

## A informação na comunicação: uma visão paradigmática<sup>1</sup>

Lorena Rúbia Pereira Caminhas<sup>2</sup>

### Resumo

A informação, conceito que perpassa os meandros do processo comunicacional, expõe diferentes facetas quando confrontando com os paradigmas teóricos da ciência da comunicação. Neste relato de pesquisa, nos propusemos a olhar para o vocabulário desde o ponto de vista da matriz informacional e da relacional, buscando entender qual a importância e o papel da informação para a teoria da comunicação. Ao perseguir esse objetivo, desenvolvemos uma análise de caráter exploratório, na qual revisitamos os manuais de teorias da disciplina e excertos dos principais autores relacionados a cada uma das duas matrizes comunicacionais, onde distinguimos as principais características da informação. Em concomitância, selecionamos e analisamos o conceito de informação na sua área de origem, a ciência da informação, a fim de confrontar os resultados obtidos nas duas leituras do conceito, funcionando como um mecanismo de controle e validação dos resultados apontados pelo estudo.

**Palavras-chave:** *Comunicação; Informação; Paradigmas.*

---

<sup>1</sup> Este artigo apresenta os resultados do projeto de IC PIBIC/CNPq denominado “Análise do Conceito de Informação em Estudos de Comunicação: avaliação e descrição das mutações no conceito provocadas pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs)”. A pesquisa foi orientada pela Profª. Dra. Juçara Gorski Brittes, professora Adjunta do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFOP.

<sup>2</sup> Estudante do 8º semestre de Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Bolsista de Iniciação Científica do PIP/UFOP e integrante do Grupo de Pesquisa “Plataformas midiáticas, informação e opinião”.

## INTRODUÇÃO

A comunicação se constituiu objeto de estudo de diversas disciplinas das ciências sociais, sendo fonte de indagação para investigações científicas produzidas ao longo do século XX. A expansão dos meios de comunicação na sociedade durante os anos subsequentes conferiu grande enfoque para esse objeto de estudo, aprofundando o interesse dos pesquisadores pelo fenômeno e alargando sua área de pesquisa.

O marco apontado pelos manuais da disciplina como o primeiro conjunto de teorias da comunicação é o Mass Communication Research, com o estudo das funções dos meios de comunicação de massa. Surgida na mesma época e em contraponto aos estudos administrativos da Escola Americana, aponta-se a Escola de Frankfurt, com uma proposta de análise crítica dos meios na sociedade. (HOHLFELDT, MARTINO e FRANÇA, 2008; MATTELART e MATTELART, 1999; RÜDIGER, 2004). Após a apresentação das duas escolas seminais de investigações, elencam-se diversas outras correntes de estudo que se propuseram a olhar para a comunicação, como os Estudos Culturais, a Escola de Chicago, etc.

Visto desta forma, o campo da comunicação é entendido como um emaranhado de teorias e hipóteses, com enfoques diversos e até mesmo opostos, compondo um quadro de compreensão que ilustra a concepção exposta por Armand e Michèle Mattelart de que a “história das teorias da comunicação é a história das separações e das diversas tentativas de articular ou não os termos do que frequentemente surgiu sob a forma de dicotomias e oposições binárias, mais do que níveis de análise.” (1999, p. 10). Neste panorama de fragmentação teórica, como é possível identificar um corpo coeso de entendimento sobre a comunicação? Há paradigmas<sup>3</sup> para a comunicação?

---

<sup>3</sup> A noção de paradigma, central para o presente estudo, foi retirada da obra de Thomas Kuhn (1998). Diz de um conjunto de hipótese e teorias científicas reconhecidas universalmente que fornecem problemas e soluções modelares para a prática posterior de pesquisa. São entendidos como as regras e padrões para a prática científica; exemplares de como se praticar a ciência. O vocábulo matriz foi usado para sublinhar o caráter centralizador do paradigma, como fonte principal para se desenvolver as pesquisas; como origem e molde para se realizarem as pesquisas. Usei ainda as noções de modelo e arquétipo para me referir à ideia de que o paradigma funciona como um modelo adquirido pelos cientistas no momento em que eles são expostos a uma área de pesquisa, como uma modula, que propicia uma forma de se construir os problemas e olhar para os objetos.

Essas colocações iniciais e as consequentes perguntas guiaram o presente estudo, que se dirigiu, primeiramente, para identificação das principais teorias da comunicação a partir de uma análise dos manuais da área. O exame se processou em um momento de desconstrução estrutural dos manuais e uma posterior reconstrução, etapas das quais se originou toda a estrutura da análise. O principal objetivo desse primeiro esforço analítico consistiu em descobrir um arcabouço epistemológico comum para as teorias da comunicação, os paradigmas da área.

A identificação das matrizes teóricas que configuram as pesquisas em comunicação confere uma continuidade das teorias e um ponto de vista comunicacional. Quando é possível observar uma matriz na forma de se entender a comunicação que é subjacente e que configura as teorias se torna possível instituir uma forma de olhar para os processos de comunicação social de um ponto de vista intrínseco. É a matriz que dá forma as teorias e fundam uma problemática de investigação. (FRANÇA, 2001).

Pensar a imbricação da informação na comunicação só é possível a partir da ordenação interna das próprias teorias da comunicação, entendidas como um corpo coerente e consonante, em que é possível identificar uma continuidade nas teorias e hipóteses, as quais nos fornecem problemáticas de pesquisa e conceitos estruturados.

O primeiro indício sobre a coerência dentro do escopo das teorias da comunicação nos foi dado por Mauro Wolf (1999), apresentando uma divisão entre as teorias da comunicação e os modelos de processo comunicativos. De acordo com o autor, são os modelos que guiam as teorias da área, significando que são eles a componente propriamente comunicacional das investigações. Em *Teorias da Comunicação*, Mauro Wolf aponta três modelos: o da teoria da informação, o semiótico-informacional e o semiótico-textual.<sup>4</sup> Ao analisar os três exemplares, percebeu-se que seria possível aglutinar dois dos modelos, o informacional e o semiótico-informacional, visto que a linearidade do processo perpassa ambos os enfoques, sendo o segundo um aprofundamento da matriz do primeiro. Dessa seleção resultam em dois moldes principais de comunicação: um de matriz

<sup>4</sup> O modelo informacional corresponde a teoria de Shannon e Weaver. O semiótico-informacional mantém a linearidade do processo, mas introduz o conceito de código e já articula os fatores semânticos ao estudo das mensagens. Busca compreender os mecanismos de atribuição e reconhecimento de sentidos. O semiótico-textual considera que os destinatários recebem conjuntos textuais e não mais mensagens isoladas, que são passíveis de várias significações. Para esta posição os destinatários possuem sistemas de conhecimentos fornecidos pelos conjuntos textuais da cultura que interagem com o sentido construído pela mensagem para formar seu significado.

informacional, que enfatiza a linearidade, transmissividade e descontinuidade do processo comunicativo e outro de matriz semiótica, centrado na significação dos textos mediáticos, em que as mensagens são consideradas conjuntos de práticas textuais, dos quais os destinatários produzem vários sentidos.

Outra proposta de modelos comunicacionais nos é dada por Yves Winkin (1998), que sugere uma divisão em duas matrizes distintas de entendimento da comunicação, a telegráfica e a orquestral<sup>5</sup>. Desse ponto de vista, tem-se um paradigma informacional, igual ao apontado por Wolf, e um paradigma interacional, que parte da ação dos agentes em comunicação, da mútua afetação, do pôr-em-comum, da invocação da materialidade das relações na comunicação (FRANÇA, 2001).

A partir de duas propostas distintas de matrizes para a comunicação, assentou-se o trabalho segundo a proposição de Winkin, por considerar que o modelo orquestral é mais abrangente e que também abriga a componente semiótica de leitura das mensagens, nas práticas textuais.

Após estruturar o pensamento comunicacional em dois modelos, procedeu-se a divisão das principais teorias entre os dois arquétipos. A etapa seguinte consistiu em uma primeira tentativa de aproximação entre comunicação e informação, para o que foi necessário revisitar os manuais, as principais teorias e os dois modelos comunicacionais e extraír deles os principais conceitos para ambos os termos.

Como baliza e num esforço de avaliação dos resultados obtidos no trabalho, realizamos uma análise do conceito de informação em sua área de origem, a ciência da informação, e elencamos as principais conceituações para o termo e confrontamos com os resultados obtidos a partir do campo da comunicação. Ainda fizemos um exame sobre a história da ciência da informação, procurando suas principais teorias e autores, e relacionamo-los às teorias da comunicação, buscamos suas conexões a partir de suas bases conceituais, da história do desenvolvimento das duas ciências, dos autores e teorias similares.

<sup>5</sup> A concepção informacional apontada pelo autor é a própria Teoria Matemática da Comunicação. Em contraposição, o modelo orquestral pressupõe que os indivíduos participem da comunicação, assim como os músicos participam de uma orquestra. Assim, a comunicação é entendida como um processo faseado, organizado em níveis de complexidade, em que cada indivíduo participa e tem um papel central na definição da situação da comunicação.

## Proximidades históricas e teóricas da informação e da comunicação

Ciência da comunicação e ciência da informação, ambas oficialmente nascidas no século XX, estão englobadas no bojo das ciências sociais e nasceram de necessidades práticas de compreensão dos fenômenos de comunicação e informação. Das contingências práticas surgiram necessidades teóricas amplas, na tentativa de compreender como estes processos se inseriram na sociedade e na cultura e como os indivíduos participavam e se apropriavam deles. Ambas as ciências foram influenciadas por perspectivas da sociologia, psicologia, filosofia, dentre outras, sendo que, por terem surgido no mesmo século, obtiveram as mesmas referências teóricas, compartilhando modelos e conceitos.

A informação também abriga dois paradigmas similares aos da comunicação, sendo um de matriz informacional e outro do significado. O primeiro se relaciona às ideias de Shannon e Weaver, em que a informação era variável estatística, sendo entendida posteriormente como reificação da cultura; no segundo a informação foi entendida como uma entidade significativa contextualizada socialmente que possuiu uma dinâmica processual e relacional (SERRA, 2003; RIBEIRO e SILVA, 2002).

Além disso, a preocupação concernente aos fenômenos comunicacional e ao informacional em conjunto foi adotada pelas duas disciplinas. Como mostra Armando Silva e Fernanda Ribeiro (2002), a informação sempre foi concebida a partir do imperativo de sua transmissão, tornando essencial a delimitação da comunicação, principalmente quando se assenta sua vertente social. Para a ciência da informação, a comunicação foi entendida como um processo que está em potência, se atualizando somente quando há interação entre indivíduos, em que o material das trocas seria a informação (RIBEIRO e SILVA, 2002, p. 29).

No desenvolvimento da ciência da comunicação houve uma viragem crescente para os estudos da informação, como nos aponta Mauro Wolf (1999). No início das pesquisas, o modelo comunicacional de Claude Shannon e Warren Weaver já demonstrou a preocupação em relação ao conceito. Ao longo do desenvolvimento dos estudos, a necessidade e o interesse por delimitar a informação foram grandes, como o demonstrado pelos representantes da Escola de Palo Alto, como Gregory Bateson (WINKIN, 1998; CENTENO, 2009), pelas teorias estruturalistas e várias das teorias linguísticas que pensaram a comunicação (MATTIELART e MATTIELART, 1999).

No plano conceitual, informação e comunicação partilharam diversas referências, sendo o primeiro ponto de encontro a Teoria Matemática da comunicação, que

proporcionou uma viragem na forma de se entender a informação e a comunicação. Outra contribuição teórica importante para as duas disciplinas é a perspectiva cibernetica desenvolvida por Norbert Wiener, que considera a circulação de informação um mecanismo de organização em que os sistemas contrariam a tendência à entropia e a comunicação, entendida a partir do mecanismo de *feedback*. (WIENER, 1954).

A “Nova Comunicação”, ancorada pelas ideias da cibernetica, mas ampliada a partir da proposta conceitual de Bateson, também contribui para as áreas de estudo, discutindo o sentido da informação e a determinação do modelo orquestral para a comunicação. A proposta de modelo semiótico perpassou as duas disciplinas, trazendo para a informação a preocupação com seu sentido intrínseco (SERRA, 2003) e para a comunicação a problemática dos significados das práticas textuais (WOLF, 1999). A teoria crítica com a noção de indústria cultural e os estudos sobre o ciberespaço também pensaram ambos os fenômenos, conferindo-os novos contornos.

## O conceito de informação para a ciência da comunicação

Para entendermos qual o conceito de informação adotado pelas ciências da comunicação buscamos por indícios nas duas matrizes teóricas e respectivas teorias apresentados pelos manuais. A partir da primeira análise do material bibliográfico constatou-se que havia muitas diferenças entre a concepção de informação nos dois paradigmas elencados e que não era somente um conceito para a informação que atravessa as diversas teorias arroladas nesses paradigmas, mas uma profusão deles, que se transformavam a partir da mudança da preocupação principal que a proposta teórica ensejava. Para organizar e demonstrar quais os indícios e quais conceitos para a informação encontrados dividiu-se a análise em dois momentos: o primeiro elucida as principais características do paradigma informacional e os principais entendimentos sobre a informação e no segundo trabalhamos com paradigma interacional.

A matriz informacional da comunicação está amparada pelo modelo comunicacional desenvolvido por Shannon e Weaver, por uma matriz behaviorista. A primeira ancoragem dá forma ao modelo, atendo-se na estrutura “emissor-receptor”, a partir de uma linearidade do processo e uma lógica transmissiva. A teoria matemática é herdeira da perspectiva cibernetica e vê a comunicação como um sistema composto por uma fonte de informação, transmissor, canal, receptor e destinatário. Vale ressaltar que essa teoria se preocupava com a engenharia de telecomunicações, cujo objetivo era

melhorar a velocidade e diminuir as distorções da transmissão de informação, o que fundou uma pesquisa que se preocupava com a quantidade de informação, a capacidade de um canal de comunicação, processo de codificação da mensagem em sinal e os efeitos do ruído. (WEAVER, 1971).

O behaviorismo repousa as noções de estímulo e resposta para a comunicação, que ficou conhecido como modelo da agulha hipodérmica. Essa noção definiu que cada membro do público é atingido individualmente por uma mensagem e que a mídia tinha o poder de influenciar as massas para a concepção do comunicador. O receptor seria estimulado pelas mensagens da mídia e reagiria com uma resposta direta e imediata. (WOLF, 1999; DEFLEUR e BALL-ROKEACH, 1993). Essas duas perspectivas em consonância deu origem aos estudos dos efeitos e funções da comunicação na sociedade, propondo uma pesquisa setorizada, separando o estudo de cada componente da comunicação.

As pesquisas do Mass Communication Research dos Estados Unidos estão elencadas nessa matriz, uma vez que buscavam entender “que efeito têm os mass media numa sociedade de massa?” (WOLF, 1999, p. 20). O modelo de Lasswell descrevia a comunicação através das perguntas “quem, diz o quê, através de que canal, com que efeito?” e seguiu as perspectivas fornecidas pela teoria hipodérmica, entendendo que o processo comunicacional obedece a três premissas: é um processo assimétrico, com um emissor ativo, é intencional e objetiva um efeito e o comunicador e o destinatário estão isolados neste processo. Além disso, ele propôs três funções principais para a comunicação, quais sejam, vigilância, resposta ao meio e transmissão da herança social (LASSWELL, 1971).

No seguimento dos estudos dos efeitos, Paul Lazarsfeld propõe o duplo fluxo da comunicação, dando ênfase aos intermediários e na relação dos líderes de opinião com o grupo. O comportamento dos indivíduos diante das comunicações de massa foi entendido como um processo de interação desses indivíduos em um grupo primário, cujo líder de opinião era o mais bem informado, portanto exposto às comunicações de massa, que passavam as informações para os demais membros do grupo. Neste ponto dos estudos, os efeitos não eram mais tidos como certos, mas estudados para entender a origem do estímulo e a natureza da resposta dada pelos indivíduos às comunicações de massa. Outra abordagem situada nesses estudos é a empírico-experimental, que adicionou mais duas problemáticas às pesquisas: as características dos destinatários que possam intervir no

efeito desejado e a organização das mensagens com finalidades persuasivas. (WOLF, 1999; DEFLEUR e BALL-ROKEACH, 1993).

A posição desenvolvida pelo lado crítico foi embasada no conceito de indústria cultural de Adorno e Horkheimer. Para esta proposição a indústria cultural especulava sobre o estado de consciência e inconsciência da população, transformando-os em objeto para a indústria. Ela reorienta as massas, impõe os esquemas de comportamento e não permite a consciência plena, mas induz ao conformismo. As comunicações seriam uma parte desta indústria que orientam os produtos culturais segundo o princípio de comercialização e escamoteiam o conteúdo próprio a ele (ADORNO, 1971).

Os estudos de McLuhan sobre a lógica dos meios técnicos de comunicação são englobados no bojo das teorias funcionalistas. Seu modelo como técnico-antropológico se preocupa em situar os efeitos provocados pelos meios de comunicação sobre a vida individual e coletiva (TRINTA e POLISTCHUK, 2003). O meio técnico é entendido como uma prótese que prolonga os sentidos do corpo humano, o que provoca a intensificação da percepção. Desta forma, toda tecnologia de comunicação constrói um novo ambiente envolta de si, e reconfigura a estrutura social, do que deriva a sua frase mais famosa de que “o meio é a mensagem” (MCLUHAN, 1974).

A informação, segundo o modelo da teoria matemática, é caracterizada a partir da contingência e imprevisibilidade: “debruça-se sobre a estrutura de sinais sem considerar os significados que eles possam ter, concentrando-se de um ponto de vista da engenharia da informação no problema de selecionar a mensagem certa.” (ILHARCO, 2003, p. 53). A informação não é o mesmo que o sentido, mas uma entidade passível de mensuração e análise estatística. Ela é uma medida de quantidade de escolhas que é possível ao selecionar uma mensagem; é um padrão ou unidade de quantidade.

Para que ela seja incorporada aos estudos dos efeitos, a vertente semântica e de influência de que nos fala Warren Weaver (1971) precisa ser adicionada. Sendo assim, ela é considerada como configurações de ideias e ideais concebidos pelo comunicador e tem valor de persuasão e interfere diretamente no comportamento do destinatário. É uma realidade construída, passada a partir de um fenômeno linear (ILHARCO, 2003), que substitui a experiência cotidiana da cultura e da vida em sociedade e se transforma em esquema prático a ser aplicado pelos indivíduos na realidade cotidiana. (SERRA, 2003). À medida que se avança para os estudos dos efeitos limitados, o entendimento da informação muda, pois há a inserção de processos psicológicos e estruturais relacionados a sua

construção e recepção. A informação se figura entre o sujeito individual que pensa e interage com o mundo a sua volta e a comunidade que interage entre si. Além disso, é entendida como uma estrutura passível de uma organização ótima para produzir determinado efeito. Ela está arrolada a sua dimensão de admissão de conhecimento, se configurando como material primordial na tomada de decisões e, consequentemente, influenciando o comportamento.

Outra vertente do conceito é sua possibilidade de inscrição em um suporte físico, registrada em suporte técnico/tecnológico, “em que a informação é a quantidade mensurável em *bit*, ou seja, a informação métrica” (RIBEIRO e SILVA, 2002, p. 22). No entanto, ela é também qualitativa, entendida como um conjunto estruturado de mensagens que possuem significados através da relação entre os sujeitos. Ela é considerada uma representação da realidade, “altera a percepção do real que por sua vez é equivalente a alterar a própria realidade.” (ILHARCO, 2003, p. 42), que pode ser incorporada através de uma experiência estruturada. É matéria das trocas e relações na sociedade e também o material de trocas para o aparato tecnológico com outras tecnologias e com o homem.

O paradigma interacional da comunicação é constituído pelas ideias da Escola de Chicago e da Escola de Palo Alto e o interacionismo simbólico. A matriz desenvolvida em Chicago sob a influência da filosofia pragmatista trouxe conceitos fundamentais para o estudo da comunicação: o conceito de ação e sua dupla dimensão, as interações sociais e simbólicas, a noção do contexto e o conceito de experiência. Estas variáveis são pensadas em inter-relação, num fluxo dinâmico, que institui a comunicação como uma teia de relações entre cada uma de suas partes. Pensar a comunicação deste ponto de vista é partir da sociedade, das relações sociais, para entender a comunicação como um fenômeno amplo de ação que torna possível a troca (FRANÇA, 1998).

De acordo com a perspectiva desenvolvida por Herbert Blumer (1984), o interacionismo simbólico segue três premissas básicas: as pessoas agem em relação às coisas a partir do significado que elas possuem, os significados são construídos através da interação social e os usos dos significados são feitos a partir do processo de interpretação. Assim, os indivíduos participam das interações comunicativas, que são àquelas de construção e partilhamento dos sentidos.

Nessa matriz sociedade e comunicação se interpenetram por serem moldadas pela ação, entendendo que o mundo empírico é construído pelos seres humanos em interação, buscando adequar suas linhas de ações. Os processos através dos quais são entendidas e

indicadas as diversas ações desenvolvidas na interação é a interpretação e designação, compondo um processo de interação simbólica, em que a natureza dos objetos apreendidos compreende o significado que ele possui para a pessoa que o apreende. (BLUMER, 1984).

A Escola de Palo Alto desenvolve uma concepção complementar a do interacionismo simbólico. A ação e a interação simbólica também estão presentes nessa corrente, visto que dentre as noções fundamentais desta escola está a de comportamento significativo, formados por códigos de conduta, cuja principal função é selecionar e organizar as interações sociais. Também partimos da imbricação da sociedade e da comunicação, em que a sociedade está em processo permanente, uma realização das interações em constante movimento, uma performance contínua. Participamos das interações, portanto participamos da comunicação e das trocas simbólicas engendradas por ela. Sendo assim, a comunicação, vista pela perspectiva orquestra só pode ser entendida como um todo integrado, que se articula em níveis de complexidade que enseja a participação e o pôr em comum. (WINKIN, 1998).

As conexões da sociedade e a comunicação se afiguraram como principal preocupação das teorias englobadas nesta matriz, que buscaram investigar como as mensagens são introduzidas no cotidiano da cultura e reprocessadas pelos indivíduos que as recebem. É através da análise da cultura que se torna possível dizer quais são as ideias e as práticas em voga na sociedade, uma vez que a cultura é produzida pelas relações dos indivíduos no cotidiano e não há consumo passivo de algo já estruturado.

Os estudos da linguagem e dos signos na comunicação compartilham essa concepção fundamental do processo, por considerarem as linguagens, sistemas complexos e organizados de signos, imagens, gestos, sons e objetos, uma instituição social produzida através e interpretadas pelos sujeitos, que dão forma aos sentidos e significação na sociedade (MATTELART e MATTELART, 1999). É uma criação simbólica coletiva construída a partir da comunicação, processo que condiciona a interação social. A comunicação sedimentaria o conhecimento que temos do mundo ao qual acessamos através da linguagem, que “representa a forma de mediação social do conhecimento.” (RÜDIGER, 2004, p. 82). A ênfase é na construção de significados e sentidos pelos produtos veiculados pela mídia a partir do uso da linguagem, dos signos e símbolos. Ela engloba os estudos que tentaram prever como a mídia engendra construções simbólicas no seio da sociedade e como se procedem a essas trocas, principalmente por meio da linguagem.

A componente informacional correspondente a matriz interacional é a da interação sujeito-mundo-sujeito, em que a informação corresponde a toda matéria de troca socialmente constituída; se configura como a interação dos sujeitos no mundo e a posiciona como objeto de sentido convencionado atribuído pelos seres humanos. A informação é essencialmente pragmática e intersubjetiva, construída na interação de sujeitos (SERRA, 2003). O ajustamento da situação de interação é feito através da informação, que transmite uma disposição de comportamento modelado pelos relacionamentos prévios e pela identificação da situação da interação (ILHARCO, 2003). A informação só tem sentido a partir do e para o sujeito, e só assume um valor simbólico socialmente aceito no fato de poder ser assimilada como conhecimento, em informação aplicável na ação que forma a cultura.

Elá é também uma representação em formas de símbolos e signos: “a informação é o próprio significado; ela é o significado para o sujeito que experimenta a ação de ser/estar/ficar informado” (ILHARCO, 2003, p. 48). A representação da informação é um código passível de ser registrado e perpetuado, que possui os significados das mensagens e conteúdos dos significantes linguísticos. A informação está incorporada na linguagem, envolve processos cognitivos, e está formalizada em um código linguístico compartilhado socialmente. (RIBEIRO e SILVA, 2002).

## Considerações finais

Sugeriu-se no início do texto um critério básico para a validação dos vários conceitos de informação extraídos das matrizes comunicacionais: a comparação entre a comunicação e a informação nos manuais da comunicação e de ciência da informação. Ao longo do texto já compararamos os manuais das duas disciplinas e demonstramos algumas similaridades entre as áreas, tanto a nível histórico, quanto teórico-conceitual. Ao final do trabalho vale fazer uma remissão aos conceitos e distinguir a maneira em que se dá a imbricação dos processos de comunicação e informação, entendidas como entidades integradas.

A Informação é considerada, um processo faseado, envolvendo a expressão de ideias, que consiste nas etapas de seleção, organização, transmissão e interiorização. “É um significado transmitido a um ser consciente por meio de uma mensagem inscrita em um suporte espacial-temporal” (LE COADIC, 1996, p. 5). Vista desta forma, ela é entendida

como uma entidade física e psíquica, que convoca um processo de transmissão para ser apreendida.

Armando Silva e Fernanda Ribeiro (2002) propõem que a informação é sempre social e parte da experiência de pessoas ou grupos, sendo ela o material na troca de ideias na sociedade. A transmissão da informação passa, pois, por duas etapas: a recuperação das ideias memorizadas e a produção de representações para sua expressão. É um processo dinâmico e circular, que envolve procedimentos cognitivos e representações estruturadas. Quando ocorre esta ação, a informação não é apenas adicionada ao conjunto de saberes dos sujeitos; ela provoca um ajustamento na estrutura do conhecimento, alterando as representações mentais. (SERRA, 2003; RIBEIRO e SILVA, 2002).

Paulo Serra (2003) aponta que a informação se constitui como tal a partir do momento em que ela possua significado simbólico para a sociedade. A atribuição de sentido à informação está ligada a dois fatores: a) ela deve ser essencialmente pragmática e b) intersubjetiva, que toma forma na interação dos sujeitos em uma comunidade. É a tradução interior dos acontecimentos; uma mediação entre as coisas/objetos do mundo exterior e a codificação desta coisa/objeto. (CENTENO, 2009).

Entendida desta forma, ela implica um efeito ontológico ou de realidade, em que configura e simula esta realidade e um efeito pragmático ou de ação, em que uma informação específica, e somente ela, leva aos homens a se constituírem e a agirem de determinada maneira. A peculiaridade da informação é que ela se configura como uma experiência em segunda mão, é uma mediação, um enunciado que participa do processo de comunicação.

Como expressão geral que unifica o conceito de informação, apropriei da sugestão de Gregory Bateson em que a informação é “a diferença que faz a diferença”. A primeira diferença expressa neste conceito é entendida como um evento ou fenômeno que se destaca e é percebido. A segunda diferença diz respeito às mudanças na estrutura cognitiva do sujeito que percebe a informação.

A comunicação pode ser entendida como o processo que faz circular a informação na sociedade e auxilia as atividades de recepção, organização e interiorização, que possibilita a informação ser considerada relevante, interiorizada e se transformada em conhecimento. Pensando a comunicação e a informação com processos correlatos, Gregory Bateson vai afirmar que na sociedade as trocas são feitas através da informação, sendo a comunicação o mediador da interação entre indivíduos. (CENTENO, 2009, p. 36).

Pode-se adotar a comunicação como uma categoria sociológica, um processo de relacionamento primário entre os seres humanos de trocas simbólicas que capacita os homens a se relacionarem entre si (RUDIGER, 2004). É entendida como uma ação intencional exercida sobre outros indivíduos que, através dela, vão partilhar a mesma informação ou “um mesmo objeto de consciência, ela exprime uma relação entre consciências.” (MARTINO, 2001, p. 15). É um ato consciente e voluntário, composto por regularidades, em que os participantes da interação são afetados mutuamente. Assim considerada, assume o significado de “pôr em comum, participação, comunhão” (WINKIN, 1998, p. 34).

Elá é um processo social de produção e compartilhamento de sentidos a partir da materialização de formas simbólicas, que se realiza nas interações situadas num contexto social (FRANÇA, 1998, 2001). A comunicação é um processo de percepção e interpretação do comportamento de outrem além de uma ação de expressão de si mesmo.

## Referências bibliográficas

- ADORNO, Theodor W. “A indústria cultural”. In: COHN, G (org). *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Editora Nacional, 1971.
- BLUMER, Herbert. *Symbolic Interactionism - perspective and method*. Los Angeles: University of California Press, 1984.
- CENTENO, Maria J. *O conceito de comunicação na obra de Bateson* – interacção e regulação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2009.
- DEFLEUR, Melvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra. *Teorias da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Zahar Editor, 1993.
- FRANÇA, Vera V. “O objeto da comunicação/ A comunicação como objeto”. In: HOHLFELDT, Antônio; FRANÇA, Vera; MARTINO, Luiz. C. *Teorias da comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001.
- FRANÇA, Vera. *Jornalismo e vida social* – a história amena de um jornal mineiro. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.
- HOHLFELDT, A.; FRANÇA, V.; MARTINO, L. C. *Teorias da comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001.
- ILHARCO, Fernando. *Filosofia da informação*: uma introdução à informação como fundação da ação, da comunicação e da decisão. Lisboa: Universidade Católica Editora, 2003.

- KUHN, Thomas S. *A estrutura das revoluções científicas*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1998.
- LASSWELL, Harold. “A estrutura e a função da comunicação na sociedade”. In: COHN, G (org). *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Editora Nacional, 1971.
- LE COADIC, Yves-François. *A ciência da informação*. Brasília: Briquet de Lemos, 1996.
- MARTINO, Luiz C. “De qual comunicação estamos falando?”. In: HOHLFELDT, Antônio; FRANÇA, Vera; MARTINO, Luiz. C. *Teorias da comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001.
- MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 1999.
- MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação com extensão do homem*. São Paulo: Cultrix, 1974.
- POLISTUCHUCK, I.; TRINTA, A. R. *Teorias da comunicação: o pensamento e a prática da comunicação social*. Rio de Janeiro: Elzevier, 2003.
- RIBEIRO, Fernanda e SILVA, Armando M. da. *Das “ciências” Documentais à Ciência da Informação: ensaio epistemológico para um novo modelo curricular*. Porto: Edições Afrontamento, 2002.
- RÜDIGER, Francisco. *Introdução à teoria da comunicação: problemas, correntes e autores*. São Paulo: Edicon, 2004, 4<sup>a</sup> Ed.
- SERRA, Paulo. *Informação e sentido – o estatuto epistemológico da informação*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2003.
- WEAVER, Warren. “A teoria matemática da comunicação”. In: COHN, G (org). *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Editora Nacional, 1971.
- WINKIN, Yves. *A nova comunicação: da teoria ao trabalho de campo*. Campinas: Papirus, 1998.
- WIENER, Norbert. *Cibernética e sociedade – o uso humano de seres humanos*. São Paulo: Cultrix, 1954.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1999.