

Comunicação

Comunicação é um campo de conhecimento acadêmico que estuda os processos de comunicação humana. Entre as subdisciplinas da comunicação, incluem-se a teoria da informação, comunicação intrapessoal, comunicação interpessoal, marketing, publicidade, propaganda, relações públicas, análise do discurso, telecomunicações e Jornalismo. Também se entende a **comunicação** como o intercâmbio de informação entre sujeitos ou objetos. Deste ponto de vista, a comunicação inclui temas técnicos (por exemplo, as telecomunicações), biológicos (por exemplo, fisiologia, função e evolução) e sociais (por exemplo, jornalismo, relações públicas, publicidade, audiovisual e mídia).

A comunicação humana é um processo que envolve a troca de informações, e utiliza os sistemas simbólicos como suporte para este fim. Estão envolvidos neste processo uma infinidade de maneiras de se comunicar: duas pessoas tendo uma conversa face a face ou por meio de gestos com as mãos, mensagens enviadas utilizando a internet, a fala, a escrita que permitem interagir com as outras pessoas e efetuar algum tipo de troca informacional.

No processo de comunicação em que está envolvido algum tipo de aparato técnico que intermedia os locutores, diz-se que há uma comunicação mediada.

O estudo da Comunicação é amplo e sua aplicação é ainda maior. Para a **Semiótica**, o ato de comunicar é a materialização do pensamento/sentimento em **signos** conhecidos pelas partes envolvidas. Estes símbolos são então transmitidos e reinterpretados pelo receptor. Hoje, é interessante pensar também em novos processos de comunicação, que englobam as redes colaborativas e os sistemas híbridos, que combinam comunicação de massa e comunicação pessoal e comunicação horizontal.

O termo **comunicação** também é usado no sentido de **transportes** (por exemplo, a comunicação entre duas cidades por meio de trens).

1 História

É preciso considerar, para os estudos da comunicação, a evolução de seus períodos, como a comunicação corporal, a oral, a escrita e a digital. Vários aspectos da comunicação têm sido objectos de estudos. Na Grécia Antiga, o estudo da Retórica, a arte de discursar e persuadir, era um assunto vital para estudantes. No início do século XX, vários especialistas começaram a estudar a comu-

nicação como uma parte específica de suas disciplinas acadêmicas. A Comunicação começou a emergir como um campo acadêmico distinto em meados do século XX. Marshall McLuhan, Theodor Adorno e Paul Lazarsfeld foram alguns dos pioneiros na área. Tem vindo a evoluir constantemente, devido às novas tecnologias e ao uso de redes sociais. Hoje em dia, não é necessário comprar um jornal para se estar informado. Obviamente, que temos a televisão e a rádio. Porém, podemos aceder a um jornal via internet, por intermédio do site do mesmo ou de redes sociais, caso do Twitter e do Facebook. Muitos jornais possuem contas nestas redes e postam informação, que se encontra sempre atualizada. É interessante, porque se pode comentar e debater com os outros.

2 Teoria da Comunicação

Pensadores e pesquisadores das disciplinas de ciências humanas, como Filosofia, Sociologia, Psicologia e Linguística, têm dado contribuições em hipóteses e análises para o que se denomina "Teoria da Comunicação", um apanhado geral de ideias que pensam a comunicação entre indivíduos - especialmente a comunicação mediada - como fenómeno social. Entre as teorias, destacam-se o funcionalismo, primeira corrente teórica, a Escola de Frankfurt (crítica à primeira e profundamente marxista) e a escola de Palo Alto (principal corrente teórica atualmente). O trabalho teórico na América Latina ganhou impulso na década de 1970 quando se passou a retrabalhar e transformar as teorias estrangeiras. Assim surgiu a Teoria das Mediações, de Jesús Martín-Barbero.

As teorias dão diferentes pesos para cada um dos componentes da comunicação. As primeiras afirmavam que tudo o que o *emissor* dissesse seria aceito pelo *receptor* (público). Daí surge a Teoria Crítica que analisa profundamente a transmissão/dominação ideológica na comunicação de massa (Adorno, Horkheimer). Depois disso se passa a criticar o modelo. O receptor, dizem os estudiosos de Palo Alto, tem consciência e só aceita o que deseja. Do ponto de vista de Barbero, o que o receptor aceita (ou melhor, compreende) varia grandemente conforme sua cultura, no sentido mais amplo da palavra.



A escrita é uma forma de comunicação utilizada há milhares de anos.

3 Formas e Componentes da Comunicação

Os componentes da comunicação são: o emissor, o receptor, a mensagem, o canal de propagação, o meio de comunicação, a resposta (*feedback*) e o ambiente onde o processo comunicativo se realiza. Com relação ao ambiente, o processo comunicacional sofre interferência do ruído e a interpretação e compreensão da mensagem está subordinada ao repertório.

Quanto à forma, a Comunicação pode ser comunicação verbal, não-verbal e mediada.

4 Comunicação e Tecnologia

A comunicação humana desenvolve-se em diversos campos de diferentes naturezas, dos quais podemos destacar dois pontos distintos: a comunicação em pequena escala, e a comunicação em larga escala ou comunicação de “massa”. Em ambos os casos, o ser humano passou a utilizar utensílios que passaram a auxiliar e a potencializar o processo de produção, envio e recepção das mensagens. A tecnologia passou a fazer parte da comunicação humana, assim como, passou a participar da maioria das actividades desenvolvidas pela humanidade ao longo do seu desenvolvimento.

A comunicação começou desde a pré-história em que os primeiros seres humanos começaram por se comunicar através de pinturas rupestres e de gestos.

A comunicação é uma evolução que não pára e está em constante movimento.

5 Dinamismo da Comunicação


Comunicação é uma palavra de sentido amplo e como tal abre um leque de possibilidades em vários segmentos. Com o surgimento de novas tecnologias, além da sofisticação e aprimoramento de métodos de comunicação já existentes, afloram a cada dia novas alternativas tornando mais dinâmicas as possibilidades de comunicação.

Essa evolução na área de comunicação é parte integrante da própria evolução do homem e da sociedade, mesmo porque é sabido que a comunicação está diretamente ligado aos sentidos humanos. Então basta dizer que hoje é impossível o homem deixar seus sentidos de lado simplesmente ignorando-os e deixando de comunicar-se. Na verdade as pessoas e a sociedade em si estão procurando aprimorar esses sentidos.

Para despertarmos o interesse das pessoas em algum serviço ou produto há a necessidade de algum estímulo nestes sentidos e para tanto, necessitamos de alguma forma/meio de comunicação. Se estes sentidos estão evoluindo e se aprimorando, vale dizer que para despertarmos interesse das pessoas e da sociedade como um todo está cada dia mais difícil e técnico.

O óbvio é que tudo conspira contra as organizações, independentemente do tamanho dessas. É sabido que para despertar interesses há a necessidade de se comunicar de alguma forma. Os segmentos de mercado correspondem a minúsculas parcelas dessa sociedade e essas pequenas parcelas estão cada dia mais sensíveis e por consequência exigentes. Daí vem a necessidade de usarmos não só todas as possibilidades de comunicação existentes mas fazer isso de forma correta no sentido de busca pertinente e individual de acordo com cada ramo de atividade, ou seja, atingir o segmento de mercado correto. Buscar não só os meios de comunicação corretos mas também utilizarmos a linguagem correta para cada tipo de mídia. Buscar não só o universo correto desses meios de comunicação mas também saber dosar as inserções em cada um deles. Com a evolução das novas tecnologias o termo comunicação amplifica ainda mais o seu significado, chegando deste modo a níveis de dinamismo que transcende a actualidade. Apesar disso, as decisões ainda são individuais dentro dessa sociedade. ^[1]

6 Telecomunicações

 Ver artigo principal: Telecomunicações

As telecomunicações^[nota 1] dizem respeito às distintas tecnologias de comunicações à distância, como a telegrafia, a telefonia, as radiocomunicações, a teledifusão e a internet, entre outras que envolvem a transmissão e recepção de sinais de áudio (sons), vídeo (imagens) e dados.



Telefone sem fio

7 Comunicação segmentada

A Comunicação Segmentada é um desdobramento do modelo de Comunicação de Massa. Ela ocorre pelos meios de comunicação tradicionais como jornais, rádios, TVs, Cinema, cartazes ou internet, porém, diferentemente do modelo de massa, atinge grupos específicos, classificados de acordo com características próprias e preferências similares. A Comunicação Segmentada tem a particularidade de atingir um número menor, porém mais específico, de receptores ao mesmo tempo, partindo de um único emissor.

8 Comunicação crível

O ser humano é motivado por aquilo que vê, toca, sente e também pelo que analisa. Logo, construir estratégias de comunicação capazes de influenciar a escolha de leitores/consumidores deve passar também por oferecer a ele dados tangíveis que possam colaborar racionalmente sua tomada de decisão. Desta maneira, a comunicação crível ou baseada em fatos críveis é aquela cujo objetivo é abastecer públicos-alvo com informações fundamentais e de valor diferenciado por terem como origem fontes imparciais e isentas.

8.1 Estratégia de comunicação crível

Para a formulação de estratégias de comunicação crível são consideradas múltiplas ações que visam levar ao público de interesse mensagens baseadas em argumentos racionais, cases, pesquisas e estudos produzidos com isenção, seja sobre empresas, produtos ou serviços. No processo de disseminação da mensagem podem ser usados também fontes imparciais, livres e isentas, como canais de imprensa e redes sociais. Por seu caráter relevante, a comunicação crível tem alta receptividade e, em comparação a outras abordagens, conta com relação custo-benefício mais vantajosa.

9 Ensino de comunicação

O ensino de Comunicação como um campo de atividade profissional (ou seja, um conjunto de profissões) se dá formalmente em três níveis: **técnico, graduação e pós-graduação**. No primeiro, em escolas de formação técnica, ensinam-se técnicas operacionais para execução de produtos de comunicação e o uso de equipamentos necessários à produção destes. No segundo, formam-se profissionais habilitados ao exercício de profissões de Comunicação, tanto com treinamento prático quanto com embasamento teórico. Já no terceiro, em *latu* ou *strictu sensu*, elaboram-se teses analíticas ou teóricas sobre a prática da Comunicação, temas correlatos ao campo e as relações comunicacionais no mundo.

No Brasil, a graduação em Comunicação é oferecida por instituições de ensino superior (faculdades e universidades) e está regulamentada nos cursos de bacharelado em **Comunicação Social** (neologismo criado para evitar o termo “de Massa”), divididos nas seguintes habilitações:

- Jornalismo
- Relações Públicas
- Radialismo ou Rádio & TV ou ainda Audiovisual
- Produção Editorial
- Publicidade e Propaganda
- Cinema & Vídeo
- Produção cultural
- Multimeios

Em algumas universidades são oferecidos cursos de Comunicação Social Integrada, cuja grade curricular integra três habilitações: Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda.

Em Portugal, o curso de Comunicação (ou Comunicação Social) é oferecido por instituições de ensino superior (faculdades, institutos e universidades) e está regulamentada nos cursos de licenciatura.

10 Importância da comunicação na gestão

Na percepção da realidade, o ser humano vê o real através de seu filtro interno. O seu referencial é sempre ele próprio. Ao olhar, julga e percebe.

Em plena era da comunicação, muitas empresas ainda não sabem como chegar ao público-alvo. A falha pode ter origem na ausência de um profissional capacitado para a função, o processo de comunicação vai além da troca de informações e deve caminhar lado a lado com o processo de gestão.

O Gestor deve ter o olhar da pesquisa, o olhar técnico. É necessário recolher a individualidade e optar por uma postura metodológica.

Nunca se deve reduzir o mundo à diminuta consciência humana comum. Para o Gestor a leitura do mundo é instrumento de trabalho. O processo de leitura ocorre em três níveis: o sensorial onde se utilizam os 5 sentidos, o nível emocional, onde o conteúdo atrai de alguma forma e o nível racional onde se usa o intelecto.

Os gestores trabalham com objectos que nas suas interpretações desencadeiam essas dimensões e dão prioridade ou negam alguns aspectos durante essa interpretação do mundo. Por isso o Gestor precisa atentar-se para as diferenças entre o ver e o olhar. O “ver”, uma atitude involuntária, imposição das coisas sobre o sujeito, um registo espontâneo da superfície visível, onde o sujeito se acomoda. O “olhar”, uma atitude intencional, resultado do que se investiga, onde o sujeito pensa.

O “olhar” não é a substituição da espontaneidade e da criatividade pelo domínio da razão, é estabelecer uma relação deliberada com o mundo. O Gestor deve, portanto, desenvolver uma postura ética, científica e política, superando a contemplação anestesiada do “ver”, mas também a concentração exclusiva e excludente nas verdades.

Para estruturar de forma eficiente a comunicação, o gestor faz um trabalho com a concepção de que a comunicação empresarial vai além da transmissão de informação. Trata-se de um processo de estabelecimento de relação entre interlocutores, entre os sectores da empresa. Portanto, a discussão não deve ser limitada ao fluxo de informação, que também é importante, é preciso trabalhar a ideia de comunicação em conjunto com gestão. Não dá para isolar o fluxo de informação do processo de gestão.

As empresas mostram-se cada vez mais preocupadas com a comunicação pois as possibilidades de interacção dentro das organizações aumentaram muito por conta do trabalho em grupo. Hoje, dentro das empresas, as pessoas articulam-se muito mais, relacionam-se muito mais, até pela necessidade do negócio. Consequentemente, as empresas articulam-se e interagem muito mais. Podemos dizer que o mundo hoje se comunica muito mais do que no passado, por conta da tecnologia da informação.

O maior problema hoje com a comunicação empresarial é que os executivos, os donos de empresa, pensam que entendem de comunicação. E comunicação é uma área muito especializada, por conta do momento histórico de crescimento das forças de produção. Na era que se convencionou chamar de pós-modernidade, as pessoas estão muito atentas aos discursos produzidos pelas empresas. É preciso ter profissionais que entendam de comunicação, que estudem o assunto. Comunicação não é para quem quer, é para quem pode trabalhar com ela.

11 Notas

[1] O prefixo grego *tele-* significa “distante”.

12 Referências

[1] R.L.Latorre

13 Ver também

- Oratória
- Retórica
- Mídia:
 - Mídia Alternativa
 - Veículos de Comunicação
- Cultura de Massa:
 - Indústria Cultural
- Linguagem:
 - Comunicação verbal
 - Comunicação não-verbal
 - Linguagem corporal
- Comunicação Visual:
 - Design gráfico
 - Design de cartazes
 - Quadrinhos
 - Web Design
- Jornalismo:
 - Imprensa
 - Assessoria de Imprensa
 - Comunicação Organizacional
- Democratização da Comunicação
- Folkcomunicação

14 Ligações externas

- Como funcionam os jornais Artigo de Bob Wilson para HowStuffWorks. Traduzido por HowStuffWorks Brasil. Página visitada em 30 de março de 2014.

15 Fontes, contribuidores e licenças de texto e imagem

15.1 Texto

- **Comunicação** *Fonte:* <https://pt.wikipedia.org/wiki/Comunica%C3%A7%C3%A3o?oldid=46104829> *Contribuidores:* Patrick-br, Vendetta~ptwiki, Lbulegon, Manuel Anastácio, LeonardoG, Mschindwein, Rui Silva, Pedro Aguiar, LeonardoRob0t, Hellbender~ptwiki, Alexg, Lusitana, Ligia, Santana-freitas, Whooligan, Indech, Rei-artur, Clara C., Gmartins, Rsavi, Marcccio, Tintazul, Abu, Agil, OS2Warp, 555, Camponez, Adailton, Lijealso, Fasouzafreitas, Boghob, Cícero, Porantim, Luís Felipe Braga, Mosca, Arges, Fabiana Bertipaglia, Leonardo.stabile, Aleph73, Marcelo Antonio, Davemustaine, Salm, FSogumo, Yanguas, Rei-bot, Escarbot, Biologo32, Gjpab, JAnDbot, Alchimista, Pilha, Luiza Teles, MarceloB, Bisbis, André Teixeira Lima, Py4nf, Rogeriotorres, Amadeo, Eric Duff, Rjclaudio, EuTuga, Guibla, TXiKiBoT, Tumnus, Magister~ptwiki, Gunnex, VolkovBot, SieBot, Teles, R.L.Latorre, GOE, GOE2, Nascimentoandre, Wesleydl, Comunicador, Sua Mente, BOTarate, Alexbot, Pediboi, CorreiaPM, Milca jnr, Edsondiehl, Greek~ptwiki, Sampayu, Pietro Roveri, Vini 17bot5, Vitor Mazuco, CarsracBot, Numbo3-bot, Luckas-bot, SLRTDM, Kenaum, DennisRivers~ptwiki, Vanthorn, Salebot, ArthurBot, Paulito77, Ronaldsa84, Xqbot, Gean, Rubinbot, Darwinius, Mario.Correia SEMIESF, Adriano Gama SEMIESF, RedBot, TobeBot, Dinamik-bot, Marcos Elias de Oliveira Júnior, HVL, Catiavgsantos, Joseclsilva, Viniciusmc, Dudektria, Ronaud, Aleph Bot, EmausBot, Calint, Érico, Sygm, Salamat, Phcgotijio, Stuckkey, WikitanvirBot, CocuBot, Luannafernandez, Colaborador Z, Gabriel Prado de Barros, MerlIwBot, L'editeur, Antero de Quintal, PauloEduardo, Rodrigolopes, Kascyo, DARIO SEVERI, Musashijapan, Baccarat Black, Universia Brasil, Zoldyick, Jml3, Önni, Legobot, Caçador de Palavras, Gustavolimavga, Marcos dias de oliveira, Denvir~ptwiki, Nakinn, O revolucionário aliado, Vítor, Wikimasterbz, Daniel Melo Matias, Vera Lúcia Caetano UNIVALI, Gato Preto, Telles Ferreira, Gabriel mussosso, Mordhok, MOYSES17, Nicemilck, Gregório de Sousa, Rafael Queiroz Bastos e Anónimo: 305

15.2 Imagens

- **Ficheiro:Ambox_rewrite.svg** *Fonte:* https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/1c/Ambox_rewrite.svg *Licença:* Public domain *Contribuidores:* self-made in Inkscape *Artista original:* penubag
- **Ficheiro:Da_Vinci_Vitruve_Luc_Viatour.jpg** *Fonte:* https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/22/Da_Vinci_Vitruve_Luc_Viatour.jpg *Licença:* Public domain *Contribuidores:* Leonardo Da Vinci - Photo from www.lucnix.be. 2007-09-08 (photograph). Photography: *Artista original:* Leonardo da Vinci
- **Ficheiro:Latin_dictionary.jpg** *Fonte:* https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/6e/Latin_dictionary.jpg *Licença:* CC-BY-SA-3.0 *Contribuidores:* Obra do próprio *Artista original:* Dr. Marcus Gossler
- **Ficheiro:Magnifying_glass_01.svg** *Fonte:* https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/3/3a/Magnifying_glass_01.svg *Licença:* CC0 *Contribuidores:* ? *Artista original:* ?
- **Ficheiro:Modern_telephone.jpg** *Fonte:* https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/8/8d/Modern_telephone.jpg *Licença:* CC-BY-SA-3.0 *Contribuidores:* ? *Artista original:* ?
- **Ficheiro:Question_book.svg** *Fonte:* https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/97/Question_book.svg *Licença:* CC-BY-SA-3.0 *Contribuidores:* ? *Artista original:* ?
- **Ficheiro:Wifiservice.svg** *Fonte:* <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/7/76/Wifiservice.svg> *Licença:* CC0 *Contribuidores:* Obra do próprio *Artista original:* Wanderson S. Dantas
- **Ficheiro:Wiktionary-logo-pt.png** *Fonte:* <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/2b/Wiktionary-logo-pt.png> *Licença:* CC BY-SA 3.0 *Contribuidores:* originally uploaded there by author, self-made by author *Artista original:* la:Usor:Mycês

15.3 Licença

- Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0