



A Importância da Comunicação

Maria Aparecida Lombardi

1. CONCEITO

Comunicação é a troca de informações, ideias e sentimentos. Processos que mantêm os indivíduos em contato permanente e em todas as circunstâncias, propiciando a interação.

2. TIPOS DE COMUNICAÇÃO

A comunicação varia de acordo com:

Instrumentos utilizados para manter contato com o outro;
As pessoas em processo de comunicação;
Os objetivos em vista.

2.1. INSTRUMENTOS

2.1.1. COMUNICAÇÃO VERBAL – é a mais freqüente, a mais habitual. Utiliza-se a linguagem oral ou escrita para o estabelecimento do contato. Costuma ser o instrumento preferido de comunicação. Envolve ritmo, tom, entonação da voz.

2.1.2. COMUNICAÇÃO NÃO-VERBAL – é todo instrumento utilizado na comunicação que não seja a linguagem oral ou representada por sinais gráficos, escrita.

Pertencem a este grupo: gestos, expressões faciais, posturas, silêncios e ausências no interior de certos textos. Vêm carregados de mensagens significativas, mais ainda do que as palavras.

Para serem autênticas, a comunicação *verbal* e a *não-verbal* deveriam estar sempre sincronizadas no mesmo indivíduo. Muitas vezes, a comunicação verbal e a não-verbal estão em dissonância, traindo o eu íntimo que o verbal tenta camuflar. Falamos uma coisa, mas estamos expressando outra. A comunicação tende a se tornar fala intelectualizada, quando reduzida exclusivamente à linguagem verbal.

A linguagem apenas não-verbal dificilmente seria inteligível para o outro.

2.2. PESSOAS ENVOLVIDAS

2.2.1. COMUNICAÇÃO A DOIS

a) *Pessoais* – encontro entre dois seres que se percebem em relação de reciprocidade ou complementaridade, como amizade, amor ou fraternidade. Quando autêntica, tende a durar e se tornar permanente.

b) *Profissionais* – quando a comunicação a dois é realizada para assuntos de trabalho. Também deve ser autêntica, para se obter melhores resultados.

2.2.2. COMUNICAÇÃO EM GRUPO

a) *Intragrupo* – realizada entre pessoas de um mesmo grupo.

b) *intergrupos* – contatos e trocas entre dois ou mais grupos.

2.3. OBJETIVOS

2.3.1. CONSUMATÓRIA – tem como fim exclusivo a troca com o outro, como um sujeito, a quem se vai ao encontro e com quem se deseja falar. Pode ser "falar por falar", ou a necessidade de comunicar ao outro seu universo pessoal. É sempre espontânea.

2.3.2. INSTRUMENTAL – sempre utilitária e com segundas intenções.

- A troca com o outro é procurada, preparada e estabelecida para fins de manipulação, mais ou menos confiscável. Exemplo: mensagens publicitárias, "slogans" de propaganda política.

- O outro é percebido como um objeto a explorar, a seduzir ou enganar, com o objetivo de assegurar certos ganhos e satisfazer alguns interesses. Há um objetivo a ser explorado.

3. NATUREZA DA COMUNICAÇÃO

A comunicação acontece quando duas pessoas têm o mesmo interesse; os interesses são comuns. Há pontos em comum. A mensagem flui, porque os interesses são comuns.

	HÁ	COMUM	(IC)	AÇÃO
SER COMUM	É		SER COMO UM	

- Ter afinidades
- Ter empatia
- Sentir junto

- Pensar junto
- Estabelecer contato psicológico

Ser COMO UM TODO

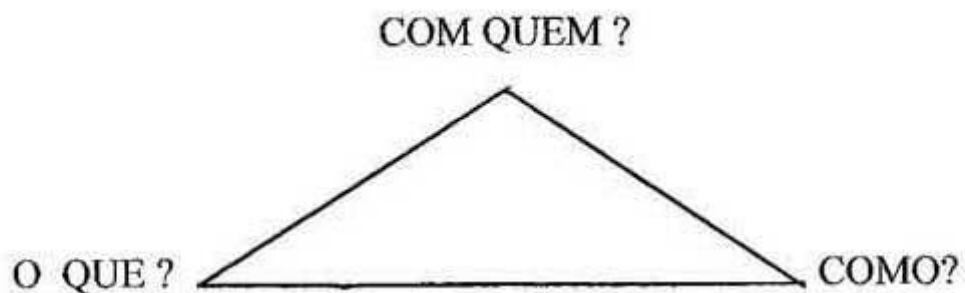
Não é suficiente que as pessoas:

- Se falem
- Se escutem
- Se compreendam

É preciso mais...

A comunicação só existe quando as pessoas conseguem se encontrar ou reencontrar.

Levar em conta:



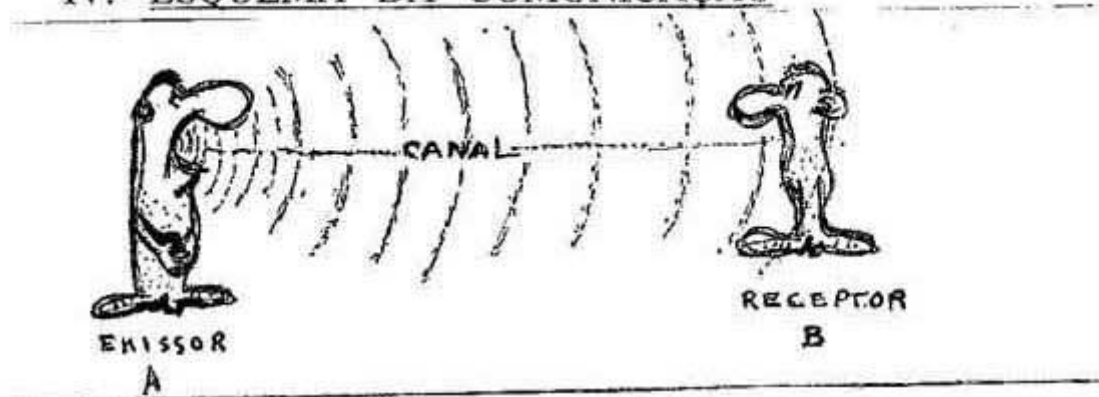
COM QUEM? - conhecer o RECEPTOR

O QUÊ? - preparar-se para a COMUNICAÇÃO. Ter convicção do que fala.

COMO? - criar SINTONIA

4. ESQUEMA DA COMUNICAÇÃO

IV.- ESQUEMA DA COMUNICAÇÃO



EMISSOR - iniciativa da comunicação.

RECEPTOR - a quem se dirige a mensagem.

MENSAGEM - conteúdo da comunicação.

CÓDIGO - grupo de símbolos utilizado para passar a mensagem.

- Linguagem - verbal/não-verbal
 - Pintura
 - Dança
- Canal - Mímica
 - A mensagem é transmitida de ouvido a ouvido ou outros órgãos do sentido, passando pelo ar.
 - Ouvidos, outros órgãos e ar constituem o canal da comunicação.

Feedback (em inglês) - Realimentação / resposta

A – EMISSOR – transmite a mensagem.

B – RECEPTOR - recebe a mensagem e tem uma reação à mensagem recebida. Responde ao Emissor, realimentando a comunicação.

Este processo forma um círculo entre emissor e receptor, até que a comunicação termine.

5. BARREIRAS NA COMUNICAÇÃO

As barreiras na comunicação não são apenas barulhos ou outros estímulos externos que atrapalham ou impedem que a comunicação se realize

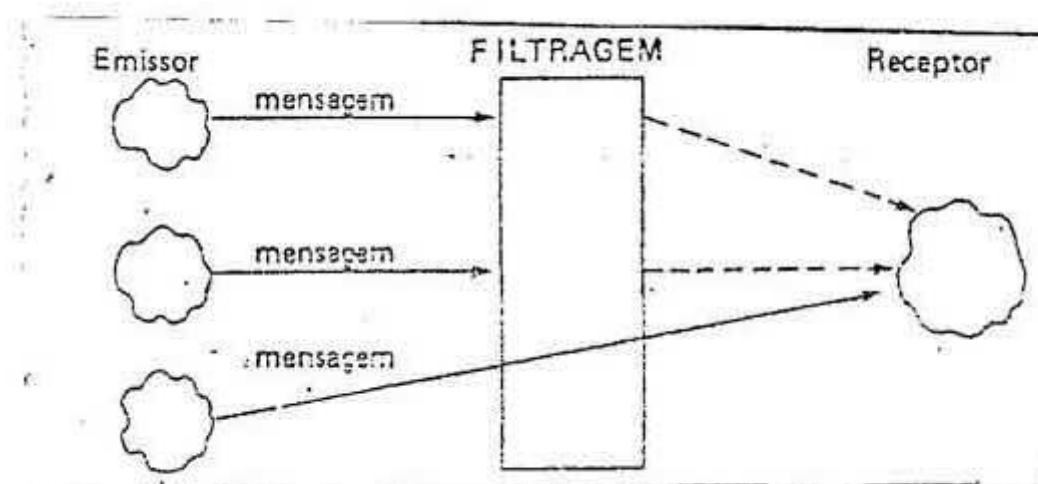
plenamente. Existem obstáculos e barreiras muito mais sutis, escondidos, que são tão mais fortes quanto mais escondidos.

As barreiras ocorrem na comunicação quando o interlocutor lê e ouve de acordo com:

- *O que lhe interessa* – o que coincide com suas opiniões, crenças, valores e experiências.
- *Egocentrismo*– que impede de se enxergar o ponto de vista do outro. O egocêntrico quer rebater tudo o que o outro fala, sem ao menos ouvir realmente o que ele diz. O outro está falando e o receptor está pensando no que vai responder.
- *Percepção do outro*– influenciada por preconceitos e estereótipos: vendedor, branco, negro, amarelo, mulher, criança, idoso, judeu, japonês, evangélico, católico, espírita, político, rico, pobre etc. Ainda: quando determinada pessoa tem, para nós, a auréola de santo, tudo o que fala e faz é bom.
- *Competição* – quando um corta a palavra do outro, sem nem sequer ouvir o que ele está dizendo; quer apenas se fazer ouvir. É um "diálogo de surdos", em que ninguém ouve ninguém.
- *Frustração* – impede a pessoa de ouvir e entender o que está sendo dito.
- *Transferência inconsciente de sentimentos* – que se tem em relação a uma pessoa parecida com o interlocutor. Pode ser favorável ou desfavorável.
- *Projeção* – leva a emprestar a outrem intenções que nunca teve, mas que teria no lugar dele.
- *Inibição* – do receptor em relação ao emissor, e vice-versa.

Quando a comunicação se estabelece mal ou não se realiza, diz-se que há:

a) FILTRAGENS

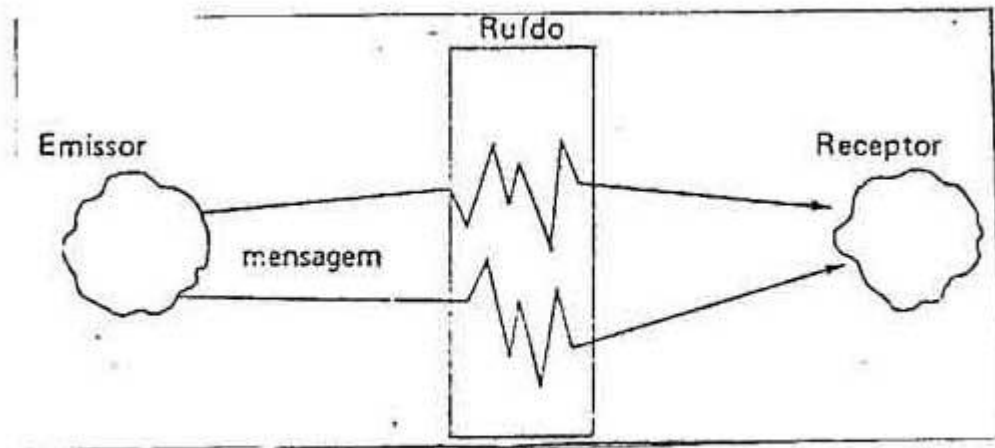


Quando a mensagem é recebida apenas em parte.

A comunicação existe, mas é filtrada pelo interlocutor e provoca mal-entendido.

Ouve apenas o que quer ouvir. O resto filtra, não deixa passar.

b) RUÍDOS



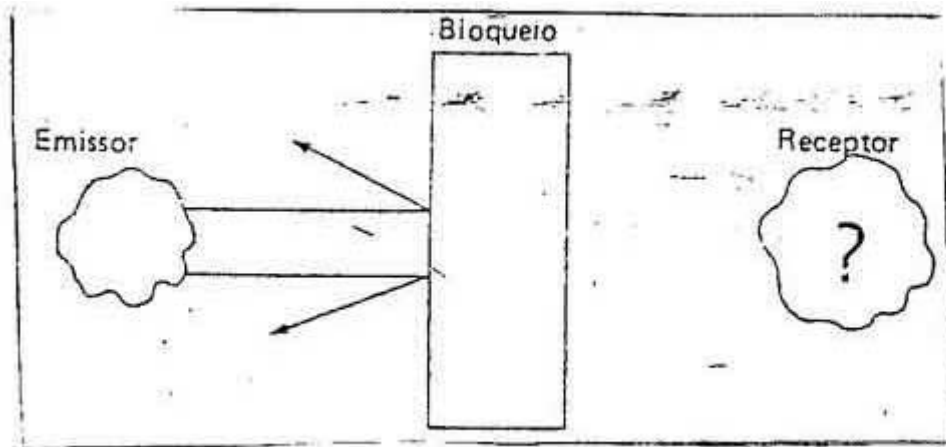
Não é o barulho externo que impede de ouvir.

É a comunicação entre duas pessoas ou em grupo. Quando a mensagem é distorcida ou mal-interpretada.

Exemplo:

- Sei bem o que ele quis dizer... Quando falou em vadiagem, referiu-se a mim...
- Não, não foi isso, você interpretou mal.
- Não, você viu como ele olhou para mim?
- Ora, ele olhou para todo mundo da mesma forma.
- Ele está me marcando...

c) BLOQUEIO



Quando a mensagem não é captada e a comunicação entre duas pessoas é interrompida

São barreiras psicológicas, muros de vergonha e zonas de silêncio entre os interlocutores, que não querem tocar em determinados assuntos.

Exemplo:

- Por favor, nem me fale desse assunto. Você sabe que eu não gosto de falar sobre isso
- Mas, é importante...
- Não, por favor, não... Você já sabe o que eu penso a respeito...

Qualquer que seja a duração de um bloqueio, ele perturba a percepção que a pessoa tem de si própria e dos outros e, em consequência, suas atitudes, seus comportamentos tornam-se falsos.

Os bloqueios, as filtragens e os ruídos costumam provocar ressentimentos, os quais podem durar longo tempo, criando inimizades.

6. PROBLEMAS BÁSICOS DA COMUNICAÇÃO

O *significado* do que se captou de uma mensagem *pode não ser* exatamente aquele que o EMISSOR quis transmitir.

Nossas necessidades e experiências tendem a colorir o que vemos e o ouvimos; a dourar ou enegrecer determinadas pessoas. Isto distorce a forma de percebermos os fatos, os estímulos.

Exemplo: "Um aluno riu na aula".

Interpretação de diferentes professores:

- a) "Este aluno está me 'gozando'; vou me entender com ele".

É um professor, provavelmente inseguro, que acredita que toda manifestação do aluno é agressiva e está abalando o seu "status".

b) "Ele está satisfeito; deve ter entendido minha explicação".

Professor que tem percepção otimista em relação à pessoa humana. Está muito seguro de si.

c) "Alguém deve ter-lhe contado alguma coisa engraçada".

Professor sensato que tentou analisar o fato pelo que suas experiências lhe tem ensinado.

d) "Esse aluno ri à toa. Será que ele tem algum distúrbio de comportamento?"

Esse professor pode estar sendo irônico e, portanto, agressivo.

SEMÂNTICA – O SIGNIFICADO DAS PALAVRAS

As palavras não significam a mesma coisa para todas as pessoas.

O *SIGNIFICADO* pode não ser conhecido ou não ser exatamente o que o *EMISSOR* quis transmitir. Daí, a confusão e a distorção do significado das palavras. É importante que o *EMISSOR* esclareça o significado das palavras dentro do contexto em que elas forem expressas.

Exemplo: "A operação foi realizada".

O que significa?

Interpretações:

Para o médico, uma operação cirúrgica.

Para o contabilista, o negócio foi realizado.

Para o professor, a operação aritmética (soma, subtração etc.)

Para o militar, a batalha foi ganha.

Há, também, problemas de semântica quando usamos gíria e termos religiosos.

A insegurança, o aborrecimento e o receio – *efeitos da emoção* – podem distorcer o que vemos e ouvimos, tornando os fatos mais ameaçadores.

7. LINGUAGEM CORPORAL

Pela linguagem do corpo, dizemos muito ao outro e ele tem muito a nos dizer.

É a linguagem que não mente. Mesmo que tentemos disfarçar, camuflar, ela nos denuncia. Não conseguimos controlar.

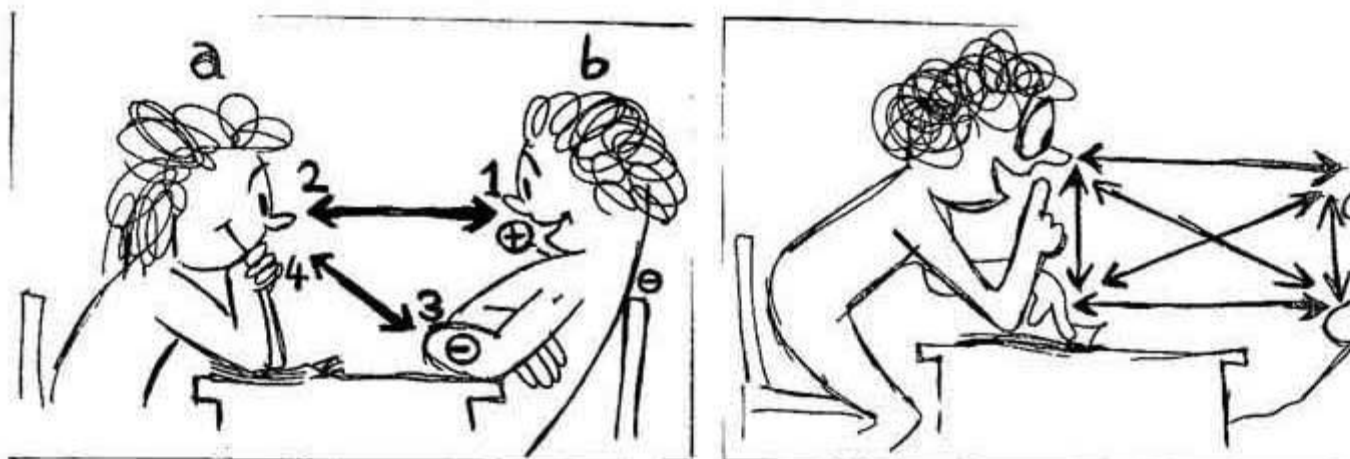
É importante aprendermos a OBSERVAR e utilizar o "feedback".

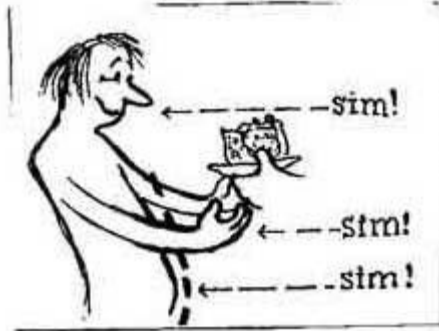
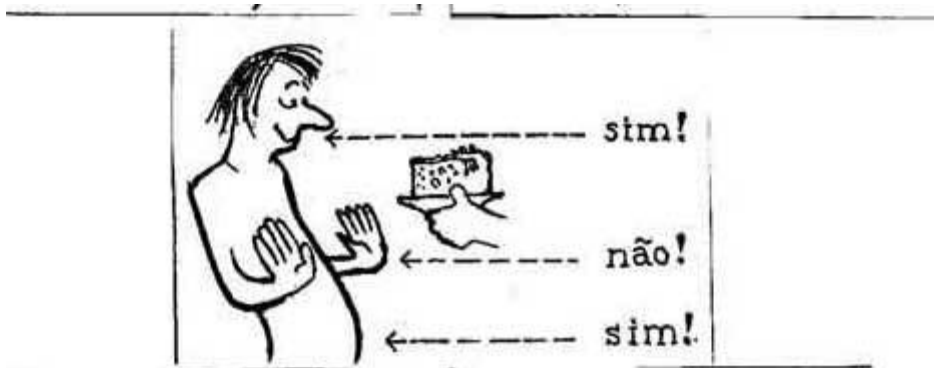
Observando o receptor e, sua reação à mensagem recebida, podemos verificar o nosso próprio desempenho, modificando-o ou não.

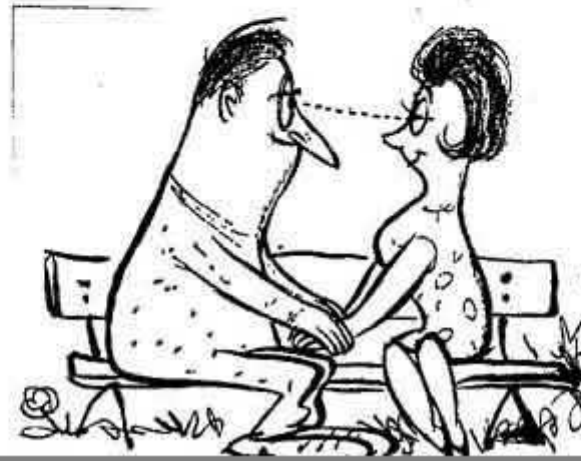
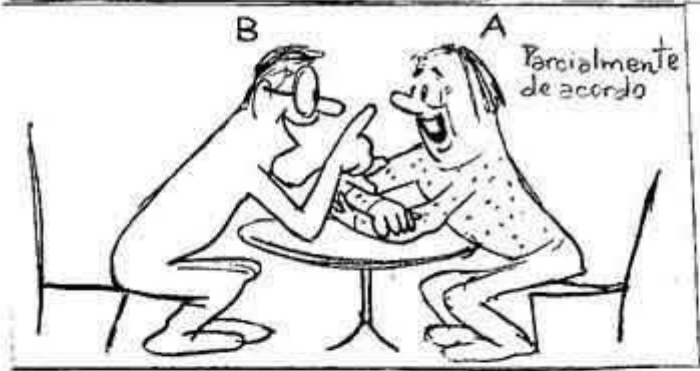
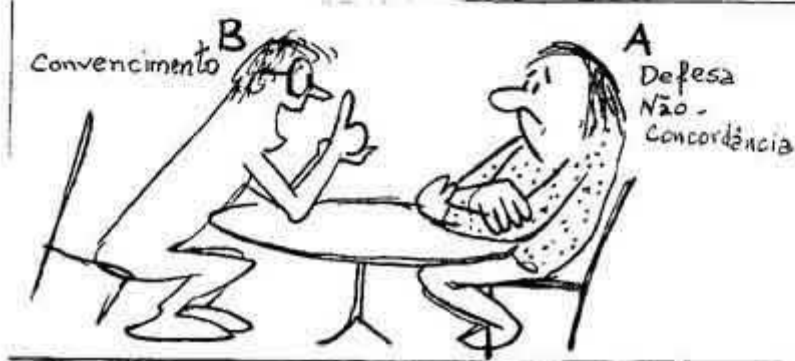
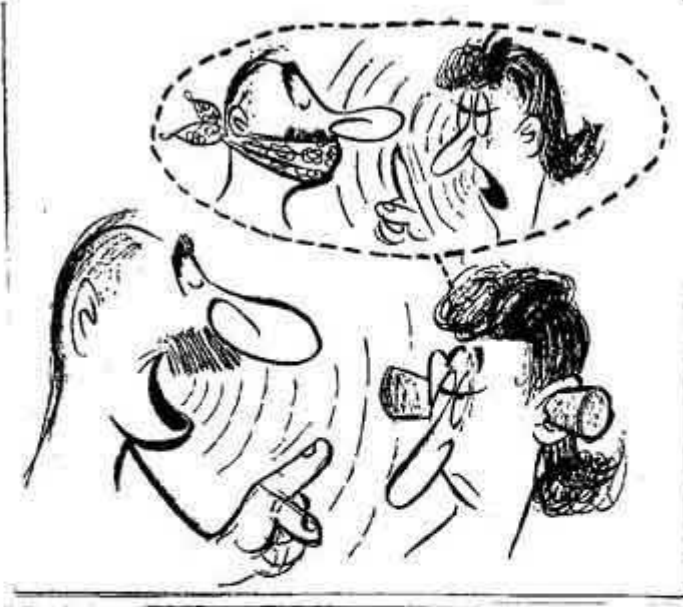
Observar:

- Seu corpo;
- Suas expressões fisionômicas;
- Bocejo;
- Cenho franzido de atenção;
- Olhar vago, distante;
- Olhos que se fecham;
- Expressão de dúvida;
- Entusiasmo ou falta dele;
- Irritação;
- Movimentando, tambolirando dedos e objetos;
- Estalando os dedos;
- Batendo as pernas e as mãos.

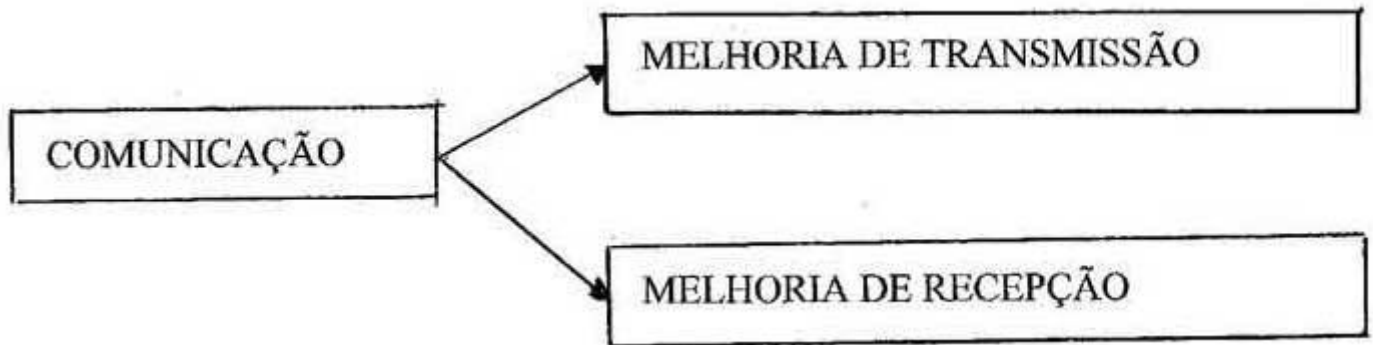
Exemplos:







8. COMO MELHORAR A COMUNICAÇÃO



Uma boa comunicação requer:

a) aprender a melhorar a sua transmissão

- Adaptar sua mensagem ao vocabulário, interesses e valores do receptor: que palavras, ideias, sentimentos realmente envia às outras pessoas?

b) aperfeiçoar a própria recepção

- O que você percebe das reações emitidas pelas outras pessoas? Uso da observação e do feedback.

c) saber ouvir

- Ouvir não só a mensagem, mas ir além dela.

Há um conteúdo *não manifesto* em muitas comunicações: verbais, não-verbais, de atitude. É preciso ter sensibilidade para entender.

Há um conteúdo informativo, lógico e manifesto em uma comunicação. Há, também, um conteúdo latente, afetivo, emocional e psicológico.

d) uso de comunicação face a face

- São superiores às comunicações escritas.

Há, ao vivo, oportunidade para perceber além da mensagem; a inter-relação torna-se mais fácil, completa e envolvente.

A voz, as atitudes e as expressões facilitam a realimentação. A voz tem uma gama muito ampla de entonação.

A *palavra escrita* é muito mais agressiva do que a face a face. Não que deva ser abandonada. As duas podem ser combinadas.

e) colocar-se no lugar do recebedor

- Conhecer o seu mundo

Adaptar a mensagem ao vocabulário, aos interesses e aos valores do receptor. É difícil entender-se com um ouvinte quando se tenta comunicar alguma coisa que o contradiz ou não vai ao encontro daquilo que ele espera.

f) desenvolver a sensibilidade – a EMPATIA

- Habilidade de se colocar no lugar do outro e assim compreender melhor o que a outra pessoa sente e está procurando nos dizer.

Procure sentir como os outros o sentem.

- Seguro/inseguro
- Agressivo
- Intolerante
- Facilitador
- Medroso
- Tímido
- Orgulhoso
- Inacessível

g) saber distinguir o momento oportuno de enviar a mensagem

- Uma mensagem tem condições de ser aceita se:

- O receptor está motivado para recebê-la;
- O momento é oportuno;
- Outras mensagens não estão interferindo.

Exemplo: não adianta quere ensinar:

"O bebê a andar aos 6 meses de idade";
"Álgebra a uma criança de 5 anos de idade".

Mensagens antecipadas podem ser ignoradas, não ouvidas e até rejeitadas.

h) as palavras devem ser reforçadas pela ação

- As pessoas tendem a aceitar as mensagens quando participam e quando são reforçadas pelo exemplo.

i) a mensagem deve ser simples, direta e sem redundância.

- A mensagem deve ser direta, clara, simples e sem palavras redundantes para que o receptor possa entender.

Isso não quer dizer que se deva rebaixar a linguagem, usando somente gírias e expressões da moda.

Exemplo:

Tá ligado?...
Tipo assim...
Entende...

Mensagens confusas, recheadas de palavras eruditas e estilo rebuscado são verdadeiros quebra-cabeças e provocam distorções.

9. COMUNICAÇÃO EFICAZ

1. Quanto mais o contato psicológico se estabelece em profundidade, mais a comunicação humana terá possibilidade de ser autêntica.
2. Quanto mais a expressão de si conseguir integrar a comunicação verbal e a não-verbal, mais a troca com o outro terá condições de ser autêntica.
3. Quanto mais a comunicação se estabelecer de pessoa a pessoa, para além das personagens, das máscaras, dos "status" e das funções, mais terá possibilidade de ser autêntica.
4. Quanto mais as comunicações intragrupos forem abertas, positivas e solidárias, mais terão possibilidades de serem autênticas.
5. Quanto mais as comunicações forem consumatórias (encontros sujeito a sujeito) menos elas serão instrumentais (manipulação do outro), e terão mais possibilidades de serem autênticas.

10. CONCLUSÃO

Nenhuma comunicação verdadeira é estabelecida se o RECEPTOR não compreender o significado original da MENSAGEM passada pelo EMISSOR.

O RECEPTOR é o elo mais importante no PROCESSO DE COMUNICAÇÃO. Se a MENSAGEM não atingir o RECEPTOR, de nada adiantou enviá-la.

Um dos pontos mais importantes na comunicação é a preocupação com a pessoa que esta na outra ponta da cadeia da comunicação – o RECEPTOR.

Na COMUNICAÇÃO ESCRITA, o LEITOR é o mais importante.

Na COMUNICAÇÃO ORAL, o OUVINTE é que importa.

"O BOM COMUNICADOR É BOM OUVINTE"

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

MINICUCCI, Agostinho. *Psicologia Aplicada à Comunicação*. Editora Atlas. (Capítulo – *Meios de Comunicação*)

WEIL, Pierre e Roland Tompakow, *O Corpo Fala: A linguagem Silenciosa da Comunicação Não-Verbal*. 27. ed., Rio de Janeiro: Vozes, 1990.

WEIL, Pierre. *Relações Humanas na Família e no Trabalho*. Rio de Janeiro: Vozes, 1978.

São Paulo, abril de 2006