade.

Não fossem os meios de comunicação ampliando as possibilidades de coexistência mais pacífica entre os homens, estes já estariam extintos em meio às disputas por poder.

1.3.4 Conceito sociológico

O papel da comunicação é de transmissão de significados entre pessoas para a sua integração na organização social.

O ser humano precisa ter constante relação com o mundo e, para isso, usa a comunicação na interação social.

⁶ Um dos pais dos estudos sobre a comunicação (1907-1987).

Quanto mais complicada se torna a convivência humana, mais se faz necessário o uso adequado e pleno das possibilidades de comunicação.

1.3.5 Conceito antropológico

A comunicação é um veículo de transmissão de cultura e é formadora da bagagem cultural de cada indivíduo.

Sem o desenvolvimento dos meios de comunicação e dos médiuns linguísticos (letras ou desenhos que formam a escrita), seria muito mais difícil estudarmos os homens e suas origens.

1.4 UM POUCO DA HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO

A comunicação sempre existiu, desde os primeiros agrupamentos humanos. Portanto, a Modernidade não descobriu a comunicação; ela problematizou esse processo e criou novas formas e meios de se comunicar.

Existem inúmeras escolas sobre as teorias da comunicação, desde o início do século XX até os dias de hoje, porém, não é o objetivo desta disciplina aprofundar-se nas diversas teorias, e sim relatar as principais transformações ocorridas nos conceitos de cultura e comunicação, influenciados pelas revoluções tecnológicas.

Décadas de 1950 e 1960:

- foco: preocupação com o conhecimento e com tudo o que rodeia o homem;
- conquistas e preocupação com o ambiente físico;
- planejamento econômico;
- urbanismo;
- racionalização do trânsito;
- sistemas de comercialização em grande escala;
- visão funcionalista: o homem deve servir à sociedade, para o desenvolvimento da mesma.

Anos 1970/“o homem social”:

- estudos culturais e teoria culturológica;
- importância concreta ao fato de o homem ser, ao mesmo tempo, o produto e o criador de sua sociedade e de sua cultura;
- mudança no conceito de cultura: a cultura é vista como prática, ação social, e não só como reguladora de normas numa sociedade;
- valorização do ambiente social (e não só do ambiente físico);
- estudo das relações de interdependência no ambiente social, composto pelo homem e por outras pessoas com as quais ele mantém uma relação.

Anos 1980 e 1990/crise do petróleo/era do cliente:

- consciência ecológica (o homem percebe que a natureza precisa de um tempo para se recuperar da alta exploração de seus materiais);

- crítica ao consumo;
- marketing verde e responsabilidade social;
- teoria das mediações (Jesus Martin Barbero) e teoria da complexidade (Edgar Morin);
- valorização do cliente (estudos do “pós-compra”);
- valorização da natureza e da ecologia.

Anos 2000:

- democratização da informação;
- expansão da Internet;
- cibercultura.

2. O OBJETO DA COMUNICAÇÃO

Podemos afirmar que os meios de comunicação criaram **uma nova realidade social** de causas e efeitos no comportamento humano.

Explicando...

Quando estudamos o rádio, a televisão, o computador, ou qualquer meio de comunicação em massa, não iremos estudar o objeto em si, suas tecnologias e seus mecanismos; iremos estudar a nova realidade social criada por esse meio de comunicação, seus reflexos e suas consequências no nosso dia a dia, na sociedade e nas diversas dimensões do real.

2.1 TIPOS DE COMUNICAÇÃO

Segundo Pierre Levy⁷, há três tipos de comunicação:

2.1.1 *Comunicação um x um*

Quando falamos pessoalmente com alguém ou estamos no telefone, existe uma resposta imediata e direta; chamamos essa comunicação de um para um.

Exemplos: cartas, telefone, diálogos presenciais.

2.1.2 *Comunicação um para todos: comunicação de massa*

Apenas recebemos a informação. Não existe uma troca, a informação tem um único sentido, do emissor para o receptor.

Exemplos: meios de comunicação de massa: TV, rádio, revistas, jornais e Internet.

⁷ Teórico da comunicação especializado na revolução informacional tecnológica, Internet e cibercultura.

Comunicação pessoal = comunicador (emissor) tem imediato e contínuo *feedback* do receptor. Mão dupla.



Meios de comunicação de massa = um só sentido. Mesmo tendo *feedback* de índices de audiência, cartas dos leitores e outros. Mão única.

2.1.3 Comunicação todos para todos

Nessa, há uma rede e todos trocam informações com todo mundo; é um meio híbrido.

Exemplo: Internet. Visa alcançar a democratização da informação.

Democratização da comunicação (alcance)

Largo alcance:

- debate sobre a ampliação às massas do acesso tanto à recepção quanto à emissão de informações.

Problema do largo alcance:

- a Internet, que, ao mesmo tempo, propicia a democratização da informação, possibilita a propagação de ações de xenofobia, racismo, homofobia, pedofilia e outras.

Os meios de comunicação impressos, radiofônicos e televisivos começam a convergir entre si (convergência digital), e o temor de que instrumentos tão poderosos concentrem-se nas mãos de uns poucos torna-se cada vez mais real.

Portanto, existem duas vertentes das escolas da comunicação, segundo Umberto Eco: os apocalípticos e os integrados.

Os apocalípticos têm muita influência da Escola de Frankfurt, que criou a teoria crítica sobre a manipulação pelos meios massivos e o conceito de indústria cultural. Podemos citar alguns teóricos atuais que seguem essa linha: Jean Baudrillard e Paul Virílio; eles veem a comunicação de massa de uma forma realista e crítica e acham que as correntes integralistas são muito ingênuas. Ou seja, eles analisam a parte negativa da comunicação de massa e a grande influência que ela exerce sobre a construção da identidade do sujeito pós-moderno, direcionada para o consumo, seja ele de ideias ou de produtos.

Já as correntes integralistas analisam a parte positiva da comunicação em massa, pois esta possibilita o alcance e a divulgação de informações para todas as pessoas, democratizando e descentralizando a informação. Um dos autores que faz parte dessa corrente é Pierre Levy.

Porém, numa realidade como a que temos no Brasil, é realmente ingênuo pensar que o acesso às informações ocorre para toda a população.

Isso sugere o seguinte pensamento: as transmissões de informações não incluem o entendimento e a significação das mensagens; no mundo atual, encontramo-nos perdidos em meio a tantas informações que, muitas vezes, não são assimiladas.