

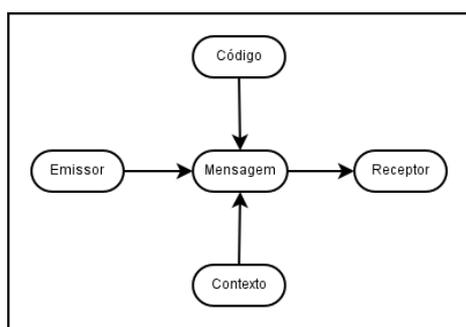
Comunicação Social

Prof. Tiago S. de Oliveira
psicoptiago@gmail.com
www.professortiago.jimdo.com

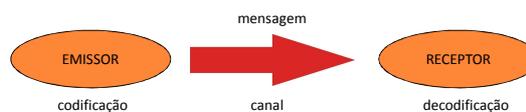
PROCESSO DE COMUNICAÇÃO

Consiste na transmissão de ideias, signos por meio de um canal, utilizando-se de um código.

PROCESSO DA COMUNICAÇÃO



Processo da Comunicação



ELEMENTOS DO PROCESSO DA COMUNICAÇÃO

- **Emissor:** A fonte da informação. É a parte que codifica e envia a mensagem para o receptor.
- **Mensagem:** A informação a ser passada. Pode ser verbal ou não verbal.
- **Canal:** Meio pelo qual a mensagem é enviada pelo emissor ao receptor.
- **Receptor:** A parte que recebe e decodifica a informação.

PROCESSO DA COMUNICAÇÃO

- **Codificação:** é feita pelo emissor. Ou seja, a parte que envia a mensagem escolhe um determinado código (verbal ou não verbal) para dar forma à mensagem desejada.
- **Decodificação:** é feita pelo receptor. É o ato de cruzar o código da mensagem enviada com o repertório do receptor para compreender a mensagem.

MENSAGEM

- São produtos do pensamento comunicados por meio de um sistema semiótico chamado LINGUAGEM e que se expressam por enunciados.
- Linguagem: Língua + Fala
 - **Língua:** código – recobre a parte social da linguagem; passiva; não é absolutamente um ato.
 - **Fala:** recobre a fala individual da linguagem; dinâmica, ativa, operacional.

EXEMPLOS DE CÓDIGOS

- Língua portuguesa, língua inglesa, etc.
- Libras (Língua Brasileira por Sinais).
- Demais gestos e expressões.

MEIO OU VEÍCULO?

- **Meio:** é utilizado para a transmissão da mensagem, podendo contar com aparato tecnológico.
- **Veículo:** é a empresa, emissora ou entidade que faz uso de um determinado meio.

MEIO X VEÍCULO

- Um mesmo veículo pode utilizar diversos meios diferentes para se comunicar:
 - Rede Globo: TV, Rádio, Jornal, Internet.

CANAIS / MEIOS

- **Meios impressos:** jornais, revistas, cartas, cartazes.
- **Meios audiovisuais:** TV, Cinema, etc.
- **Auditivos:** Fala.
- **Mídias digitais:** Internet, celulares, aparelhos eletrônicos, etc.

DIFERENÇAS ENTRE OS MEIOS

- Aspectos a serem considerados:
 - Abrangência
 - Público-alvo
 - Objetivos da mensagem

EXEMPLO DE RUÍDO



PROCESSO DE COMUNICAÇÃO



MODIFICAÇÕES DAS TÉCNICAS DE COMUNICAÇÃO

- Inovações tecnológicas
- Surgimento de novas mídias
- Novas formas de se comunicar

INDÚSTRIA CULTURAL

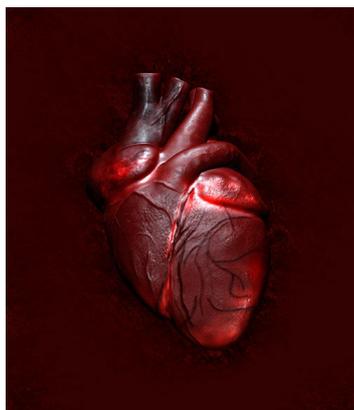
- Consiste no processo de mercantilização de bens simbólicos.

SEMIÓTICA

- É o estudo dos signos.
- É a ciência que tem por objetivo investigar todas as linguagens possíveis.
- *A cabeça une-se ao tronco pelo pescoço.
Ele é o cabeça da rebelião.
Sabrina tem boa cabeça.*

SEMIÓTICA

- **Signo:**
 - É tudo aquilo que representa algo para alguém.
 - É algo que está no lugar de outra coisa.
 - São, portanto, sinais representativos.
 - Algo que está por outra coisa.



SIGNOS

- **Signo natural:** traz significado pela sua própria natureza.
- **Signo arbitrário:** parte de uma regra ou convenção, definida, normalmente, por um conjunto de signos organizados.

CONTEXTUALIZAÇÃO DO SIGNO

- O signo só tem sentido quando o repertório do receptor permite compreender a idéia.
- Ou seja, o signo precisa, de fato, trazer significação para o decodificador.

SIGNOS

- Imagem acústica: o som da palavra
- Imagem mental: conceito.

PALAVRAS X IMAGENS

- **Cadeira**
- **Significante:** é a parte material do signo (*palpável*).
- **Significado:** é o conceito ou ideia veiculada pela parte material, é a escrita.



Coca-Cola®



SÍMBOLO

- Funciona não por semelhança, mas por uma vaga sugestão ou alguma relação acidental ou convencional
- Objeto suscetível de autenticar alguma coisa ou de marcar uma convenção

