

Comunicação Visual

Introdução

Comunicar é a capacidade de partilhar, pôr em comum, o que pensamos ou sentimos; é transmitir uma determinada mensagem.

Para que a comunicação exista é necessária a existência de um **emissor** e, conseqüentemente um **receptor**. Entre eles , são necessários elementos de um determinado **código** que varia de acordo com a **linguagem** utilizada.

Tipos de comunicação:

Verbal - Oral

- Escrita

Não verbal - Gestual

- Comportamental

- Corporal

- Musical

- Visual

- Etc.

Meios de comunicação- Na linguagem sonora utilizam-se os sons; na linguagem verbal as palavras; na linguagem visual as formas e as cores.

Numa comunicação os **elementos de código**, organizam-se segundo determinadas regras pré-definidas, por um conjunto de **signos** agrupados que formam um todo lógico que se refere à ideia das coisas concretas ou abstractas.

Elementos de comunicação:

- **Estrutura** (conteúdo e organização da comunicação);
- **Emissor** (o que emite a mensagem);
- **Receptor** (o que recebe a mensagem),
- **Canal ou Suporte** (o meio pelo qual se realiza a comunicação);
- **Código** (conjunto de signos estruturados de acordo com o tipo de linguagem utilizado);
- **Mensagem** (a significação da comunicação).

Modos de Operação da Comunicação:

Para determinarmos o modo como a comunicação se realiza, devemos ter em consideração determinados conceitos como: **sinal, índice, signo e símbolo.**

- **Sinal**, é tudo o que existe no mundo que nos rodeia e que serve a estimulação dos nossos órgãos sensoriais: visão, audição, tacto, olfacto e paladar.

Ao atribuirmos um determinado significado ao **sinal**, este, toma-se por **signo**. Assim, podemos dizer que o **signo** é algo a que atribuimos um determinado significado.

O **signo**, está assim, em lugar de algo que representa e resulta da articulação de três componentes:

- **Significante**, a manipulação material do signo;
- **Significado**, que se refere àquilo que quer significar;
- **Referente**, aquilo a que o signo se refere.

Os **signos** podem ser **verbais** ou **icónicos**.

Os **signos icónicos** organizam-se segundo os elementos da linguagem visual. Deste modo, podemos dizer que são representações de uma determinada realidade: pinturas, cartazes, fotografias, pictogramas, etc. Os seus conteúdos podem ser, para um mesmo exemplo, diferentes mesmo quando o objectivo é um só.

-Símbolos, representam conteúdos abstractos, baseados em convenções sociais ; acontecem por via irracional e compõem-se por um significado complexo.

- **Índices**, sinais naturais apreendidos como informação útil; são tomados como um sintoma.

Uma determinada mensagem pode ser **monossémica** ou **polissémica**.

A **monossemia** refere-se aos signos que possuem um só significado, sendo um dos exemplos mais significativos os sinais de trânsito.

A **polissemia** refere-se aos signos com mais que um significado, portanto, passíveis de várias interpretações. Apresentam relações diversas entre significante e significado.

A mensagem pode ter dois níveis de linguagem:

- um **denotativo**;
- outro **conotativo**.

Na **denotação** encontra-se um **nível prático** onde se associa a função cognitiva (relativa ao conhecimento, diz respeito a tarefas intelectuais incluindo a memorização, a fixação de dados ou a sua combinação com ideias métodos ou procedimentos previamente apreendidos). A **denotação** designa a extensão de um conceito, limita-se ao sentido **restrito e preciso do signo**, excluindo aquilo que possa evocar.

Na **conotação** associa-se a função **emocional**. A conotação designa a propriedade que um signo possui de referir, para além do seu próprio objecto, alguns dos seus atributos. Desta forma a conotação refere-se ao **conjunto de sentidos** que o sujeito pode atribuir ao signo; tornando-se, assim, sinónimo de **compreensão subjectiva**.

No processo de comunicação o receptor encontra-se equipado com determinados **filtros**, pelos quais a mensagem é utilizada.

Filtros de carácter **sensorial**, que dependem das características sensoriais do receptor.

Filtros de carácter **operativo**, que dependem das características psicofisiológicas, da relação entre o nível etário e capacidade de compreensão do receptor.

Filtros de carácter **cultural**, que dependem do nível de desenvolvimento cultural do receptor.

Num sistema de comunicação quer o emissor quer o receptor têm de dispor de um **stock de signos** comum, por forma a atribuírem um mesmo significado a uma mesma informação. Este stock de signos funciona como uma **classe de sinais** a que se atribui o **mesmo significado** numa comunidade. O stock de signos do emissor não tem que ser necessariamente o mesmo do receptor mas é condição necessária que **coincidam** globalmente.

Comunicar é, assim, mais do que uma mera troca de informação, mais do que o processo de codificação e descodificação.

Comunicar é, como já foi referido, **pôr em comum** o que pensamos, mas, o sentido da mensagem é formado pelo receptor tendo em conta a sua **rede repertorial** (experiências retidas na memória), assim como, da filtragem a que a comunicação é sujeita através de **filtros**: sensoriais, operativos e culturais.

A ciência dos signos que estuda estes sistemas dá pelo nome de **semiótica**. Esta interessa-se por qualquer tipo de signo que tenha a ver com a cultura: moda, alimentação, literatura, publicidade, etc. A semiótica estuda o **sistema dos signos** na sua relação com os símbolos.

O estudo estatístico da transmissão e elaboração de mensagens originou uma teoria da comunicação desenvolvida pela **cibernética** (desde 1945, ciência das comunicações e das regulações entre os seres vivos e as máquinas, computadores, *robots*, etc.).

A **cibernética** interessa-se pela organização, segundo a qual , os dados sensoriais ou **informações** são registadas, comunicadas, memorizadas e chamadas sempre que necessário. Neste processo interagem: o emissor, o código, o canal de transmissão e o receptor.

Desta forma, comunicação, é toda a **troca de informação entre sistemas**, sejam eles de proveniência animal, humana ou maquinal.

Fim