

Ciências da Comunicação

Teorias da Comunicação

1.º Ano / 2.º Semestre

Barreiras à Comunicação nas Relações Interpessoais



Docente: Professor Doutor Vítor Reia Baptista

Discente: Ana Correia n.º 36661

Ano Lectivo 2008/2009

ÍNDICE

I.	Introdução	1
II.	Comunicação	2
	O que é comunicar?.....	2
	Quais são os Elementos base da Comunicação?	4
	O Emissor	4
	Receptor.....	4
	Fonte.....	4
	Mensagem	4
	Ruído	4
	Canal	5
	<i>Feedback</i>	5
	Código	5
	A importância do <i>feedback</i> na comunicação	6
	Dinâmica do processo de comunicação.....	8
	Importância da comunicação	9
	As funções da comunicação	11
	Função de informação.....	11
	Função de persuasão e de motivação	11
	Função de educação	12
	Função de socialização.....	12
	Função de distracção	13
III.	Modelo de Lasswell.....	14
	Harold Lasswell	14
	O Modelo de Lasswell	14
	Quem?.....	14
	Diz o quê?	14
	A quem?	14
	Através de que meio?.....	15
	Com que efeitos?	15

IV. Barreiras à Comunicação.....	16
O que são Barreiras à Comunicação?.....	16
Barreiras Externas.....	17
Barreiras Internas	20
Como Ultrapassar as Barreiras	24
Barreiras Externas.....	24
Barreiras internas	25
V. Comunicação Eficaz.....	31
Princípios de uma boa comunicação	31
O que é uma comunicação eficaz?	32
Saber escutar	32
Gestos na interacção	32
Expressões faciais.....	33
Roupa e os adornos	33
Movimentos corporais	33
Paralinguística.....	33
A projecção da voz.....	34
A articulação	34
A pronúncia	34
A repetição	35
A velocidade	35
O tom	35
O timbre	35
A modulação	35
Princípios base para evitar Barreiras à comunicação.....	36
Comunicação eficaz <i>versus</i> comunicação não eficaz	38
VI. Conclusão	40
VII. Bibliografia.....	41
VIII. Índice de Figuras	42

I. INTRODUÇÃO

Este trabalho enquadra-se no âmbito da disciplina de Teorias da Comunicação e a ideia do desenvolvimento deste tema surge da frequente presença de barreiras na comunicação que se fazem sentir, de forma negativa, tanto na vida profissional como vida pessoal dos interlocutores.

A comunicação assume um papel determinante na vida de toda e qualquer pessoa, como tal, é um aspecto que não devemos descuidar. É a partir deste processo que estabelecemos uma relação “boa” ou “má” com quem comunicamos.

O objectivo primordial deste trabalho é frisar alguns aspectos a ter em conta ao estabelecermos uma comunicação. Esses aspectos muitas vezes nos passam despercebidos, fazendo assim com que o processo de comunicação não seja efectivo e/ou eficaz.

Assim sendo, os interlocutores deparam-se com barreiras que restringem essa comunicação. Este também é um ponto que se torna relevante analisar.

Consequentemente, para que as pessoas possam tornar as suas comunicações “comunicações de sucesso”, é necessário encontrarmos soluções para essas barreiras.

Em suma, este trabalho pretende ajudar os interlocutores a beneficiar da sua interacção com os outros de modo a que, ao estabelecerem uma comunicação, esta seja mais produtiva.

II. COMUNICAÇÃO

O que é comunicar?

A palavra comunicar deriva do latim comunicare que significa:

- Pôr em comum
- Entrar em relação com
- Associar

Comunicar é transmitir uma ideia, um conceito, um estímulo, sentimentos, experiências, coisas imateriais, que não podem ser apreendidas pelos sentidos.

O ser humano está em constante comunicação. Temos como exemplo disso, o simples acto de caminhar pela rua em que a velocidade com que nos deslocamos transmite uma mensagem a quem nos observa; também na rua temos a oportunidade de nos depararmos com sinais de trânsito e publicidade, entre muitos outros. Todos estes sinais têm o objectivo de nos transmitir uma mensagem.

O nosso penteado, vestuário ou adornos, revelam imenso de nós próprios, ou seja, demonstram os nossos gostos, as nossas possibilidades financeiras, os grupos com os quais queremos ser identificados. O vestuário ou farda de certa e determinada pessoa poderá também transmitir-nos a profissão que esta exerce.

Exemplos: um polícia, um bombeiro, um enfermeiro, etc.

As nossas expressões faciais, os nossos gestos, a nossa postura e até mesmo um silêncio, poderão transmitir uma mensagem e assumirem uma forma de comunicação.

Podemos assim afirmar que muitas vezes comunicamos inconscientemente e com esta afirmação concluímos que NÃO PODEMOS NÃO COMUNICAR¹.

Desde sempre que o homem sentiu necessidade de comunicar. Não o fez apenas através da oralidade e daí terem surgidos os mais diferentes sinais.

Exemplos: pinturas, sons e sinais de fumo.

A comunicação foi, é, e sempre será um processo de evolução humana.

A comunicação pode assumir um carácter:

- Verbal
 - o Directa
 - o Indirecta
- Não verbal
- Escrita

A linguagem utilizada e o modo como comunicam vai de encontro às necessidades específicas de cada povo ou cultura, tornando-se assim eficazes no meio em que vivem. Como os povos e culturas diferem entre si, também o modo e os meios de comunicação utilizados por estes são diferentes.

¹ Citação retirada do livro FACHADA, M. Odete, Psicologia das Relações interpessoais, 1º Volume, Edições Rumo, Lisboa, Fevereiro de 2003

Quais são os Elementos base da Comunicação?

No processo de comunicação existem vários elementos. Entre eles destacam-se os mais relevantes que são:

O Emissor

É um elemento imprescindível ao processo de comunicação, uma vez que é este quem emite a mensagem.

Receptor

É também um elemento imprescindível neste processo, devido ao facto de ser quem recebe a mensagem.

Fonte

É a origem da comunicação, é o que possui as ideias, as intenções e a necessidade de comunicar, fazendo deste um elemento fundamental.

Por vezes não é a fonte quem emite a mensagem.

Exemplo: um padre ao rezar uma missa está a emitir a mensagem, mas não é ele a fonte dessa mensagem.

Mensagem

É o resultante da codificação de uma ideia pelo emissor, o conteúdo da comunicação. É um conjunto de sinais com significado que circula entre emissor e receptor. Este é um elemento chave deste processo, uma vez que, sem mensagem não existe comunicação.

Ruído

É tudo aquilo que afecta a transmissão de informação.

Exemplo: uma voz excessivamente baixa, uma articulação deficiente, o barulho ambiental, manchas de tinta cobrindo algumas palavras, erros ortográficos ou uma caligrafia pouco legível.

Canal

É o suporte da mensagem, isto é, o meio por onde a mensagem circula. O canal mais vulgar é o ar.

Mais exemplos: a carta, o livro, o telefone, o fax, e-mail, a rádio, a TV, etc.

Feedback

É o retorno da informação, ou seja, a resposta ao comunicador de algum indício do efeito do comunicado sobre o destinatário. Trata-se de um elemento determinante

Código

É um conjunto de sinais com significado.

A importância do *feedback* na comunicação

O *feedback* tem como objectivo suprimir a “ignorância” em que se encontra o emissor, acerca da recepção e da eficaz descodificação da mensagem por parte do receptor. Torna-se, assim, um processo que mantém o emissor permanentemente informado acerca do “sucesso” da sua comunicação, permitindo-lhe efectuar os ajustes significativos. Estes ajustes, na emissão da mensagem, têm em vista a sua adequação, isto significa: modificar o seu conteúdo, a sua forma ou a própria transmissão através de, por exemplo, um vocabulário melhor adaptado à compreensão do receptor, ou da alteração do tom de voz, ou da variação do ritmo da fala.

O *feedback* pode assumir um carácter não verbal através de gestos, de atitudes, de mímica.

Também pode assumir um carácter verbal e, neste caso é algo espontâneo ou solicitado.

O *feedback* não é mais que a reacção que o receptor irá demonstrar à mensagem que lhe é transmitida.

Consideremos os seguintes exemplos de retorno de uma comunicação:

- Se o emissor conta uma anedota, a sua audiência poderá rir ou não;
- Se um indivíduo coloca uma questão a outrem, poderá obter uma resposta ou não;
- Se um indivíduo mudar completamente o seu visual, as pessoas com que ele lida poderão opinar ou não;
- Um pintor retrata num quadro uma imagem onde tenta transmitir uma grande tristeza. As pessoas que vão observar esse mesmo quadro poderão, ou não, revelar o mesmo sentimento.

O *feedback* representa:

- Um aumento de segurança para o emissor;

- Uma maior certeza de estar a ser compreendido;
- Estar sempre informado e compreender correctamente a forma como o receptor recebe a mensagem.

O *feedback* provoca:

- Maior confiança entre emissor e receptor;
- Mais comunicação (futura);
- Maior motivação;

É o *feedback* que representa o carácter sistemático da relação de comunicação:

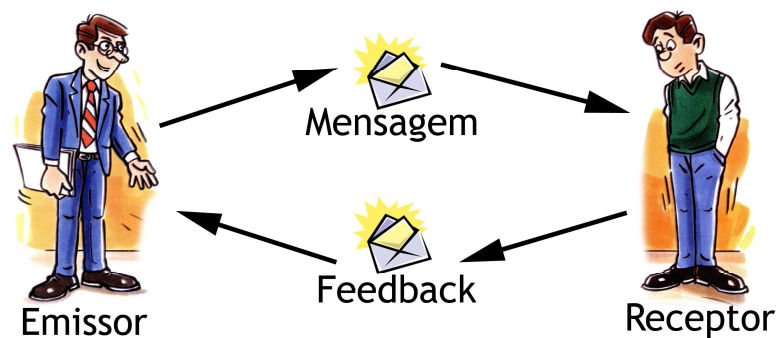


Figura 1

É deste carácter sistemático que nasce a dupla direcção da comunicação, uma vez que o *feedback* é um processo de ajuda mútua, onde se dá e, ao mesmo tempo, se recebe pondo “em comum” ideias, sentimentos e emoções.

Dinâmica do processo de comunicação

O processo de comunicação é dinâmico e constante resumindo-se em quatro distintas fases:

- O que pretendemos dizer;
- O que dizemos;
- O que o interlocutor escuta;
- O que o interlocutor compreende.

Podemos afirmar que aquilo que o emissor pretende comunicar deve ser exactamente igual ao que comunica. O que o receptor ouviu deve ser exactamente igual ao que o emissor pretendia comunicar. Aquilo que o receptor compreendeu deve ser exactamente igual ao que o emissor comunicou.

A=B

B=C

C=D

D=A=B=C

Importância da comunicação

Uma comunicação, quando bem sucedida, isto é, sem que existam barreiras no seu percurso e decodificação, traz imensas vantagens, tanto no desempenho profissional de uma pessoa, como na sua vida pessoal.

A boa comunicação é um factor determinante no desempenho e sucesso de uma empresa.

Todos nós sabemos o quanto o tempo é algo precioso no mundo dos negócios, daí a tão conhecida expressão “Tempo é dinheiro”.



Figura 2

A boa comunicação tem a vantagem de poupar tempo, ou melhor dizendo, não desperdiçar tempo. Observemos o seguinte exemplo:

O gerente de uma empresa pede à Secretária A que comunique à Secretária B, que necessita da elaboração do relatório de vendas para o dia seguinte. A Secretária A esquece-se de comunicar à Secretária B o pedido do Gerente. No dia seguinte, o Gerente pede o relatório de vendas à Secretária B. Esta não sabe do que se trata uma vez que nada lhe foi comunicado.

Com todo este mal entendido perdeu-se imenso tempo, e o pedido solicitado pelo Gerente não está concretizado.

Neste exemplo, não será só a perda de tempo o único inconveniente. Esta situação poderá assumir um carácter bastante prejudicial no desempenho e sucesso

da empresa. Este tipo de situações poderão desmotivar e produzir insatisfação no trabalho de quem originou o sucedido, envolvendo todos os elementos descritos: secretárias A e B e o próprio gerente, provocando um mau ambiente de trabalho e, conseqüentemente, surgirão barreiras à comunicação. Todo este género de situações são evitáveis se estivermos conscientes e conhecermos as barreiras à comunicação, assim como as formas de ultrapassá-las.

As funções da comunicação

A comunicação possui várias funções. Ao comunicarmos, estamos a transmitir algo e, dependentemente daquilo que estamos a transmitir, estamos a utilizar as funções da comunicação.

A comunicação tem cinco funções:

Função de informação

As pessoas sentem necessidade de obter conhecimentos e também de os transmitir. É necessário difundir os conhecimentos para que seja possível formular opiniões e juízos acerca da realidade que nos rodeia e que vai evoluindo.

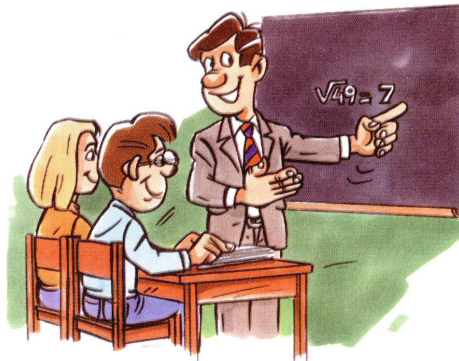


Figura 3

Função de persuasão e de motivação

Na relação interpessoal é vulgar querer-se que os outros ajam como queremos ou pensem de determinada maneira. Esta função está, de certo modo, ligada ao controlo social e à necessidade de ajustar atitudes e comportamentos entre os membros de determinado grupo social.



Figura 4

Função de educação

Todo o ser, quando nasce, fica integrado numa sociedade que está interessada em veicular ao novo ser, a sua herança social e cultural. Esta vai-lhe sendo comunicada e ele experimenta-a, ao longo da sua existência, estando sujeita a controlo e vigilância, pelos transmissores.

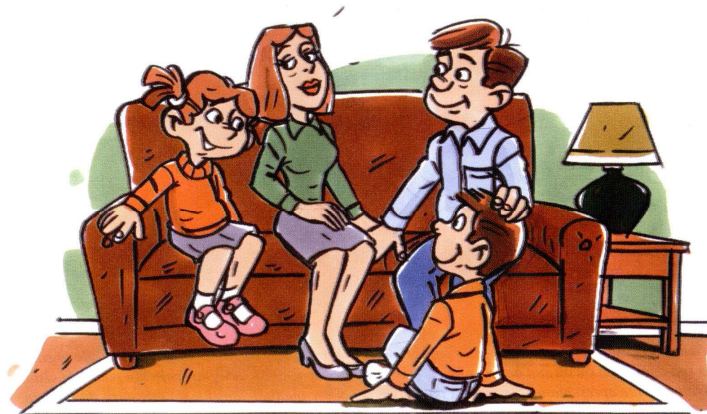


Figura 5

Função de socialização

Esta função, bastante ligada à anterior, permite a integração dos sujeitos nos grupos. Permite a troca e a difusão de informação assim como dos dados da experiência. Através desta função, o sujeito aprende a viver das regras e das normas de sociedade, realizando as suas.



Figura 6

Função de distracção

Esta função varia com as culturas e será tanto mais diversificada e utilizada quanto mais elevada for a qualidade de vida dos grupos.



Figura 7

III. MODELO DE LASSWELL

Harold Lasswell

Lasswell foi um psicólogo que estudou e pesquisou a política, a personalidade e a ciência social. Os seus trabalhos de comunicação ficaram célebres, destacando-se a “Propaganda Técnica na Guerra do Mundo” (1927) em que desenvolve o conceito de propaganda.

O Modelo de Lasswell

O Modelo de Lasswell também se baseou no processo comunicativo e foi proposto em 1948. Basicamente, este modelo assenta nas seguintes questões:

- Quem? (Emissor)
- Diz o quê? (Mensagem)
- A quem? (Receptor)
- Através de que meio? (Canal)
- Com que efeitos? (Impactos)

Quem?

É aquele que emite a mensagem e a controla.

Diz o quê?

É a mensagem, o elo de ligação entre o emissor e o receptor. Aqui põe-se todos os problemas de interpretação e significação. Deve ser encarada em função do 3º elemento, isto é a “quem”.

A quem?

Receptor. Este é o mais importante de todos os elementos do modelo. É ele quem comanda todo o processo; é a ele que toda a comunicação se dirige. É o fulcro das atenções. É para o receptor que comunicamos. Então a linguagem

utilizada, em sentido lato, tem de ser uma linguagem que o receptor entende (não basta que se fale correctamente português)

Através de que meio?

Que veículo utilizar para emitir a mensagem?

O receptor condiciona a escolha do meio, pois o meio a utilizar tem de ser o melhor e o que mais se adequa às características do receptor. Não basta falar a língua do receptor, é também necessário a utilização de um meio que lhe seja acessível.

Com que efeitos?

A este nível surge a preocupação com os resultados obtidos. Estes são conhecidos através do *feedback*, ou seja, as reacções às mensagens enviadas através da manutenção da comunicação e do controlo da informação.

A avaliação dos efeitos num dado momento permite-nos ir induzindo correcções nas nossas mensagens ou no modo como estruturamos a nossa comunicação.

IV. BARREIRAS À COMUNICAÇÃO

O que são Barreiras à Comunicação?

Todos nós somos, frequentemente, confrontados com barreiras à comunicação. Temos vários exemplos de situações bastante comuns no nosso dia-a-dia em que nos deparamos com um processo de comunicação deficiente, ou até mesmo esse processo não se chegar a realizar:

- Uma chamada telefónica em que não conseguimos entender o que a pessoa do outro lado nos dizia, devido a ruídos ou interferências;
- Uma consulta médica em que o Doutor aplique termos técnicos, dos quais o paciente não tem conhecimento do seu significado;

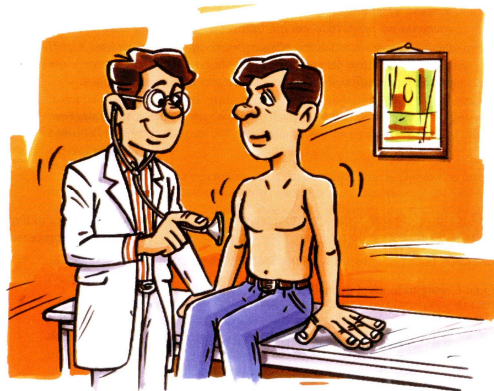


Figura 8

- Uma conversa com alguém que não fale nem claramente nem pausadamente de modo a que o receptor não consiga entender a mensagem que o outro tenta transmitir;
- Alguém tentar transmitir-nos uma mensagem, mas a nossa atenção estar direccionada para outros campos, de maneira que não conseguimos nem ouvir, nem entender aquilo que nos tentavam transmitir;

Estes foram apenas alguns exemplos de situações bastante banais nos nossos dias, havendo muitas mais situações semelhantes e com o mesmo impacto prejudicial no processo de uma comunicação.

Na maioria das vezes as barreiras à comunicação devem-se ao facto de cada pessoa ser uma entidade individual, ou seja, à medida que cada pessoa se vai desenvolvendo vai adquirindo uma aprendizagem individual, que difere de pessoa para pessoa: desde a maneira de pensar, de sentir, de reagir às mais diversificadas situações. Estes factores que interferem no processo de comunicação existem devido às experiências de vida diferentes de pessoa para pessoa.

As Barreiras podem agrupar-se em dois grupos distintos:

- Barreiras Externas
- Barreiras Internas

Barreiras Externas

As Barreiras Externas são todos os aspectos que bloqueiam uma comunicação e que são exteriores à mesma, isto é, não surgem directamente da parte dos interlocutores. As Barreiras devidas a factores ambientais são um dos exemplos.

Podemos considerar Barreiras externas os seguintes pontos:

- A **distância** física entre o emissor e o receptor que poderá fazer com que não seja efectivo o processo de comunicação.

Exemplo: imaginemos o emissor a tentar comunicar com o receptor, existe entre estes uma distância física considerável. O emissor, para que se faça ouvir, terá de subir o tom de voz. O som poderá chegar ao receptor distorcido ou até mesmo não chegar, fazendo com que este tenha algumas dificuldades em descodificar a mensagem enviada.



Figura 9

Esta barreira não se verifica quando apenas se trata de uma grande distância. O facto dos locutores se encontrarem demasiado perto um do outro, poderá trazer algum desconforto para um deles, fazendo assim com que quem se sinta desconfortável, dirija mais a sua atenção para aquilo que o incomoda do que propriamente na comunicação que se pretende estabelecer.

- **Separações** tais como vidros ou balcões. Este tipo de barreira é bastante frequente nos atendimentos ao público.

Exemplo: estamos a comunicar com a pessoa que nos está a atender do outro lado do vidro e ouvimos a sua voz num tom bastante baixo. Quando somos nós a falar temos a sensação de que quem está do outro lado não nos está a ouvir e muito menos a entender.

- **Os ruídos ou interferências**, desde sirenes de bombeiros, buzinas de automóveis, música muito alta, imensa gente a falar ao mesmo tempo, entre muitos outros exemplos. Todos estes possuem um papel bastante negativo no processo de comunicação. Esta barreira dificulta imenso a correcta interpretação da mensagem por parte do receptor.

Exemplo: estamos a conversar com alguém num local bastante movimentado por veículos que provocam imenso ruído. Estas circunstâncias são bastante propícias a que o receptor não entenda aquilo que o emissor pretende transmitir e que lhe peça constantemente para repetir aquilo que lhe foi dito.

- A **temperatura** seja esta demasiado quente ou demasiado fria. Ao estarmos numa comunicação em que a temperatura se torne desagradável a nossa concentração desvia-se da comunicação e foca-se no factor que nos incomoda.

Exemplo: num ambiente demasiado quente, é comum focarmos a nossa atenção numa situação que se adeque àquela temperatura por exemplo: praia.

- A **iluminação** do espaço onde a comunicação se efectua pode também originar uma barreira, se esta provocar um mal-estar nos interlocutores, assim como o facto da má visibilidade no reconhecimento de expressões faciais.



Figura 10

Exemplo: imaginemos que estamos numa reunião e nesse local a iluminação é péssima (intensa ou bastante fraca), é importante para os interlocutores estabelecerem um contacto visual para uma comunicação directa, uma vez que revela imenso tanto do emissor quanto do/s receptor/es. Ora vejamos, o emissor está a transmitir uma mensagem e é bastante conveniente para este que possa visualizar as expressões de quem está a receber a mensagem, para que a partir daí possa tirar conclusões, ou seja, se a mensagem está a ser entendida, se a palestra está a ser desmotivante ou maçuda, se os receptores estão atentos à sua comunicação, se concordam ou não com o que está a ser transmitido, etc. Tudo isto poderá ser transmitido através de expressões faciais. Trata-se do *feedback* da comunicação. No entanto, estes exemplos referidos anteriormente também poderão ser mal interpretados, surgindo então uma outra barreira à comunicação. O emissor pode ser induzido em erro a

partir de uma expressão facial, embora estas sejam consideradas “as mensagens mais sinceras” uma vez que são praticamente inconscientes e muitas vezes involuntárias.

Barreiras Internas

As Barreiras Internas são todos os aspectos que bloqueiam uma comunicação e que estão directamente ligados aos interlocutores, como por exemplo factores relacionados com a sua personalidade, educação, cultura, estatuto social, entre outros.

Podemos considerar Barreiras internas os seguintes pontos:

- Os **movimentos corporais** podem facilitar uma comunicação mas também poderá dificultá-la quando mal interpretados ou gesticulados.

Exemplo: o caso em que o emissor esteja a comunicar com um surdo/mudo e não esteja a gesticular convenientemente, a mensagem não será recebida da melhor maneira.

- Falar uma **linguagem** que não é entendida pelo interlocutor. Para que o processo de comunicação proceda de modo eficaz é necessário que o emissor empregue um código que o receptor consiga decodificar. Apenas deste modo é possível captar o significado da mensagem e assim obter eficácia na comunicação.



Figura 11

Exemplos de situações originadas por esta barreira:

- o Duas pessoas com idiomas diferentes, em que cada uma apenas fala a sua própria língua. Neste caso a comunicação não se

efectua devido ao facto do emissor apenas falar uma língua, cujo receptor dessa nada entende e vice-versa.

- o O caso de um emissor que seja mudo e que apenas se consiga expressar através de língua gestual com um receptor que não tenha conhecimento do código utilizado.
- A **utilização de palavras ambíguas** torna-se uma barreira na nossa comunicação quando interpretamos a mensagem de modo diferente àquele que o emissor pretendia transmitir. O facto da palavra ser ambígua, ou seja, possuir um duplo sentido, poderá fazer com que o sentido atribuído à mesma seja diferente em função da cultura e grupos sociais. Onde esta é pronunciada de modo diferente ou em função do seu contexto verbal, tom de voz, timbre de voz, pode originar assim a mensagem pouco clara. A linguagem pode não permitir expressar ou compreender correctamente o que se diz ou o que se pensa.
- Problemas da nossa **estrutura pessoal** que nos façam ter medo de falar de determinado assunto ou de falar com determinada pessoa. Esta barreira deve-se a experiências anteriores que tenham tido um impacto prejudicial e negativo sobre nós. Deste modo podemos ter um certo receio ou até mesmo medo de expormos a nossa pessoa a uma situação semelhante, como forma de protecção evitando assim essa pessoa ou assunto que tanto nos incomoda.



Figura 12

- **Referir ideias ou evocar sentimentos** não adequados ao objectivo da comunicação.

No processo da comunicação deve-se ter em conta a mensagem que temos como objectivo transmitir e por de parte todo e qualquer assunto que pouco ou nada tenha a ver com conteúdo a comunicar. Há também que evitar a expressão de sentimentos que não sejam adequados à situação.

Exemplo: ir para uma festa lamentar os episódios tristes que têm sucedido na sua vida podendo assim estragar o ambiente de festa, dando lugar ao mal-estar dos convidados.



Figura 13

Exemplo: contar piadas numa igreja onde todos os crentes rezam e prestam um momento de reflexão e respeito.

- **Valores, crenças e visão do mundo individuais**

Cada indivíduo tem o seu modo de pensar, como tal nem todas as pessoas partilham a mesma opinião de determinado assunto ou situação. Cada pessoa possui os seus valores e crenças que foi adquirindo e construindo com a evolução do seu crescimento, a partir das experiências de vida ou experiências comunicadas por outrem.

Exemplo: quando entre duas pessoas os seus valores, crenças e visões do mundo diferem muito entre si, os seus interesses não revelam interesse em estabelecer uma comunicação e, mesmo que o façam, esta poderá dar origem a uma discussão estéril. Quero com isto dizer que não terá efeito produtivo pelo facto de ambos estarem muito convictos das suas ideias, não dando lugar a outras opiniões ou outras visões do mundo que não as suas.

Este género de situações é bastante frequente entre pessoas de religiões diferentes, entre políticos de partidos diferentes, adeptos de clubes diferentes, entre outros.

- **Diferença nos papéis sociais desempenhados**

É frequente sentirmo-nos retraídos e inibidos numa comunicação quando sabemos que a pessoa com quem estamos a estabelecer a comunicação tem um elevado estatuto social Talvez o medo de falhar ou de dizer algo que não esteja correcto nos faça sentir até inferiorizados pelo diferença de estatutos.

Temos também a situação inversa quando um mendigo nos aborda ao não manifestarmos, à partida, grande disponibilidade para estabelecer uma comunicação com essa pessoa. Sentimo-nos retraídos ou inibidos pelo seu papel na sociedade não ser dignificante nem enobrecedor e geralmente serem pessoas às quais não temos muitas referências comuns.

- **Estado de cansaço ou doença**

Um indivíduo cansado ou doente fica limitado em muito à comunicação, tanto na emissão da mensagem como na sua recepção. A pessoa sente-se incapacitada para estabelecer uma comunicação eficiente uma vez que a sua capacidade de concentração é reduzida em relação ao seu estado normal. Deste modo a comunicação torna-se “Não efectiva” ou até mesmo “improdutiva”.



Figura 14

Como Ultrapassar as Barreiras

Para que o processo de comunicação seja eficaz é fundamental saber evitar e/ou ultrapassar as Barreiras à comunicação. De seguida apresento os modos de ultrapassar/contornar os dois tipos de Barreiras apresentados anteriormente.

Barreiras Externas

- Quando se trata de uma grande **distância** podemos encurtar o espaço que separa o emissor do receptor, de modo a que se verifique que a mensagem está a ser decodificada correctamente.

Quando esta barreira se deve ao facto da distância ser demasiado reduzida devemos então aumentá-la, fazendo então com que a pessoa se sinta à vontade e ao mesmo tempo exista facilidade no processo da comunicação entre os intervenientes.

- A **separação** é uma barreira demasiado frequente nos atendimentos ao público. A melhor forma de ultrapassar esta barreira seria mesmo a inexistência dos objectos obstrutivos, mas como assumem um carácter demasiado importante na protecção contra possíveis doenças transmissíveis, entre outras vantagens, seria impensável. Não nos restando outra opção teremos de aprender a lidar com esta barreira.

Para facilitar situações deste género, em que verificamos alguma dificuldade na audição, devemos dar especial atenção aos movimentos corporais. O emissor deve gesticular de modo a reforçar a sua comunicação verbal.

O receptor, por sua vez deverá exigir de si mesmo um pouco mais de atenção no que lhe está a ser transmitido, pelo facto de estar perante uma barreira à comunicação.

- Para que a **temperatura** não interfira no processo de comunicação, esta não deverá ser nem demasiado quente nem demasiado fria. A temperatura ideal é a ambiente próxima dos 22° e 24°.

- Para que a **iluminação** não se converta numa barreira à comunicação há que ter uma iluminação adequada, o que consiste em não ser nem demasiado forte nem demasiado fraca. Deve dar-se preferência à luz natural. Quando esta não é possível deve optar-se por lâmpadas fluorescentes, uma vez que estas não provocam encandeamento. A iluminação deve estar distribuída de igual modo por toda a sala, escritório, etc.

Barreiras internas

- **Movimentos corporais**

Vimos no ponto anterior a importância e as vantagens que o gesticular poderá trazer a uma comunicação. Da mesma forma que a linguagem corporal pode facilitar uma comunicação, poderá também dificultá-la quando mal interpretada.



Figura 15

Para que os movimentos corporais nos facilitem a comunicação devemos ter atenção os seguintes pontos:

- o A postura deve ser ligeiramente inclinada para o interlocutor, favorecendo assim, a escuta e a empatia;
- o As mãos devem ser visíveis ao interlocutor;
- o Quando fala, o sujeito deve elevar ligeiramente as mãos, de modo a clarificar aquilo que está a dizer;
- o Os gestos devem ser redondos e suaves;



Figura 16

- Ao comunicar o interlocutor deve evitar:
 - o Uma postura rígida;
 - o Braços cruzados;
 - o Mãos na cintura;
 - o Mãos nos bolsos;
 - o Mãos atrás das costas;
 - o Gestos agressivos;
 - o Apontar o dedo;

Todos os pontos referidos anteriormente impedem uma interação aberta e favorável à comunicação.

- Falar uma **linguagem** que não é entendida pelo interlocutor é uma barreira na comunicação, bastante difícil de ultrapassar. O facto dos interlocutores não partilharem a mesma linguagem, gere imensas dificuldades. Se estes não utilizam o mesmo código, dificilmente se compreenderão.

Neste caso, a melhor forma de ultrapassar esta barreira será empregarem um código comum aos interlocutores para que estes entendam a mensagem a transmitir.

No caso de um interlocutor utilizar termos que não sejam do conhecimento do outro, então neste caso específico, o melhor a fazer será empregar uma linguagem acessível que vá de encontro com o conhecimento do receptor.

- **A utilização de palavras ambíguas.**

É demasiado frequente entendermos algo que não foi dito ou interpretarmos uma mensagem de um modo totalmente diferente daquela que se pretendia transmitir. Este género de situações acontece, em grande parte, devido à utilização de palavras que possuem duplo sentido.

Para ultrapassar esta barreira é importante que tenhamos atenção aos seguintes factores:

- o Cultura
- o Grupos sociais
- o Contexto verbal (tom de voz, timbre de voz)

Estes factores poderão fazer com que a mensagem não seja clara, correndo o risco de ser mal interpretada. A linguagem nem sempre nos permite expressarmo-nos ou compreendermos correctamente o que se diz ou que se pensa.

- Problemas da nossa **estrutura pessoal** que nos façam ter medo de falar de determinado assunto ou de falar com determinada pessoa.



Figura 17

A melhor forma de ultrapassar esta barreira, será mesmo encará-la. Enquanto o interlocutor não encarar a pessoa ou o assunto que o incomoda, deparar-se-á sempre com esta barreira. É certo que depois de ter tido uma experiência cujo seu impacto sobre este tenha sido prejudicial e negativo, terá tendência para evitar uma situação semelhante. O que acontece é que por vezes esse receio não se justifica. O facto de este se ter deparado com uma experiência menos boa relacionada com determinado assunto ou pessoa, não implica que todas as posteriores assumem o mesmo carácter negativo. O interlocutor só poderá saber se enfrentar esse receio.

- **Referir ideias ou evocar sentimentos** não adequados ao objectivo da comunicação.

Para ultrapassar esta barreira, devemos estar cientes daquilo que queremos transmitir e sermos objectivos em relação a isso. Ao evocarmos ideias ou sentimentos que nada tenham a ver com a mensagem que queremos transmitir iremos bloquear a comunicação. Para que tal não aconteça, há que ter em conta as ideias e sentimentos fora de contexto e direccionarmos a nossa atenção para a mensagem pretendida.

- **Valores, crenças e visões do mundo individuais**

A origem desta barreira está no facto de cada pessoa possuir os seus valores e crenças, adquiridos e construídos com a evolução do seu

crescimento a partir das suas próprias experiências de vida, ou de experiências de vida de outrem.

Para os interlocutores conseguirem estabelecer uma comunicação sem que se deparem com esta barreira, terão que deixar de lado as suas convicções e estarem receptivos a pontos de vista diferentes dos seus.

Esta não é só uma forma de ultrapassar esta barreira como também traz a vantagem de expandir os conhecimentos dos interlocutores. Uma comunicação entre interlocutores com opiniões e ideias bastante diferentes entre si pode fazer com que estes reformulem aquilo em que acreditam e que defendem.

Ultrapassar esta barreira e estabelecer uma boa comunicação entre os interlocutores poderá tornar-se um diálogo bastante produtivo e até mesmo interessante. Mas para que tal aconteça, há que abrir a nossa mente a opiniões, crenças e visões do mundo diferentes da nossa.

- **Diferença nos papéis sociais desempenhados**

Para ultrapassar esta barreira é importante que ao estabelecermos uma comunicação com uma pessoa que possua um elevado estatuto social, não nos sintamos retraídos, inibidos ou até mesmo inferiores a essa mesma pessoa. O medo de falhar e o nervosismo que transmitimos bloqueiam-nos a comunicação.

È uma barreira difícil de ultrapassar uma vez que se trata de um receio ao qual não temos um controlo absoluto. Neste caso específico é bastante importante e vantajoso que consigamos aparentar tranquilidade e sejamos o mais natural possível. Há que ser positivo e acreditarmos que conseguimos ultrapassar este receio. Se partirmos do princípio que não somos capazes, dificilmente ultrapassaremos este receio.

Os três pontos essenciais a ultrapassar e ter algum controlo, quando deparado com esta barreira são: o receio, a inibição e o nervosismo uma vez que são a origem desta barreira.

Temos também a situação inversa em que foi dado anteriormente o exemplo de sermos abordados por um mendigo.

Na minha opinião, ao falarmos com uma pessoa de elevado estatuto social sentiremos receio e não apreciaremos um diálogo em que não nos sintamos à vontade para com essa pessoa. Certamente o mesmo acontecerá com os outros, seja com um mendigo, ou com qualquer pessoa que possua um estatuto social inferior ao nosso. Para ultrapassar esta barreira há que evitar no processo de comunicação tudo aquilo que faz com que não nos sintamos à-vontade, quando estamos perante uma comunicação com alguém de estatuto social superior ao nosso. Devemos então deixar a pessoa suficientemente à vontade para que possa transmitir a sua mensagem sem ter receio de falhar. Devemos dar a oportunidade de comunicação a essa pessoa. Afinal, não é pelo facto do seu estatuto social ser inferior ao nosso que essa pessoa é menos humana ou sinta menor necessidade de comunicar que nós.

- **Estado de cansaço ou doença**

É bastante difícil estabelecermos uma comunicação efectiva e eficiente se um dos interlocutores se encontrar em estado de cansaço ou doença. A concentração deste encontra-se reduzida e limitada.

Para ultrapassarmos esta barreira o ideal seria mesmo o interlocutor não se encontrar nem doente nem cansado. Mas como isso é um facto que não controlamos, para beneficiarmos de uma comunicação efectiva e produtiva, o melhor a fazer será adiar a comunicação para uma altura em que o interlocutor se encontre com capacidade para manter essa comunicação. No caso do assunto possuir alguma urgência, e ser algo de inadiável, o melhor a fazer então será estabelecer essa comunicação, mas ter em atenção que deve existir um *feedback* para que o interlocutor se possa certificar que a mensagem está a ser decodificada e interpretada de forma correcta.

V. COMUNICAÇÃO EFICAZ

Princípios de uma boa comunicação

Os tópicos que se seguem são alguns princípios que podem facilitar uma comunicação com o mínimo de distorção:

- Pensar antes de falar;
- Evitar uma dicção defeituosa;
- Controlar o seu sistema de respiração;
- Evitar falar com rapidez excessiva;
- Utilizar um tom de voz adequado;
- Regular a distancia com o interlocutor;
- Adoptar uma posição favorável;
- Adaptar-se ao nível intelectual do interlocutor;
- Fazer perguntas;
- Escutar com atenção;
- Não perder o contacto com o interlocutor;
- Sorrir, uma vez que, o sorriso é um factor determinante para se criar um clima favorável à melhor compreensão.

O que é uma comunicação eficaz?

Existem vários factores que podem contribuir para uma comunicação eficaz. A inexistência de barreiras à comunicação, anteriormente referidas, é um aspecto fundamental para a eficácia do processo de comunicação.

Saber escutar

O saber escutar implica o silêncio. Também este é um factor determinante neste processo. Para pudermos escutar convenientemente precisamos estar em silêncio. O silêncio possui mais funções do que o escutar.

Exemplo: podemos fazer silêncio por uma questão de respeito. Imaginemos que estamos num diálogo com outra pessoa e essa pessoa está a transmitir uma ideia. Não é de bom-tom começarmos a falar ao mesmo tempo que essa pessoa, não só por ser uma falta de respeito para com o outro, mas também por interferirmos ou quebrarmos o raciocínio de quem está a transmitir a mensagem.

O silêncio pode também assumir um papel de profunda troca de emoções e sentimentos. Para usufruirmos de uma comunicação eficaz, é importante aprendermos a interpretar e a dar significado ao silêncio dos outros. Ser sensível aos silêncios e aprender a interpretá-los é uma exigência da comunicação.

Gestos na interacção

Outro aspecto com grande relevância na eficácia da comunicação é os gestos na interacção. Estes têm o poder de reforçar a mensagem verbal podendo facilitar, quando utilizados devidamente, a descodificação da mensagem transmitida. Mas a gesticulação não ajuda somente o receptor na descodificação. Também é vantajoso para o emissor, uma vez que os gestos incentivam a própria linguagem de quem os executa. Os gestos estão limitados pela sociedade e cultura onde estamos inseridos. Como tal, os gestos não possuem o mesmo significado em todas as culturas. Os gestos permitem também definir os papéis e os desempenhos sociais.

Expressões faciais

As expressões faciais são um aspecto a ter em atenção pois da mesma maneira que podem facilitar uma comunicação, podem também bloqueá-la. As nossas expressões faciais transmitem os nossos sentimentos, emoções e reacções.

Para que este factor contribua para a eficácia da comunicação, os interlocutores devem sorrir. O sorriso tem a capacidade de melhorar a imagem de quem comunica, melhorando o relacionamento com os outros.

Roupa e os adornos

Para que este factor seja um aliado na comunicação eficaz há que ter em atenção a forma como nos vestimos e adornamos. A impressão que causamos aos outros também tem influência no processo de comunicação. Para que esta influência seja positiva e vantajosa aos interlocutores, estes devem sentir-se à vontade, mas nem o seu vestuário nem os seus adornos devem constituir um elemento de distração e perturbador na comunicação. O vestuário e os adornos devem adequar-se e corresponder à expectativa das pessoas com que interagem.

Movimentos corporais

Os movimentos corporais são um aspecto determinante para a qualidade da comunicação. Quando a postura é ligeiramente inclinada para o interlocutor, esta favorece a escuta e a empatia. Os gestos, a posição dos braços e o olhar, também são fundamentais para uma comunicação eficiente. Os gestos devem ser redondos e suaves, para que estes reforcem a comunicação verbal. Quanto à posição dos braços, é conveniente que as mãos sejam visíveis ao interlocutor e estejam ligeiramente elevadas. Há que ter em atenção a forma como olhamos para o interlocutor, uma vez que a forma como olhamos e somos olhados comunica muitas coisas. O olhar pode transparecer: confiança, interesse, ternura, desconfiança entre outros.

Paralinguística

A paralinguística é uma das componentes da comunicação não verbal. É também um dos aspectos com maior relevância na eficácia da comunicação uma vez que é através dela que o interlocutor veicula os seus sentimentos e

as suas emoções, fazendo assim com que enriqueça o conteúdo da mensagem. Esta forma de comunicação tende a ser a mais autêntica que a verbal por ser bastante difícil de controlar. Para que a comunicação seja eficaz é importante que a voz transmita energia, entusiasmo e interesse pelo o interlocutor e pela relação estabelecida.

Em relação à voz, devemos ter em atenção os seguintes aspectos:

- A projecção;
- A articulação;
- A pronuncia;
- A enunciação;
- A repetição;
- A velocidade;
- O tom;
- O timbre;
- A modulação.

A projecção da voz

A projecção da voz deve ter em conta a distância que separa os interlocutores, fazendo com que se ouça.

A articulação

A articulação das palavras deve ser feita de forma correcta, ou seja, não se deve arrastar nem “comer” palavras. Deve-se abrir a boca e mexer os lábios de modo a facilitar a articulação. As palavras, quando mal articuladas, podem suscitar ambiguidade.

A pronúncia

A pronúncia não constitui problema desde que o interlocutor pronuncie as palavras todas.

A repetição

O interlocutor não deve repetir muitas vezes a mesma palavra.

A velocidade

A velocidade com que transmitimos a mensagem não deve ser nem muito rápida nem muito lenta. Em média devem-se pronunciar 120 palavras por minuto.

O tom

O tom não deve ser nem muito alto nem muito baixo. Deve revelar confiança e interesse.

O timbre

O timbre deve ser grave.

A modulação

A modulação é um excelente meio para manter o interesse e a implicação das pessoas. Torna o diálogo pouco monótono.

Princípios base para evitar Barreiras à comunicação

- Pronunciar as palavras correcta e claramente;
- Não falar nem muito alto nem muito baixo;
- Concentrar-se na mensagem e levar os outros a fazê-lo;
- Ser breve;
- Usar palavras simples;
- Mostrar-se interessado;
- Sorrir;
- Tratar correctamente o interlocutor;
- Ser simpático;
- Certificar-se de que os termos que utiliza são compreendidos pelo interlocutor;
- Acompanhar as palavras de gestos;
- Mostrar um olhar interessado;
- Manter uma boa postura;
- Mostrar o rosto aberto;
- Falar, olhando sempre para o interlocutor;
- Adaptar a mensagem ao interlocutor;
- Evitar gírias e bengalas;
- Evitar frases longas;

- Não dar muita informação de seguida, criando intervalos para controlar a sua receção;
- Falar de forma positiva;
- Evitar utilizar a palavra “Não”.

Comunicação eficaz *versus* comunicação não eficaz

Os sucessos obtidos com uma comunicação eficaz e com uma comunicação, em que esta se depara com barreiras à comunicação, são bastante distintos.

Imaginemos que se trata de duas empresas, a empresa A, em que a comunicação que estabelecem é eficaz, e a empresa B que é aquela que se depara com barreiras à comunicação.



Figura 18

Na empresa B, os trabalhadores não se entendem, escutam aquilo que nunca foi dito, entendem aquilo que não foi transmitido, e geram-se aqui imensos conflitos. Como todos nós sabemos, “conflito gera conflito” instalando-se assim um mau ambiente de trabalho na empresa. Numa comunicação em que os trabalhadores se deparem com situações idênticas só poderá trazer desmotivação, insatisfação e descontentamento aos trabalhadores. Todos estes sentimentos negativos reflectem-se no desempenho da empresa. O facto dos trabalhadores sentirem-se descontentes e desmotivados fará com que eles se tornem muito menos produtivos. Em muitos casos esta imagem negativa do funcionamento da empresa transparece para os clientes. A imagem que o público tem da empresa e do seu funcionamento tem influência directa no sucesso que esta obterá, ou seja, se um cliente tem a oportunidade de escolher entre uma empresa que tem um bom ambiente e outra em que o ambiente é péssimo, certamente irá escolher a empresa em que o ambiente é agradável. Muitas vezes os trabalhadores insatisfeitos e descontentes “descarregam” ainda o seu mau humor nos clientes, sem estes terem culpa alguma. Todos estes são factores bastante negativos para o

funcionamento e desempenho de uma empresa. O sucesso de uma empresa, como a empresa B nunca poderá ser comparado com uma empresa do estilo da A.

Na empresa A, todos se entendem e conseguem colaborar uns com os outros fazendo com que exista um excelente trabalho de equipa. As pessoas gostam de trabalhar naquela empresa e sentem-se bem a executar as suas tarefas. São trabalhadores bastante produtivos porque são pessoas motivadas.

VI. CONCLUSÃO

Com este trabalho pude concluir que apesar da comunicação ser algo tão banal na vida de todos nós, este é um processo bastante complexo.

O facto dos interlocutores banalizarem tanto a comunicação faz com que estes, inconscientemente, por vezes descurem um pouco a sua interacção com os outros indivíduos, o que poderá dar origem às Barreiras à Comunicação.

Pude concluir também que uma comunicação eficaz é uma mais valia na vida de todos nós e, como tal, traz-nos imensas vantagens tanto a nível profissional como a nível pessoal.

Na minha opinião este é um trabalho de interesse geral, ou pelo menos deveria ser, uma vez que se todas as pessoas estivessem bem mais conscientes deste tema e dos “pequenos grandes aspectos” que fazem toda a diferença na comunicação, existiria certamente menos Barreiras a interferir neste processo.

VII. BIBLIOGRAFIA

- FACHADA, M. Odete, Psicologia das Relações interpessoais, 1º Volume, Edições Rumo, Lisboa, Fevereiro de 2003.
- FISKE, John, Introdução ao Estudo da Comunicação, Edições ASA, Rio Tinto, Março de 1993.
- KATZ, Bernard, Comunicação - Poder da Empresa, Clássica Editora, Lisboa, Novembro de 1993.
- KEENAN, Kate, Dicas Úteis para... Comunicar, Texto Editora, Lisboa, Agosto de 1997.
- LAMPREIA, J. Martins, Técnicas de Comunicação - Publicidade Propaganda Relações Públicas, Publicações Europa - América, Lisboa.
- MONTEIRO, Ana Cristina; MARQUES, Carlos Humberto; LOURENÇO, João Maria; CAETANO, Joaquim Amândio da Conceição, Fundamentos da Comunicação, Edições Sílabo, Lisboa, 2006.
- JEAN-NOËL, Jeanneney, Uma história de Comunicação Social, Terramar, Lisboa, 1996.
- PRATES, Eufrasio, Teorias da Comunicação - Um resumo sobre Mauro Wolf, Brasília, 1996.
- WOLF, Mauro, Teorias da Comunicação, Presença, Lisboa, 1992.

VIII. ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	7
Processo de comunicação	
Figura 2.....	9
Tempo é Dinheiro	
Figura 3.....	11
Função de Informação	
Figura 4.....	11
Função de Persuasão e de Motivação	
Figura 5.....	12
Função de Educação	
Figura 6.....	12
Função de Socialização	
Figura 7.....	13
Função de Distracção	
Figura 8.....	16
O Doutor pode aplicar termos cujo significado para ele é óbvio, mas que para o paciente sejam totalmente desconhecidos	
Figura 9.....	18
A distância entre os interlocutores pode originar uma Barreira à Comunicação	
Figura 10	19
Uma iluminação inapropriada pode dar origem a uma Barreira à Comunicação	
Figura 11	20
Os interlocutores necessitam partilhar a mesma linguagem para que possam efectuar o processo de comunicação de forma eficaz	

Figura 12	21
Situação desagradável que poderá originar problemas na estrutura pessoal do indivíduo de modo a que este venha a sentir receio de falar de determinado assunto ou falar de determinada pessoa	
Figura 13	22
Evocar sentimentos inadequados ao objectivo da comunicação	
Figura 14	23
Estado de cansaço ou doença	
Figura 15	25
Uma correcta gesticulação traz imensas vantagens no processo de comunicação, devido a uma maior facilidade da parte do receptor na interpretação da mensagem	
Figura 16	26
Reflexo da utilização dos pontos referidos	
Figura 17	28
Medo de falar de determinada pessoa ou falar de determinado assunto, devido a problemas relacionados com a estrutura a pessoal	
Figura 18	38
Empresa A, que desfruta de um excelente ambiente de trabalho e a empresa B, que permanecem num ambiente de trabalho péssimo	

NOTA: As imagens apresentadas neste trabalho foram retiradas do livro:

- FACHADA, M. Odete, Psicologia das Relações interpessoais, 1º Volume, Edições Rumo, Lisboa, Fevereiro de 2003.