

Os conceitos de comunicação e informação

O conceito de comunicação é difícil de delimitar e, por consequência, de se definir; inversamente, o conceito de informação é mais preciso.

Pode-se afirmar que comunicação é percepção (é ilógica, resulta da experiência), é expectativa e é envolvimento; mas a informação é lógica, puramente formal, sendo mais impessoal que interpessoal.

Ao conceito de comunicação está intimamente ligada a noção de **processo**; isto é, a comunicação é um fenómeno que se desenvolve num *continuum* espaço-temporal e em que coexistem e interagem simultaneamente múltiplas variáveis, a maioria das quais, porventura, escapam mesmo ao conhecimento científico actual.

Os **modelos construídos** - portanto artificiais - desse processo, que tentam “congelar”, para facilidade de estudo, o que não é congelável”, não são o espelho do real. Pelo contrário, são sempre uma **interpretação do real**, operada pela mente humana.

A informação pressupõe o bom funcionamento da comunicação, embora o inverso não seja verdadeiro. O acto de informar está ligado ao conteúdo, à mensagem. Inclusive, uma das conceptualizações possíveis de comunicação reside na descrição do fenómeno como um processo que põe em relação dois ou vários pólos [emissor(es), receptor(es)] que trocam informação (nas mensagens) entre si. Tal mostra a dependência do acto informativo em relação ao acto comunicativo.

Todavia, **pode haver comunicação sem troca de informação**, fazendo apenas apelo à percepção, às experiências partilhadas sem

qualquer lógica (Ex. amigos calados à volta da fogueira). De facto, enquanto comunicação é percepção, a informação é lógica - existirá mais informação se esta for libertada das emoções e de outros conteúdos similares, já que, quanto menos forem os dados supérfluos, mais válida é a informação, mais performativo se torna o acto de informar.

Já na comunicação, em que o receptor é que comunica (o emissor apenas torna possível a um perceptor receber uma mensagem), o processo é indissociável da experiência e da percepção. Se a comunicação da fonte ou do emissor for ao encontro dos valores, crenças e objectivos do receptor, será poderosa; caso contrário, poderá fracassar.

Os requisitos para a informação efectiva são os opostos dos necessários para a comunicação efectiva: **a comunicação é sempre percebida como uma configuração global**, como um todo; já a informação é sempre específica e torna-se melhor quanto menor for a quantidade de dados que contém - **a sobrecarga de informação obscurece a própria informação**.

Por outro lado, **a informação é sempre codificada**. O código precisa de ser conhecido e compreendido pelo receptor para que possa ser usado. Mas, requerendo um acordo prévio e compreendido pelo receptor para ser usado. Ou seja, a eficiência da informação depende do pré-estabelecido na comunicação (Ex.: Exército)

Ao contrário da informação, **melhor será a comunicação quanto maior for a polissemia**, o nível de significados, e quanto menor for a possibilidade de a quantificar.

A informação é quantificável, mas a comunicação não depende dela. É por isso que nas grandes organizações a troca de mais e melhor informação não resolve, per si, os problemas de comunicação. Esta não remete essencialmente para a mensagem e o seu conteúdo, ao contrário da informação. Todavia, a eficácia da informação depende da capacidade de comunicação.

Há três conceitos fundamentais em comunicação:

1. Comunicação é percepção
2. Comunicação é expectativa
3. Comunicação é envolvimento