

# O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

MAJ INF QEMA  
FILADELFO REIS DAMASCENO

## 1. INTRODUÇÃO

A Comunicação Social adquiriu tamanha importância nos dias atuais que ninguém tem o direito de ignorá-la sob pena de ser ultrapassado pelos acontecimentos. A sua contribuição às rápidas transformações presentes no mundo hodierno é indiscutível, a ponto de alguns pensadores caracterizarem o nosso tempo como "a era da Comunicação".

O crescente avanço tecnológico praticamente eliminou as distâncias entre os grupos humanos e qualquer evento poderá ser conhecido por todos, imediatamente, nas diversas regiões do globo terrestre. Outrossim, o progresso científico nos campos da Psicologia, da Sociologia e da Psicologia Social, permitiu um melhor conhecimento do Homem, das relações sociais, do fenômeno das lideranças e da dinâmica dos grupos, abrindo novos horizontes à humanidade.

Como conseqüência desses aperfeiçoamentos, a Comunicação, intercâmbio de idéias e emoções, sofreu uma intensa modificação. Muitas barreiras foram suprimidas, técnicas empíricas vitoriosas encontraram explicação lógica, enquanto muitas outras foram substituídas por princípios racionais e científicos.

O êxito sem precedentes alcançado pela Propaganda Política durante o apogeu do Nazi-Fascismo e, mais recentemente, na chamada Guerra Revolucionária, e a importância da Propaganda Comercial ou Publicidade no âmbito da empresa moderna, revelam o imenso poder da Comunicação sobre a opinião pública e o quanto somos por ela influenciados, nas nossas idéias, emoções, atitudes e comportamento.

O historiador do futuro, ao analisar as grandes transformações verificadas no mundo a partir da Segunda Guerra Mundial, como a Guerra Fria, a tomada de consciência do subdesenvolvimento, o esfacelamento do colonialismo, o anseio de mudança social generalizado, a doutrina social da Igreja e as viagens espaciais, creditará à Comunicação, sem dúvida alguma, um papel fundamental no desencadeamento desses fatos marcantes.



## 2. DEFINIÇÃO E FUNÇÕES DA COMUNICAÇÃO

A palavra "Comunicação" deriva do vocábulo latino "communis", que significa comum. Assim, segundo a origem do termo, para haver comunicação é imprescindível haver algo em comum entre as pessoas que se comunicam.

A definição mais simples encontrada é a seguinte: "Comunicação é a transmissão de alguma coisa, a alguém, através de símbolos". Devemos entender por "alguma coisa" o conjunto de idéias, informações, emoções, sentimentos, habilidades etc. Por "símbolos", conhecemos as palavras, gravuras, sinais, gráficos, gestos etc.

O processo de Comunicação é funcional, de ampla aplicação prática, auxiliando o Homem de diversas maneiras. Habilita-o a desenvolver a sua experiência através do conhecimento da alheia. Leva-o à compreensão da Sociedade e de sua posição nesta, através da análise de suas semelhanças e diferenças com os demais. Ajuda-o a adaptar-se ao meio e a melhor utilizá-lo em seu proveito, beneficiando-se dos contatos obtidos através da Comunicação.

Teoricamente, a Comunicação se desenvolve em dois níveis distintos: o **intencional** e o **desintencional**. No nível intencional, ela visa a mudança do comportamento do público e a Propaganda é a sua forma mais precisa. No nível **desintencional**, ela se limita a apresentar os fatos e a Informação é a forma mais representativa.

Sob esse prisma, a Comunicação apresenta-se sob três formas:

- **EDUCAÇÃO** — é uma parte do processo de socialização na qual são evidenciados o saber acumulado e os valores julgados importantes por certa sociedade. Tem como objetivo maior a transformação dos educandos em cidadãos úteis à coletividade.
- **INFORMAÇÃO** — é a apresentação de fatos, com a maior exatidão possível, deixando-se as conclusões para serem tiradas pelo próprio público. Assemelha-se com a Educação na função esclarecedora e difere frontalmente da propaganda no que se refere aos objetivos de ambas.
- **PROPAGANDA** — é a comunicação deliberadamente organizada com o objetivo de modificar o comportamento do público. Normalmente faz uso da persuasão e apela para a emoção.

O que distingue as três formas apontadas de Comunicação é, basicamente, a intenção ou o objetivo da Comunicação.

Na prática, todavia, é muito difícil perceber os limites entre as diversas formas de Comunicação e distingui-las de pronto. Assim, a simples seleção da Informação a ser transmitida, com a apresentação de fatos favoráveis e a omissão dos desfavoráveis, conduzirá aos mesmos resultados da Propaganda.



Sòmente a análise criteriosa da Comunicação, a comparação dos fatos transmitidos com outros dados disponíveis e, sobretudo, certa dose de prudente desconfiança, poderão indicar a verdadeira finalidade daquilo que foi comunicado.

Uma boa norma a seguir, para têmos a certeza de que são nossas as conclusões sòbre a comunicação recebida, é resistir às conclusões apressadas e evitar a tendência de aceitar o nôvo, o original, a última palavra, a moda, como o exato e o correto. Assim procedendo, fugimos da sorte dos "robôs", tiramos o máximo beneficio da Comunicação e nos resguardaremos dos seus malefícios.

### 3. OS ELEMENTOS BÁSICOS DO PROCESSO

Através da definição de Comunicação, apresentada linhas atrás, verificamos que o processo de transmissão de idéias comporta os seguintes elementos:

- O Comunicador — a fonte ou origem da comunicação.
- A Mensagem — aquilo que vai ser transmitido.
- O Público — o receptor da mensagem.
- Os Meios — o canal utilizado para a difusão.
- Os Bloqueios — os obstáculos surgidos no processo.

O diagrama abaixo elucidará a relação entre os elementos:



Fig. 1 — Os elementos básicos da Comunicação

Observa-se, pela análise da Figura 1, que o Comunicador transforma as suas idéias ou emoções na Mensagem, através do emprêgo de símbolos. A seguir, difunde a Mensagem até o Público, utilizando os Meios ou veículos de comunicação ao seu dispor. O processo, contudo é cíclico, contínuo, e sòmente estará completado quando ocorrer o retôrno do Público ao Comunicador, demonstrando que a Mensagem foi compreendida por aquêle.

### 4. FEEDBACK OU REALIMENTAÇÃO

A reação do público ou resposta ao comunicador, confrontada com a mensagem original, indicará se a comunicação foi obtida, isto é, se foi devidamente compreendido o que se pretendia transmitir. Quanto mais se assemelharem as duas mensagens, a de ida e a de volta, maiores serão as possibilidades de entendimento e de ter se concretizado a comunicação. A essa mensagem de retôrno chamamos de "feedback" ou realimentação do processo.



Durante os contatos pessoais o "feedback" é imediato e poderá ser avaliado através das reações do público presente. Nos demais casos, porém, o seu exame é demorado e muitas vezes incompleto. As expressões "certo" e "entendido", empregadas largamente na telefonia, são exemplos simples de "feedback". Da mesma maneira, quando o professor indaga de seus alunos se há alguma dúvida a respeito do que foi ministrado, está provocando a resposta ou o "feedback".

É interessante observar que o "feedback" poderá ser expresso também por meio de uma forma não verbal, como os gestos ou as ações. O sacudir de cabeça denotando assentimento ou discordância, o aumento da venda de um produto após ser anunciado, ou uma agressão física em resposta a um insulto, são exemplos nítidos de "feedback".

### 5. OS BLOQUEIOS À COMUNICAÇÃO

Durante o desenrolar do processo de comunicação poderão surgir fatores que ajam no sentido de dificultar ou impedir a transmissão da mensagem. A tais óbices denominamos de "bloqueios" ou obstáculos à comunicação. Os bloqueios ocorrem em qualquer etapa do processo e poderão resultar de deficiências humanas, de falhas dos meios de difusão empregados ou ainda de medidas restritivas adotadas pelas autoridades.

Dentre as falhas humanas encontradas no comunicador ou no público, as mais comuns são as seguintes: inibição ou nervosismo, refletindo insegurança interior, o analfabetismo, a gagueira, a surdez, o desconhecimento de outros idiomas etc.

Como deficiências materiais dos meios de transmissão podem ser apontados: a baixa potência dos veículos, reduzindo o alcance, e a má apresentação gráfica da matéria impressa.

As medidas restritivas mais comuns, impostas pelas autoridades, compreendem a censura "a priori", a proibição de tomar conhecimento da imprensa estrangeira e a interferência internacional nos meios, como a criação de ruídos em determinada faixa de radiodifusão.

Não só ao elaborar a mensagem, como também no decorrer de todo o processo, deve haver uma constante preocupação no sentido de identificar e eliminar os possíveis bloqueios à comunicação. Sem esse cuidado essencial o processo poderá ser prejudicado e a mensagem nem sequer atingirá o público visado ou chegará ao mesmo com deturpação parcial ou total.

### 6. INTERAÇÃO ENTRE COMUNICADOR E PÚBLICO

O étimo da palavra "Comunicação" insinua, como constatamos, a necessidade de existir algo em comum entre as pessoas envolvidas no processo, isto é, entre o comunicador e o seu público.



Como consequência disso, surge como pré-condição para o estabelecimento da comunicação a identidade idiomática entre ambos. A linguagem desempenha um papel fundamental no processo de Comunicação Social. Se as variações semânticas e os regionalismos impedem ou dificultam o entendimento, entre pessoas que falam a mesma língua, o que esperar da comunicação entre indivíduos que se utilizam de idiomas diferentes?

Outro ponto a ser meditado é o emprêgo da gíria ou jargão por certos grupos sociais. Não seria tal procedimento uma busca de isolamento, consciente ou inconsciente, resguardando-se da curiosidade dos elementos do "grupo de fora"?

Para que a comunicação seja perfeita é preciso que o comunicador e o seu público possuam um repertório de experiências semelhantes, além do idioma comum. Ao elaborar a mensagem, o comunicador referencia o que pretende transmitir à própria experiência. As idéias e emoções são ajustadas à sua maneira de expressar-se, ao seu vocabulário, enfim, à sua personalidade. Os pensamentos são transferidos para a mensagem, através de uma codificação onde são empregados símbolos.

Ao receber a mensagem, por seu turno, o público procura interpretá-la ou decifrar o seu conteúdo, obedecendo a um processo similar ao usado pelo comunicador. Em síntese, o público igualmente adapta o significado da mensagem à própria personalidade.

Do exposto, depreendemos que a comunicação será tanto mais completa quanto mais se identificarem o linguajar e a experiência das pessoas interessadas no processo. Por isso é exigido do comunicador um elevado grau de empatia, a fim de que possa captar as opiniões, emoções e atitudes de seu público.

A utilização de preciosismos de linguagem, o abuso no emprêgo de termos técnicos, a abordagem de assuntos inoportunos ou desinteressantes e o enfoque sob ângulos originais e que fujam a compreensão do público, são fatores que dificultam grandemente o desenrolar do processo. Como resultado dessas falhas, o comunicador é tachado de "desligado", "alienado" ou de estar "por fora". Por outro lado, o emprêgo de uma linguagem acessível à maioria e a abordagem de temas atuais e palpitantes conduz a uma fácil aceitação pelo público e premia com um alto índice de IBOPE.

Outra consideração importante a ser destacada é a de que a comunicação visa, em última instância, o entendimento da mensagem por parte do público e não, necessariamente, a concordância deste com o conteúdo da mensagem. O público é livre para analisar a mensagem e decidir, segundo ditames de seu fóro íntimo, se a rejeita por completo ou se a aceita total ou parcialmente. Con-



vêm notar que as rejeições são mais frequentes quando nos defrontamos com a Propaganda, visto que a Educação e a Informação, honestas, pelos próprios objetivos, não visam a violentar consciências.

### 7. DIAGRAMA DO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO

Apreciados sucintamente os principais elementos do processo de Comunicação, poderemos agora apresentar uma visão global do mesmo, para compreendermos o seu mecanismo. A figura n.º 2, exposta a seguir, facilitará o entendimento do processo:

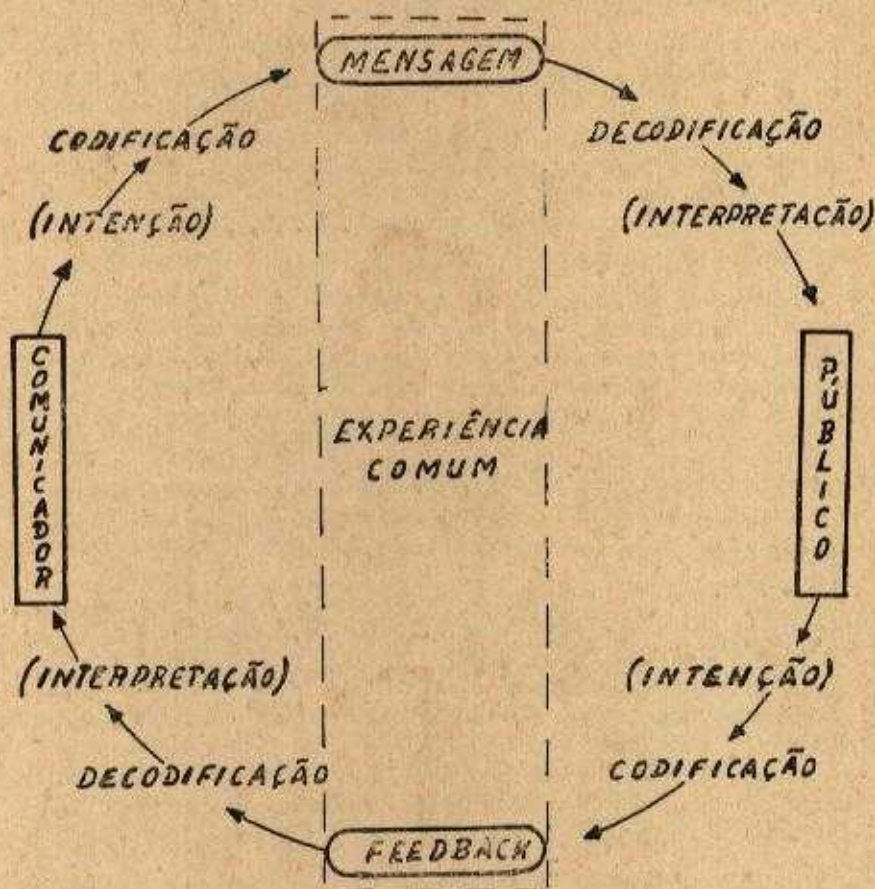


Fig. 2 — O Processo de Comunicação Social

Se analisarmos o diagrama com atenção, constatamos que o processo tem início quando o Comunicador tem a "intenção" ou vontade de transmitir alguma coisa a outrem. Para fazê-lo, é neces-



sário transformar a sua "intenção" em uma maneira transmissível, ou seja, na mensagem. Essa transformação, realizada com o emprêgo de símbolos apropriados, é denominada de "codificação". Por exemplo: A uma pessoa que está prestes a morrer afogada ocorre a idéia de salvar-se. Súbito, ela avista um guarda salva-vidas. Imediatamente ela tem a "intenção" de pedir auxílio, o que é feito transformando a sua "intenção" na mensagem "Socorro"! Foi feita a "codificação" da idéia usando símbolos, no caso presente, as palavras.

Uma vez formada a mensagem, ela será difundida através dos meios de comunicação e chegará até o público sem alteração, caso não sofra a interferência de qualquer bloqueio. O público, ao recebê-la, procurará transformá-la em algo que seja significativo, o que constitui a "decifragem ou decodificação". Após entender o conteúdo da mensagem, procurará integrá-la na sua experiência, realizando o que chamamos de "interpretação" da mensagem.

No exemplo apresentado acima, ouvindo a palavra "Socorro", o salva-vidas realizará a "decodificação ou decifragem" para "ajuda", "auxílio" e, logo após, fará a "interpretação": "alguém está correndo um grave perigo". Convém observar que o "feedback" ou realimentação do processo obedece à mesma sistemática, mudando apenas o sentido, de volta, do público ao comunicador. Vale notar, contudo, que o "feedback", sendo normalmente uma resposta, dispensa muitas vezes a "intenção", porque inconsciente. A iniciativa e "intenção" partem quase sempre do comunicador.

É importante observar que a "experiência comum" desempenha importante papel na comunicação, fazendo com que a mensagem e "feedback" sejam tão semelhantes quanto preciso, para a compreensão. Não é supérfluo repetir que os "bloqueios" podem ocorrer em qualquer local do processo e acompanham o círculo e as setas do diagrama.

### 8. CONCLUSÃO

Na presente monografia procuramos desenvolver, em linhas gerais, os aspectos mais significativos do processo de Comunicação Social sem pretensão de esgotar assunto tão amplo.

Salientamos a importância do processo e os seus reflexos no aperfeiçoamento humano e nas transformações verificadas na sociedade atual. Mostramos o valor utilitário e funcional da Comunicação, seja agindo no nível intencional, para mudar o comportamento das pessoas, seja atuando no nível desintencional, com o objetivo apenas de informar e esclarecer. Pretendemos ter exposto de ma-



neira clara e simples o mecanismo do processo de comunicação, mostrando a função dos elementos principais, como o Comunicador, a Mensagem, os Bloqueios e o Público.

Acreditamos que a compreensão do processo de Comunicação é de magno interesse e utilidade para todos os cidadãos, mormente para os que têm responsabilidade de chefia e de liderança. Porque uma das qualidades do líder, que o distingue do homem-massa, é o predomínio da razão sobre a emoção, a capacidade de ter idéias próprias. O conhecimento do processo habilita, sobremaneira, a raciocinar, analisar, concluir com base na experiência acumulada. Prepara também para o desempenho correto das funções de comunicador ou de público, fazendo com que se retire o máximo proveito da Comunicação.

Para finalizar, recordariamos que o processo é cíclico, com ida e volta, mensagem e "feedback", sem o que estará incompleto. Comporta o "dizer" e o "escutar", o "dar" e o "receber". Por isso se fala tanto em "abertura" nos nossos dias, na necessidade imperiosa do diálogo. Nada mais justo nem mais exato. A era do monólogo foi ultrapassada e vivemos os dias do diálogo. E Diálogo e Comunicação são inseparáveis e se completam mutuamente: sem Comunicação não existe Diálogo e sem Diálogo não há Comunicação.

### BIBLIOGRAFIA

- A TÉCNICA DA COMUNICAÇÃO HUMANA — J. R. Whitaker Penteadó.  
PANORAMA DA COMUNICAÇÃO COLETIVA — Diversos Autores.  
COMUNICAÇÃO DE MASSA — Charles E. Wright.  
COMUNICAÇÃO SOCIAL — José Marques de Melo.  
LINGUISTICA E COMUNICAÇÃO — Ramon Jakobson.  
FUNDAMENTALS OF COMMUNICATION — W. Thompsen.  
OPINIAO PÚBLICA — Menique Augras.  
APOSTILAS DO CEP.  
APOSTILAS DA ECEME.  
APOSTILAS DA "SPECIAL WARFARE SCHOOL".  
COMUNICAÇÃO EM PROSA MODERNA — Othon M. Garcia.  
O PROCESSO DA COMUNICAÇÃO — D. K. Berlo.  
THE PROCESS AND EFFECTS OF MASS COMMUNICATION — W. Schramm.