

Comunicação social

Origem: Wikipédia, a enciclopédia livre.

A **comunicação social** é uma ciência social aplicada, cujo objeto tradicional de estudo são os meios de comunicação de massa^[1] (também chamados *mass media* ou simplesmente "mídia" ou "mídia"), principalmente o jornalismo ou imprensa e a comunicação organizacional (publicidade, propaganda, relações públicas, comunicação de marketing)^[2] de empresas e de organizações governamentais ou não-governamentais. O objeto da comunicação social diferencia-se, portanto, da comunicação que é objeto de ciências como psicologia, a linguística ou a antropologia, sem que se possa negar a existência de interseções entre esses domínios.

Os meios de comunicação de massa mais frequentes são o jornal, a televisão, o rádio, o cinema e a internet. Didaticamente, poderia-se simplificar as atribuições dos diversos profissionais da seguinte forma: os jornalistas atuam com as notícias, os publicitários ou propagandistas atuam com os anúncios e os relações públicas com a relação entre a sua organização e a sociedade. Não obstante, a interdisciplinaridade e a convergência têm se ampliado progressivamente nessa área.

A pesquisa científica em comunicação social mantém diálogos frequentes com a antropologia, com a sociologia^[3] com a linguística, com a psicologia, com a ciência da informação com a administração de empresas com as artes visuais, com a música e com as artes cênicas. A partir do advento da internet, ampliou-se também o diálogo acadêmico entre a comunicação social, a ciência da informação e a ciência da computação.

Os fenômenos tecnológicos relacionados à transmissão e à recepção das mensagens pelos meios de comunicação de massa são um domínio de conhecimento distinto da comunicação social. Esses fenômenos são objeto de estudo das engenharias, em especial dos profissionais de telecomunicações.

Habilitações / especialidades

Os profissionais formados em comunicação social podem ser habilitados nas seguintes especialidades:

- Publicidade e propaganda
- Relações públicas
- Rádio e televisão
- Cinema e vídeo
- Jornalismo
- Educomunicação

No Brasil, a comunicação social não foi regulamentada como uma única profissão, havendo diversas regulamentações em separado, como jornalistas, relações públicas ou radialistas e com algumas especializações ou habilitações ainda não regulamentadas.

Campo profissional

- Agências de publicidade
- Produtoras de áudio ou vídeo
- Assessoria de imprensa
- Veículos de comunicação: rádio, televisão, jornal, cinema e internet
- Estúdios de design gráfico
- Gráficas e editoras
- Pesquisa de mercado

Referências

1. Do Rosário Medina, Daniel. *Mediatização da comunicação política. Media, política e comunicação - a negociação do poder*. Univ Santiago de Compostela, 2006. pp. 143.
 2. Torquato do Rego, Francisco Gaudêncio. *Jornalismo empresarial: teoria e prática* Summus Editorial, 1984. pp. 12. ISBN 8532301878
 3. Conselho Federal de Educação. *Currículos mínimos dos cursos superiores* Editora da URGs, 1971. pp. 41.
-

Obtida de "https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Comunicação_social&oldid=45840928

Esta página foi editada pela última vez às 19h41min de 9 de junho de 2016.

Este texto é disponibilizado nos termos da licença [Atribuição-CompartilhaIgual 3.0 Não Adaptada \(CC BY-SA 3.0\)](#) da [Creative Commons](#), pode estar sujeito a condições adicionais. Para mais detalhes, consulte [as condições de utilização](#)