



SEMIÓTICA ENQUANTO DISCIPLINA CIENTÍFICA: UMA FERRAMENTA PARA UMA COMUNICAÇÃO EFICAZ

Maria Elizabeth Horn Pepulim

Doutoranda em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil.

E-mail: betitahorn@gmail.com

Francisco Antonio Pereira Fialho

Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil. Professor da Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil.

E-mail: fapfialho@gmail.com

Richard Perassi Luiz de Souza

Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil. Professor da Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil.

E-mail: richard.perassi@uol.com.br

Resumo

Este artigo aborda a problemática relativa ao uso dos conhecimentos sobre semiótica, enquanto disciplina científica, como uma ferramenta para contribuir com a eficácia dos processos que envolvem a comunicação nas organizações, independente do caráter dessas, e com a gestão do seu conhecimento. O objetivo é mostrar a relevância desses conhecimentos, serem absorvidos pelas organizações, como boas práticas destinadas ao apoio, compreensão e melhor aproveitamento dos processos de comunicação e de gestão do conhecimento, através de uma revisão na literatura correlata ao tema. A base teórica inicial deste estudo foram algumas concepções de Charles Sanders Peirce, mas ele avançou através das vozes de outros autores que, também, entendem a importância de desenvolver estudos sobre a significação dos signos que ocorrem, e dos que são utilizados conscientemente, na interação humana. Uma das considerações importantes apontadas ao término desse artigo é a de que já existem estudos que estão indo além de porquê os fenômenos comunicacionais ocorrem, para se dedicar ao que fazer para que eles ocorram.

Palavras-chave: Semiótica. Signos. Processos de comunicação. Gestão do Conhecimento.

SEMIOTICS AS A SCIENTIFIC DISCIPLINE: A EFFECTIVE TOOL FOR COMMUNICATION

Abstract

This article discusses the problems relating to the use of knowledge on semiotics, as a scientific discipline, as a tool to contribute to the effectiveness of processes involving communication in organizations, regardless of the character of these, and the management of their knowledge. The goal is to show the relevance of this knowledge, being absorbed by organizations such as best practices for support, understanding and better use of communication processes and knowledge management through a review of the literature related to the topic. The theoretical basis of this study were some initial ideas of Charles Sanders Peirce, but he advanced through the voices of other authors who also understand the importance of developing studies on the significance of the signs that occur, and they are

used consciously in the interaction human. One of the important considerations outlined at the end of this article is that there are already studies that are going beyond why the communication phenomena occur, to devote to what to do if they occur.

Keywords: *Semiotics. Signs. Communication Processes. Knowledge Management.*

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo aborda a problemática relativa ao uso dos conhecimentos sobre semiótica, enquanto disciplina científica, como uma ferramenta, para contribuir com a eficácia dos processos que envolvem a comunicação nas organizações, independente do caráter delas, e a gestão do seu conhecimento.

Entendendo que a semiótica é uma ciência que estuda os signos, usados para comunicação (em toda a amplitude do significado desse vocábulo), bem como as leis que regem a geração desses signos, a sua transmissão e interpretação, cujo objeto compreende todos os meios de comunicação. Por isso a semiótica, enquanto disciplina científica pode ser considerada uma ferramenta interessante no que tange a gestão da informação e do conhecimento.

Nessa perspectiva, o objetivo principal desse estudo, é mostrar através de uma revisão na literatura correlata ao tema, a relevância de estudos semióticos serem absorvidos como boas práticas nas organizações destinadas a facilitar a compreensão, uso e melhor aproveitamento dos processos de comunicação, em geral, e de gestão do conhecimento. Ambos muito valorizados na sociedade da informação e do conhecimento.

Na visão de Teixeira Filho (2001), os processos de comunicação eficientes são responsáveis diretos pela eficácia das ações de gestão do conhecimento nas organizações, por possibilitarem que a informação correta chegue a quem deve chegar, da forma como deve se apresentar, e de maneira que o entendimento seja claro e transparente.

Como disciplina, no âmbito desse artigo, entende-se uma estrutura mental, consciente ou não, que serve para classificar o mundo e permitir abordá-lo, constituída por discursos especializados, que delimitam um determinado território, diretamente associado aos mecanismos institucionais da comunidade científica, em seu processo de produção do conhecimento (FOUREZ, 1995; LOPES, 2001).

O presente artigo, primeiramente, foi estruturado a partir de algumas concepções de Charles Sanders Peirce, filósofo e lógico norte americano, o precursor e um dos idealizadores da semiótica, e de sua teoria conjunta com a comunicação, mas avançou através das vozes de outros autores contemporâneos que, assim como Peirce, entendem a importância de desenvolver estudos sobre a significação dos signos que ocorrem, e dos que são utilizados conscientemente, na interação humana.

Visando organizar a exposição dessa problemática, ele foi estruturado em nove blocos, sendo o primeiro, a presente introdução, e o último as considerações finais sobre as informações levantadas e expostas no corpo desse texto. Os sete blocos que apresentam o conteúdo considerado necessário para estruturar, no âmbito desse artigo, a referida problemática, abordam: a comunicação; o processo de comunicação; a comunicação e os signos; a disciplina semiótica; a semiótica, enquanto disciplina, nos processos de comunicação, os signos nas interações humanas nos ambientes digitais, e semiótica e a gestão do conhecimento.

A proposta dessa divisão é possibilitar ao leitor condições para uma melhor compreensão da complexidade existente por trás de um processo corriqueiro, que é o de

comunicar, e lhe apresentar uma ferramenta importante para sua eficácia, a semiótica enquanto disciplina científica.

Isso porque, hoje, já é consenso entre alguns autores (VOLLI, 2004; A POLÍTICA EUROPEIA, 2004; LÓPEZ, 2003), que a comunicação é eficaz, quando o emissor, com a sua mensagem, consegue atingir os seus objetivos junto ao(s) receptor (es)-alvo e que se o emissor ajustar a mensagem às características do canal de comunicação e ao contexto de recepção, essa pode se tornar mais eficaz.

2 A COMUNICAÇÃO

Que o ato de comunicar compreende muitas possibilidades é indubitável, começando pelo termo propriamente dito, que provém do latim, de *communis*, que significa comum, e hoje abarca diversos conceitos.

No que concerne ao objetivo e aos processos que envolvem a comunicação, Berlo (2003) ao questioná-los voltou à primeira definição do termo, resultante dos estudos de Aristóteles que abordavam a comunicação (a retórica) como a procura de todos os meios disponíveis de persuasão. Para Aristóteles o objetivo máximo da comunicação era convencer os outros a pensarem de acordo com o seu ponto de vista.

O “conceito” de comunicação, sob esse enfoque, foi aceito até o final do século XVIII, “embora a ênfase tenha sido deslocada dos métodos de persuasão para o que houvesse de ‘bom’ em quem fala” (BERLO, 2003).

Nessa perspectiva os propósitos da comunicação, de acordo com os estudos realizados no século XVIII, eram informativos, persuasivos e para fins de diversão/entretenimento, e acreditava-se ser possível classificar nessas categorias tanto as intenções do comunicador, como o material de apoio utilizado por ele (BERLO, 2003).

Embora nessa primeira década do século XXI essas três intenções sejam ainda aceitas como divisões e/ou partes do processo comunicativo, Berlo (2003) ressalta que elas podem não ocorrer de maneira isolada, uma vez que é possível, por exemplo, divertir informando ou persuadir divertindo.

Na visão de Bateson e Ruesch (1965) “a comunicação é a matriz em que estão cravadas todas as atividades humanas”. Esses autores veem a comunicação como uma prática que define aspectos físicos, intrapessoais, interpessoais e culturais dos acontecimentos. Para eles, ela não “se refere somente à transmissão verbal, explícita e intencional de uma mensagem”, mas “inclui todos os processos através dos quais as pessoas se influem mutuamente” (BATESON; RUESCH, 1965).

Sob a ótica dessa abordagem as ações que envolvem o processo de comunicação possuem aspectos comunicativos no momento em que esses são percebidos por um ser humano, o que implica em que tal percepção modifica a informação que o indivíduo possui e, conseqüentemente, influencia esse indivíduo (BARBOSA; RABAÇA, 2001).

Bakhtin, seguindo o pensamento de Saussure, “parte do princípio de que a língua é um fato social cuja existência funda-se nas necessidades de comunicação” (BRANDÃO, 2002). Nessa visão, o processo de comunicação encontra na linguagem a ferramenta necessária para promover a interação social.

Para Goulart e Farias (2012) o limite subjetivo que permeia a ação comunicativa é uma ferramenta decisiva para o entendimento da vida social.

A abordagem sociológica e o conceito do agir comunicativo tornaram as redes de interação estabelecidas em uma sociedade por meio das relações comunicativas, objeto de estudo de várias áreas do conhecimento (BORGES; RAMIREZ, 2012).

2.1 O processo de comunicação

A comunicação como conceito é um processo de interação social que ocorre através de símbolos e sistemas de mensagens produzidos pela atividade humana.

Como atividade, implica na interação e produção de mensagens com significados, através de diferentes canais e meios de forma a impactar/influenciar, de alguma maneira, no comportamento de outros, na organização e no desenvolvimento dos sistemas sociais.

Em vista da comunicação ser um processo humano, de interação de linguagens, que vai além da transposição da informação, ela é hoje compreendida mais como um fato sociocultural do que como um processo meramente mecânico (GOULART; FARIAS, 2012).

De modo geral, a problemática que envolve os significados do vocábulo comunicação (GOULART; FARIAS, 2012; BERLO, 2003; BORGES; RAMIREZ, 2012; BARBOSA; RABAÇA, 2001), permite a suposição que o processo de comunicação seja um dos fenômenos mais significativos da espécie humana, e que para entendê-lo em toda a sua complexidade, seria necessário voltar no tempo, buscar as origens da fala, o desenvolvimento das linguagens e averiguar como, por que, e até que ponto, ele se transformou ao longo da história.

Também é sabido que a linguagem, a cultura e a tecnologia são elementos indissociáveis desse processo (TATTERSALL, 2006; MAYR, 2006; BRASIL, 1973).

Quanto à linguagem, Tattersall (2006) defende que ela pode ser considerada o principal fator de liberação cultural para a abertura do caminho para a cognição simbólica.

No que diz respeito a cultura e a tecnologia Mayr (2006) explica que a visão de mundo de uma pessoa do século XXI é bem diferente daquela de um cidadão da era vitoriana e que “essa mudança teve múltiplas fontes, em particular os incríveis avanços da tecnologia.” Já Brasil (1973) vê a cultura como subordinada às formas de comunicação.

Sob esse ponto de vista os fundamentos da comunicação estariam nos caracteres biológicos do homem, pois ambos, cultura e comunicação simbólica, parecem ter surgido, simultaneamente, com ele.

Hoje a comunicação é um vasto campo de investigação de diferentes áreas do conhecimento, por que dependendo da forma como é vista/percebida surgem diferentes alternativas e facetas para estudá-la.

O papel da semiótica, por exemplo (uma ferramenta nata imprescindível à comunicação), nas ciências da comunicação, depende do que se entende por comunicação.

Nesse sentido, o que é consenso no âmbito da problemática que envolve comunicação e semiótica, é que toda a comunicação se faz através de sinais (FIDALGO, [20--]), o que os torna, também, fonte de interesse neste contexto.

Para haver comunicação é preciso criar uma mensagem a partir de signos/sinais.

Já no que tange ao estudo desses sinais, ele pode ocupar tanto um lugar central como um periférico no estudo da comunicação. Tal como na arquitetura, onde o estudo dos materiais, embora indispensável, não faz propriamente parte da arquitetura, assim também em determinadas abordagens da comunicação, o estudo dos sinais não faz parte dos estudos de comunicação em sentido restrito (FIDALGO, [20--]).

Fidalgo ([20--]) relata que duas grandes correntes de investigação distinguem-se nos estudos de comunicação, uma que a entende, sobretudo, como um fluxo de informação e outra, que entende a comunicação como uma produção e troca de sentido.

De acordo com esse autor, a primeira corrente é a escola processual da comunicação, a segunda é a escola semiótica.

Sendo que no modelo semiótico de comunicação a ênfase é colocada na criação dos significados e na formação das mensagens a transmitir (FIDALGO, [20--]).

Que tipos de signos são utilizados para criar mensagens? Quais suas regras de formação? Que códigos os interlocutores precisam partilhar entre si para que a comunicação seja possível? Quais as denotações e quais as conotações dos signos utilizados? Como são usados?

O modelo semiótico de comunicação não é linear, nem tampouco centrado nos passos que a mensagem percorre desde a fonte até ao destinatário, a comunicação não é tomada como um fluxo, mas como um sistema estruturado de signos e códigos.

No modelo semiótico, o conteúdo e o processo de comunicação são inseparáveis.

Isto por que, sob essa perspectiva, o significado da mensagem não se encontra instituído no conteúdo da mensagem, independente do contexto, mas é algo que subsiste numa relação estrutural entre o produtor, a mensagem, o referente, o interlocutor e o contexto (FIDALGO, [20--]).

2.2 A comunicação e os signos

Para Santaella e Nöth (2004), as relações entre semiótica e comunicação são íntimas, por que desde os primórdios a comunicação é um instrumento de integração, instrução, troca mútua e desenvolvimento entre as pessoas em quaisquer atividades realizadas, que existe a partir de signos.

A aurora do homem, momento em que humano e animal passam a se diferenciar, ocorre quando ele começa a usar a inteligência para sobreviver, e passa a desenvolver ou assimilar técnicas que não somente facilitem sua vida, como também possibilitem uma comunicação que vai se complexando e permitindo um melhor entendimento (KUBRICK, 1968-2001, UMA ODISSEIA NO ESPAÇO).

Sobre o processo de comunicação, é importante ter claro que desde em uma simples sensação até nos discursos mais elaborados, a mente humana lida com os signos que fazem a intermediação com a realidade vivida.

A compreensão que cada um tem do mundo, os registros, as interpretações e a transmissão de informações completam o processo de comunicação baseado no sistema de signos que compõe toda e qualquer linguagem.

Em comunicação signo é qualquer coisa que tenha um significado como, por exemplo, o desenho de um carro, o som de uma palavra, até mesmo o cheiro de chuva.

Não precisa ser necessariamente uma imagem, pode ser qualquer tipo de linguagem.

Tem a ver com a forma como o cérebro processa informação. As pessoas não pensam exatamente como falam, ao pensar é realizada uma associação de significados, mas somente quando é necessário falar ou escrever é que as ideias são codificadas.

Nesse contexto a semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção e significação e de sentido (SANTAELLA, 1983).

3 A DISCIPLINA SEMIÓTICA

Foi durante o século XIV que as ciências “técnicas”, até então chamadas de artes, passam a ser chamadas disciplinas. A escolha do termo tem a ver com o propósito, apontado por Resweber (2000), de destacar que a aprendizagem exige a submissão a uma “disciplina”, submissão às regras práticas da vida do cidadão e às regras técnicas de cada ciência.

Pineau (1980), em sua análise sobre o uso corrente do termo disciplina pode ajudar a entendê-lo melhor por remeter a dois campos semânticos: um ligado às noções de regra, ordem e método; outro ligado à origem latina da palavra, que vem do latim *discere*, que significa aprender, correspondendo, portanto, ao aprendizado de um conjunto de conhecimentos, ao aprendizado de um recorte do saber.

A observação de Pires (2008), em seus estudos, de que uma disciplina científica pode ser descrita, como “uma categoria organizadora dentro do conhecimento científico”, complementa o resultado da análise de Pineau (1980).

Na visão de Fourez (1995), uma disciplina científica constitui-se em “uma estrutura mental, consciente ou não, que serve para classificar o mundo e proporcionar condições de abordá-lo”, e na visão de Lopes (2001), disciplinas são constituídas por discursos especializados, e delimitam um determinado território diretamente associado aos mecanismos institucionais da comunidade científica, em seu processo de produção do conhecimento.

Para Fourez (1995), o objeto de uma disciplina não existe antes da sua existência, ele é construído por ela e pode variar na sua evolução. “Uma disciplina não é determinada pelo objeto que estuda, é ela que o determina” (FOUREZ, 1995).

Sob essa perspectiva, as disciplinas têm seu próprio campo intelectual de textos, práticas, regras de ingresso, exames, ou seja, é por intermédio de um mecanismo disciplinar que as ciências se organizam coletivamente, definem espaços de poder, de alocação de recursos e de reprodução dos métodos e princípios de construção do conhecimento (LOPES, 2001).

Fourez (1995), explica que em torno e na base de cada disciplina científica, existe um certo número de regras, princípios, estruturas mentais, instrumentos, normas culturais e/ou práticas, que organizam o mundo antes de seu estudo mais aprofundado. A classificação delimita o que pertence a uma determinada disciplina, em relação a outros campos do conhecimento.

No que tange a semiótica, enquanto disciplina, ela foi estruturada, entre o final do século XIX e princípio do século XX a partir das concepções de Charles Sanders Peirce, o precursor, e um dos idealizadores da semiótica e de sua teoria conjunta com a comunicação, que buscava em seus estudos dar unidade à compreensão do pensamento como um processo de interpretação do signo, com base na relação entre signo, objeto e interpretante.

Em seus estudos Pierce (1977) definiu signo da seguinte forma:

Um signo, ou *representâmen*, é aquilo que representa algo para alguém. Ele pode ser dividido em três espécies: ícones, símbolos e índices.

Os ícones sugerem, os índices indicam e os símbolos representam.

O ícone é um signo que tem alguma semelhança com o objeto representado, é o tipo de signo mais fácil de ser reconhecido. Não é necessário treino especial para identificar a imagem de um gato. Basta ter já visto um. Exemplos de ícones são fotografias, desenhos, representações figuradas, estátuas, filmes.

O índice é um signo que se refere ao objeto denotado em virtude de ser diretamente afetado por esse objeto. Talvez os índices sejam os primeiros signos utilizados pelo homem, eles têm uma relação com contiguidade com a coisa representada. Como são vistos juntos, naturalmente passa-se a estabelecer uma associação de uma coisa a outra. Por exemplo, nuvens negras indicam chuva, marcas de pneus no chão indicam uma travagem rápida.

Já o símbolo é um signo que se refere ao objeto denotado em virtude de uma associação de ideias produzidas por uma convenção (COELHO NETO, 1999).

Símbolos são signos mais complexos uma vez que não guardam qualquer relação de semelhança ou de contiguidade com a coisa representada. A relação é puramente cultural e arbitrária. Para compreender um símbolo, é necessário aprender o que ele significa. Exemplos de símbolos são os logótipos de marcas, os símbolos próprios da matemática entre outros.

Em tempo, a imagem gráfica foi um dos primeiros e mais presente elemento para o estabelecimento de diferentes formas de comunicação e registro narrativo da aventura humana. A pintura rupestre, presente até os nossos dias, é um exemplo das primeiras narrativas por sucessão de imagens (MOYA, 1970).

No âmbito da semiótica imagens são ferramentas eficazes para compreensão dos processos mentais da comunicação, uma vez que todo signo ou linguagem é produto da consciência (SANTAELLA; NÖTH, 1999).

Os fenômenos relativos a consciência, levantados por Peirce são: primeiridade que corresponde ao primeiro sentimento e/ou sensação em relação a algo, ou seja, a consciência imediata de uma ocorrência; secundidade que corresponde a reação da consciência a uma ocorrência, após a consciência imediata e a terceiridade que é a tradução, representação ou interpretação da ocorrência através de signos.

Os três fazem parte do contexto de todo o processo de comunicação, que se realiza primeiro na mente do indivíduo a partir de signos que compõe o pensamento. Nesse processo a apreensão de uma ocorrência é fragmentada em partes que se encaixam do detalhe ao conjunto, ou seja, primeiro passa pela percepção (sentimento que faz perceber a existência de algo), a seguir pela reação (a tomada de consciência da existência de algo) e por fim pelo reconhecimento que permite a tradução e compartilhamento.

Nöth (1990) observa, que embora existam correntes com abordagens diferentes de estudos semióticos como, por exemplo, a semiótica peirceana (Peirce), que analisa os modos como os fenômenos aparecem à consciência; a semiótica estruturalista/semiologia¹, cujo foco de atenção são os signos verbais e a semiótica russa ou semiótica da cultura², cujo foco de atenção é a linguagem a literatura e outros fenômenos culturais, como a comunicação não-verbal e visual, mito, religião, todas são voltadas à investigação de signos e/ou significação.

A diferença está apenas na concepção e na delimitação de seu campo de estudo cuja variedade foi construída à medida que os estudos divergiam em seus pressupostos.

3.2 A semiótica enquanto disciplina científica nos processos de comunicação

No que tange aos processos de comunicação, a semiótica enquanto disciplina científica pode contribuir para a sua eficácia na medida em que estuda a utilização das linguagens (de caráter verbal e/ou não verbal), considerando os contextos (ligados ao emissor e/ou ao receptor) das mensagens (VOLLI, 2004).

Contribui, também, para apurar a capacidade de análise da sociedade, na medida em que a torna mais perspicaz para observar aquilo que a rodeia. Assim, presta-se atenção, por exemplo, a indícios que revelam tendências sociais.

Mais um exemplo, são alguns ambientes construídos a partir de mídias digitais que tem se mostrado propícios para estudos semióticos, uma vez que, no contexto deles, tem surgido um número grande de linguagens com a criação de ícones representativos de uma realidade virtual.

No trabalho jornalístico, os instrumentos de estudo da semiótica podem ser considerados onipresentes. Uma matéria pode atrair a atenção do leitor, em um primeiro momento, mais pela imagem que foi exposta, do que pela chamada escrita. Ou muitas vezes o que não é falado por um repórter ou escrito por ele em uma mídia impressa, pode ser “dito” por meio de cena, figura, ou foto, oportunizando diferentes possibilidades de interpretações.

Com a expansão da *internet* e as mídias atuais, é exigido do jornalista uma apuração mais cautelosa e analítica possível, pois o fluxo informações nos meios de comunicação são cada vez maiores e intensos (FERREIRA, 2010).

Nos trabalhos publicitários, ao analisar a forma e o conteúdo (significado) dos audiovisuais, é possível observar que a publicidade utiliza muitas técnicas e estratégias contidas no estudo da semiótica.

¹ Saussure; Lévi-Strauss, Barthes e Greimas.

² Jakobson, Hjelmslev e Lotman.

Para Diego Rodovalho, diretor de arte da RBM Comunicação, citado por Ferreira (2010), o conhecimento de estudos semióticos servem, entre outras, para avaliar o porquê de usar uma “forma” ou outra.

No trabalho publicitário, o estudo da semiótica tem total relevância, pois o objetivo da mensagem a ser transmitida e o signo utilizado estão totalmente ligados, podendo surtir efeitos desejados ou indesejados (FERREIRA, 2010).

Em relação a sua relevância no ambiente empresarial, conforme Compagno (2009), a semiótica, ao estudar os processos de significação, pode revelar a potência comunicativa dos signos e sua capacidade de gerar efeitos nas mentes interpretadoras (imagens), no que tange a marca, por exemplo, ela é um dos principais ativos de uma organização, e é um signo que nasce e se reforça com a comunicação.

Outro exemplo de aplicação da semiótica, enquanto disciplina científica, é nos espaços virtuais de aprendizagem onde transitam muitos os signos (linguagem, vídeos, áudios, figuras, animações, etc.); cada um deles, após ser publicado na rede, deve causar um efeito sobre seu receptor, ou seja, ele é produzido para provocar situações de aprendizagem.

Santaella (2002), em seu livro *Semiótica Aplicada*, aponta diferentes aspectos para subsidiar uma pesquisa sobre as análises dos recursos midiáticos (signos) utilizados em ambientes virtuais de aprendizagem.

Para ela, a interpretação de um signo abrange os dois aspectos do signo: o de seu fundamento, e o da sua relação com o objeto. A autora ressalta que interpretá-los é uma prática constante e em geral intuitiva, e ao realizá-la dificilmente é lembrada a complexidade das relações que estão implicadas nesse ato (SANTAELLA, 2002).

4 OS SIGNOS NAS INTERAÇÕES HUMANAS NOS AMBIENTES DIGITAIS

Desde a mais tenra idade, os homens são instruídos segundo códigos culturais da sociedade na qual vivem (OLIVEIRA, 1998).

Para perpetuar os signos e códigos que criou, o homem registrou, através de desenhos em cavernas, seus feitos. A evolução do convívio humano demandou a necessidade da criação de uma forma de comunicação mais aprimorada.

Inventada pelos sumérios, à cerca de 3500 a.C., a escrita representou esse avanço e disseminou o acesso à linguagem (HOHLFELDT; MARTINO; FRANÇA, 2001), com a sua popularização a história rompeu a barreira do tempo e gerações subsequentes puderam desfrutar do legado de seus antepassados. Foi a partir da escrita que as pessoas puderam buscar melhores formas de entender e registrar o mundo, adotando os signos e significados da atmosfera que as cercavam, e foi a gramática que permitiu que o conjunto de palavras (onça, pai, uma, matou e meu) tivesse significados completamente diferentes de acordo com o arranjo realizado. Dizer “Uma onça matou meu pai” é completamente diferente que dizer “Meu pai matou uma onça.” (KAJI-MARKENFELDT, 2006).

Já a arte no saber comunicar/falar foi teorizada por Aristóteles, no século IV a.C., que inaugurou a base estrutural, o tripé da comunicação (considerado até hoje) que coloca que o discurso comporta três elementos: o orador, o assunto de que fala, e o ouvinte.

Após a Revolução Industrial do fim do século XIX, com a consciência da existência e do papel da comunicação de massa, emergiu a necessidade de novos estudos sobre a teoria da comunicação. A postulação proposta por Aristóteles foi então revista, e várias correntes propuseram “diferentes” modelos para o que seria a base da teoria da comunicação, mas nenhum com a mesma repercussão do modelo de Aristóteles, talvez, pelo fato de que denotavam uma certa linearidade, ao atribuir códigos e uma mão única a uma mensagem.

Desde então vários estudos tem sido realizados, e teorias tem sido levantadas, buscando explicar as diversas mudanças experimentadas pela comunicação e suas implicações.

A expansão do seu campo vem aumentando devido à explosão das redes comunicacionais que traz com elas, o estabelecimento e até o surgimento de novas formas de linguagens. O aumento na complexidade da comunicação tem aberto caminho à consciência crescente de seu estatuto transdisciplinar e da inexistência de uma única estrutura explicativa ou de objetos previamente recortados para a diversidade da comunicação.

De acordo com Santaella e Nöth (2004), a formação de redes é uma prática humana antiga que ganhou vida nova a partir da popularização da *internet*.

Para esta autora deve-se ficar atento a dinâmica das “novas” redes, que implica no estabelecimento de novas formas de linguagem, por isso interferir no significado da mensagem (SANTAELLA; NÖTH, 2004).

Filomeno Junior (2004) corrobora, mesmo que indiretamente, com a preocupação de Santaella (2004) ao colocar que a linguagem, foi, ao longo da história, fortemente influenciada pela cultura, e a maior parte das confusões e “incomunicações” que ocorrem no ciberespaço têm origem nela (FILOMENO JÚNIOR, 2004).

No caso dos signos oriundos dos ambientes digitais, para serem desvendados pelos usuários, eles precisam estar contextualizados, a fim de provocarem efeitos significativos nas mentes de seus intérpretes uma vez que estes não contam com um histórico que lhes estabeleça um conceito.

Ressaltando que uma possibilidade de significação só existe se fizer referência a algo existente, tornando perceptível a qualidade emergida na primeiridade.

As informações que os usuários, desses ambientes, adquiriram no passado interferem sensivelmente nas interpretações dos signos de hoje.

Como resultado das relações entre signo e objeto dinâmico tem-se a segunda tricotomia peirciana: ícones, índices e símbolos.

Entendendo que a tradução de signos é um processo cognitivo complexo que ocorre nos mais diversos níveis, do linguístico ao extralinguístico.

Não se trata apenas passar um texto de uma língua à outra, mas também imagem à textos, textos à imagens, músicas à filmes, obras escritas à tela de cinema etc.. No processo de tradução lança-se mão de estratégias, nem sempre de forma consciente, para manter o sentido do elemento traduzido, visto que é impossível a total fidelidade.

Não deve ser esquecida a existência de um modelo de formação de conceitos pautado no universo dos itens e no universo do discurso, sendo o primeiro a base para a formação dos conceitos, e o segundo para a sua aplicação.

Nesse prisma observa-se que conceito e signo se assemelham principalmente pelo processo de significação. Essa aproximação é revelada quando os conceitos são observados em seu contexto específico, ou seja, no cotidiano de sua prática, que se dá na esfera da construção dos discursos, onde se permite a permeabilidade e mutabilidade dos conceitos, enquanto formas físicas, e a relativização da sua significação (DA MATTA, 2000).

O “*internetês*”, por exemplo, que é uma simplificação informal da escrita consiste numa codificação que utiliza caracteres alfanuméricos (*emoticons*) e a redução de letras das palavras. Por exemplo: também = tb, teclado = tc, aqui = aki.

Salientando que todo código é um sistema modelizante, é uma forma de regulação necessária para a organização e desenvolvimento da informação.

Os códigos culturais são definidos como sistemas semióticos pois são estruturas que reconhecem, armazenam e processam informações com um duplo objetivo, regular e controlar as manifestações da vida social, do comportamento individual ou coletivo. Segundo tal concepção os seres humanos não somente se comunicam com signos como são em larga medida controlados por eles.

O que ocorre, é que as novas motivações enunciativas (relações de amizade entre os interlocutores, atitudes lúdicas da conversa-escrita teclada, buscas de expressividade, emoção

ou afetividade), dessa nova esfera de vida social, criam uma variedade de linguagem específica, desse novo modo de comunicação, e provocam a emergência de novos gêneros do discurso ciberespacial (COSTA, 2005).

Costa (2005) argumenta que por se tratar de um universo virtual, os textos escapam aos usuários por não possuírem ancoragem concreta e serem abertos a múltiplas interpretações, o que exige do usuário o desenvolvimento de algumas habilidades ou competências para ler e escrever. O contexto é reinterpretado cada vez que surge um ruído.

A estrutura enunciativa do texto impresso é linear e se confunde com a ordem das páginas, ao passo que nas hipermídias a organização do espaço enunciativo não é mais única, mas toma a forma de uma rede, cujas páginas se associam a muitas outras via (hiper) palavras ou palavras/expressões-chave (COSTA, 2005).

Segundo Barthes (1977), o texto nas hipermídias é composto de blocos de palavras, ou de imagens, conectados eletronicamente, com múltiplos percursos, numa textualidade sempre aberta e infinita. Ele é um leque de significantes e não uma estrutura de significados.

5 A SEMIÓTICA E A GESTÃO DO CONHECIMENTO

É relativamente fácil identificar a existência da dificuldade, em definir de forma simples e precisa, gestão do conhecimento. Talvez uma das causas seja que esse é um conceito que deveria, pelo menos em tese, estar sempre acompanhado de uma definição do que é conhecimento, para quem o construiu.

Um exemplo de como essa “parceria” pode auxiliar no entendimento de um conceito de gestão do conhecimento, pode ser percebido na exposição de Macintosh (1997), para ela "ativos de conhecimento" são o conhecimento de mercados, produtos, tecnologias e organizações que uma empresa tem ou precisa ter, que possibilita a seus processos de negócio gerar lucros, conquistar clientes, agregar valor etc.

No que concerne a gestão do conhecimento, na visão dessa autora, ela não se ocupa somente dos ativos de conhecimento, mas também dos processos que atuam sobre eles, que incluem desenvolver, preservar, utilizar e compartilhar conhecimento. Por isso, a gestão do conhecimento, segundo Macintosh (1997), consiste na identificação e análise dos ativos de conhecimento disponíveis e desejáveis, os processos relacionados a eles, assim como o planejamento e o controle das ações para desenvolvê-los (os ativos e os processos), visando atingir os objetivos da organização.

Nessa perspectiva, outra definição interessante, que embora, também mais antiga, permanece atual, é a de Denhan (1997), para ele, gestão do conhecimento inclui a auditoria dos "ativos intelectuais" que focaliza fontes, funções críticas e potenciais gargalos que podem impedir o fluxo normal do conhecimento, que inclui o desenvolvimento da cultura, e dos sistemas de apoio.

No que diz respeito a conceituação da gestão do conhecimento, na atualidade, no entendimento de Souza, Alvarenga Neto e Mendes (2007), embora tenha sido dedicada muita atenção à gestão do conhecimento na última década, o conceito ainda não é estável: o termo aparenta ser usado de maneiras diferentes em vários domínios e cada domínio clama para si que a compreensão parcial da temática represente a articulação definitiva do conceito.

Mesmo assim, para esses autores, a gestão do conhecimento é uma realidade nos meios acadêmicos e profissionais e não se pode ignorar isso, com base apenas na impropriedade terminológica ou instabilidade conceitual (SOUZA; ALVARENGA NETO; MENDES, 2007).

Por conseguinte, o que é perceptível, é que a gestão do conhecimento tem como ponto principal o ser humano, e que é fundamental para entendê-la, procurar compreender a

relação entre os modelos de gestão da informação e do conhecimento com os fluxos informacionais.

Para Valentim (2010), os fluxos de informação ou fluxos informacionais se constituem em elemento fundamental dos ambientes informacionais, de tal forma que não há ambiente informacional sem haver fluxos de informação e vice-versa.

As organizações dependem da dinâmica desses fluxos, que podem ser formais ou informais, e que, por sua vez, dependem da própria estrutura organizacional e da comunicação. Nesse sentido, é importante ressaltar que toda organização possui uma linguagem própria que, muitas vezes, é reconhecida na sua totalidade, apenas por seus colaboradores.

Segundo Vigotski (1998), a linguagem é que faz o homem, para ele, ela é uma representação sócio-cognitiva interacional.

A linguagem realizada através da comunicação informal (sem registro), por fala, gestos e/ou movimentos como, por exemplo, o olhar ou um sinal, se constitui nos fluxos informais de uma organização. A linguagem realizada através da comunicação formal (com registro) como, por exemplo, a escrita se constitui nos fluxos formais.

Em relação a comunicação, principal objetivo de qualquer tipo de linguagem, é plausível defender que na vida dos indivíduos e das sociedades, ela constitui fator mais importante que qualquer outro, e é sabido que ela ocorre através de signos.

Entre os sistemas de signos que exprimem ideias, que por sua vez permitem a comunicação, estão: a língua; a escrita; através de diferentes alfabetos; a linguagem dos surdos-mudos; os ritos simbólicos; às formas de polidez; os diferentes sinais etc..

De acordo com Terra ([20--]), a semiótica, enquanto ciência que estuda as estruturas linguísticas, e as formas de comunicação, conta, que o ser humano transmite, sem perceber, quase 700 mil sinais físicos diferentes, incluindo cerca de 1.000 posturas corporais, 5.000 tipos de gestos e 250.000 expressões faciais. Ou seja, o ser humano tem uma enorme capacidade natural de transmitir sinais, informações e conhecimento. E ele tem feito isto, com maior ou menor efetividade, há muito tempo na sociedade e nas organizações.

Na visão de Perez (2004), por meio da semiótica, é possível analisar a pertinência e o potencial comunicativo, de determinados signos utilizados por uma empresa, como por exemplo, a sua marca, considerando seus objetivos globais (PEREZ, 2004).

No contexto da semiótica, aplicada à gestão do conhecimento, a visão de Saussure (1995) sobre a língua, contribui para o seu entendimento, para ele, a língua, enquanto parte de uma linguagem, funciona como um princípio de classificação.

Sobre essa proposição de Saussure (1995), contida em um livro publicado originalmente em 1916, presume-se que na contemporaneidade, ela seja mais facilmente compreendida e aceita, em função, também, da ciência, entre muitas outras, de que as palavras, sob certo aspecto, abarcam conceitos (Teoria do Conceito de Dahlberg (1978)).

Em relação a proposta de utilizar a semiótica, enquanto disciplina científica, em processos de gestão do conhecimento, entende-se que ela deriva do atual contexto sócio histórico, relativo a segunda metade do século XXI, onde que as linguagens, especialmente as não-verbais, vem assumindo papéis cada vez mais significativos na vida das pessoas, que inclui o mundo dos negócios.

Estudos relacionando os temas comunicação e gestão do conhecimento vem indicando a necessidade de inserir a comunicação como um elemento chave da gestão do conhecimento (ASH, 2000; JENSEN, 1998).

Nesse sentido, Ash (2000), observa que uma comunicação efetiva é essencial para qualquer programa de gestão do conhecimento, e Jensen (1998), afirma que a comunicação e a gestão do conhecimento estão ligadas, sendo que a diferença entre uma e outra é que a gestão do conhecimento está voltada para a sistematização, retenção e reutilização do que a

organização necessita, e a comunicação é a responsável pelas interações, trocas, compartilhamentos.

Em vista da complexidade da problemática que envolve os signos, algumas teorias, incluindo as voltadas a administração, por exemplo, tem se deparado com questões que não conseguem abarcar, como a dinâmica dos significados, constituídos e trocados pelas pessoas (ANDRADE, 2008).

De acordo com Andrade (2008) no intuito de buscar auxílio para essas dificuldades de compreensão dos fenômenos organizacionais mais ligados às questões de significação, a Administração, que normalmente é amparada por teorias do campo da Economia ou da Psicologia, tem buscado respostas em áreas de conhecimento menos tradicionais como a Antropologia Visual, a Sociologia da Imagem e a Semiótica.

É pertinente ressaltar que, de acordo com Carneiro (2010), estudos semióticos vem sendo utilizados em várias mídias, resultando em um melhor entendimento, da natureza delas e, de como elas podem ser trabalhadas de forma mais efetiva.

São livros, *internet*, revistas, cinema, *outdoors*, anúncios publicitários, entre outras mídias que, somadas à velocidade de sua veiculação e à velocidade da atual cultura da hiper informação, desencadeiam a tendência de não olhá-las atentamente, e, conseqüentemente, não refletir sobre o que está sendo exposto.

Nesse sentido, vale ponderar sobre a observação de Castro (1995) de que geralmente, a palavra informação é usada para exprimir uma mensagem com significado. Esse autor explica que na teoria matemática da comunicação, a palavra informação é usada em um sentido particular, associada à liberdade de escolha que se tem ao selecionar uma entre as várias mensagens possíveis.

Nessa perspectiva pode-se supor que qualquer indivíduo, pode vir a ser alvo fácil de manipulação, em virtude do desconhecimento quanto ao conteúdo dos diferentes signos a que é exposto no seu dia a dia, que inclui o âmbito do seu trabalho.

Para Castro (1995), comunicação é o processo através do qual se procura influenciar o comportamento de outras pessoas. É preciso entender esse processo porque é através da comunicação que as atividades das empresas são coordenadas.

Administrar significa comunicar, salientando que comunicar envolve varias vias, e que comunicar visando algum tipo de resultado, requer planejamento, gestão.

Com base nessa exposição sobre gestão do conhecimento, e considerando a afirmação de Cassirer (1977), sobre o uso de signos na interação social e no pensamento, ser uma das características distintivas do ser humano, aliada ao entendimento que a comunicação baseia-se na codificação e decodificação de informações, ou seja, na associação de significados a mensagens, entende-se que o conhecimento das estruturas simbólicas seja muito importante para evitar confusões nos processos de comunicação.

Assim, então, a semiótica configura-se, numa importante ferramenta na decodificação desse complexo universo de signos que permeia a atual sociedade (CARNEIRO, 2010) e, conseqüentemente, suas organizações.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação e a semiótica são áreas de conhecimento inter, multi e transdisciplinares e relativamente jovens enquanto disciplinas científicas.

No entendimento de Fourez (1995) a constituição bem como o estabelecimento de qualquer disciplina científica envolve um período pré-paradigmático, mais ou menos longo, no qual as suas práticas ainda não estão bem definidas. Durante esse período, nem sempre existem formações universitárias precisas para formar especialistas na disciplina.

A semiótica enquanto disciplina deve ter como propósito contribuir, permanentemente, com a produção de conhecimentos capazes de sustentar ações culturalmente congruentes e tecnicamente competentes, que contribuam para a sua difusão enquanto ferramenta imprescindível aos processos de comunicação tão necessários em um momento em que a informação não é mais “um” recurso, mas sim “o” recurso que condiciona o sucesso organizacional (DRUCKER, 1993).

Sobre a aplicação da semiótica deve ser sublinhado que houve uma mudança/evolução, em certos domínios durante o final do século XX e início do século XXI.

Mesmo em países que investiam muito em estudos semióticos como Inglaterra, Itália e França, especialmente no início da década de 1990, a sua práxis era limitada ao estudo de estratégias persuasivas e mensagens publicitárias consistentes, ou seja, era utilizada a posteriori neste contexto.

Essa mudança proporcionou um alargamento no âmbito de ação dos estudos semióticos que passaram a explicar os motivos inerentes à ocorrência de determinados fenômenos comunicacionais. Contudo, continuavam a ser utilizados a posteriori.

Mas hoje se constata que esses estudos estão indo além de por que os fenômenos ocorrem para se dedicar ao que fazer para que eles ocorram. Trata-se de uma intervenção ativa, criativa, e dessa maneira eles começam a ser utilizados a priori (LÓPEZ, 2003).

O que mostra que a semiótica não é apenas útil para analisar o que já foi difundido pelos veículos de comunicação de massa, mas também antes da difusão, como ferramenta para compor as mensagens.

No entendimento de Compagno (2009), a análise semiótica deve ser encarada como uma técnica que oferece um mapa lógico para o reconhecimento, discriminação e entendimento do universo dos signos.

Essa proposição, aliada ao que foi abordado ao longo desse texto sobre a comunicação e seus processos, e o “status” da semiótica neles, faz com que a proposta de tornar estudos semióticos boas práticas, utilizadas a priori, nos processos de comunicação nas organizações, que entendem o valor de processos eficazes dessa natureza, seja muito atraente sob a perspectiva da gestão da informação e do conhecimento. Além disso, reitera a validade da semiótica enquanto disciplina, o que contribui para consolidá-la ainda mais como ciência e como prática social.

Ressaltando que, considerar a comunicação apenas como um dos processos, e/ou apenas sob o aspecto das tecnologias, em termos de gestão do conhecimento, é muito reducionista. E que nesse contexto, a comunicação deve ser vista como um elemento crucial no desempenho das atividades organizacionais, e subjacente a todas elas, uma vez que é responsável pelo compartilhamento do conhecimento, pela aprendizagem e pela difusão da cultura da organização.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, R. J. C. **Grupo de interesses em semiótica aplicada aos estudos organizacionais.** Blog, 2008. Disponível em: <http://semiotica.zip.net/>. Acesso em: 22 jun. 2013.

ASH, J. **Communication missing from KM's core strategies.** 2000. Disponível em: http://www.knowledgepoint.com.au/knowledge_management/Articles/KM_JA001.html. Acesso em: 22 jul. 2013.

A POLÍTICA EUROPEIA: a empresa no centro da inovação. **Informar Portugal**, n. 33, nov. 2004. Disponível em: <http://www.iapmei.pt/iapmei-nwl-02.php?tipo=0&id=782>. Acesso em: 27 jan. 2013.

BARBOSA, G.; RABAÇA, C. A. **Dicionário de comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BARTHES, R. **O prazer do texto**. São Paulo: Perspectiva, 1977.

BATESON, G.; RUESCH, J. **Comunicacion**: la matriz social de la psiquiatria. Buenos Aires: Paidós, 1965.

BERLO, D. K. **O processo de comunicação**: introdução à teoria e à prática. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BORGES, J.; RAMIRES, V. Da informação à liberdade: um percurso de conhecimento. **Intercom-RBCC**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 19-38, jul./dez. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/interc/v35n2/02.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2013.

BRANDÃO, H. H. N. **Introdução à análise do discurso**. Campinas: Editora da UNICAMP, 2002.

BRASIL, João Pompeu Souza. Fundamentos antropológicos da comunicação. In: SÁ, Adísia (Coord.). **Fundamentos científicos da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1973. p. 74-103.

CARNEIRO, Luis Carlos. **Aplicações atuais da semiótica**. 2010. Disponível em: <http://www.webartigos.com/artigos/aplicacoes-atuais-da-semiotica/34246/>. Acesso em: 28 jul. 2013.

CASSIRER, E. **Antropologia filosófica**. 2. ed. São Paulo: Mestre Jou, 1977.

CASTRO, D. M. **Conhecimento, administração e qualidade**: a gestão da qualidade total como processo cognitivo. 1995. 215 f. Dissertação (Mestrado em Qualidade) - Instituto de Matemática, Estatística e Ciência da Computação- IMECC, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1995. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/34184249/39/Signos-Simbolos-Linguagem>. Acesso em: 28 jul. 2013.

COELHO NETO, J. T. **Semiótica, informação e comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

COMPAGNO, C. F. L. **Análise semiótica e marcas**: um estudo exploratório. 2009. 148f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-07102009-152652/pt-br.php>. Acesso em: 28 jul. 2013.

COSTA, S. R. (Hiper)textos ciberespaciais: mutações do/no ler-escrever. **Caderno CEDES**, Campinas, v. 25, n. 65, abr. 2005. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-32622005000100008&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 12 fev. 2013.

DAHLBERG, I. Teoria do conceito. **Ciência da Informação**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 101-107, 1978. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/viewFile/1680/1286>. Acesso em: 20 jul. 2013.

DA MATTA, R. **Relativizando**: uma introdução à Antropologia Social. 6. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

DENHAN, G. **Views on knowledge and knowledge management**. Indianapolis: Campbell Ave, 1997.

DRUCKER, P. **Sociedade pós capitalista**. São Paulo: Pioneira, 1993.

FERREIRA, P. A importância da Semiótica para a Comunicação. Out. 2010. Disponível em: http://icesp.br/textualonline/index.php?option=com_content&view=article&id=192:a-importancia-da-semiotica-para-a-comunicacao&catid=2:opinioao&Itemid=6. Acesso em: 20 maio 2013.

FIDALGO, A. **A semiótica e os modelos de comunicação**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, [20--]. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-semiotica-modelos.html>. Acesso em: 15 jan. 2013.

FILOMENO JUNIOR. **O Processo de comunicação**. 2004. Disponível em: <http://www.slideshare.net/filomenojunior/unidade-1-texto-2-o-processo-decomunicao>. Acesso em: 20 jan. 2013.

FOUREZ, G. **A construção das ciências**: introdução à filosofia e a ética das ciências. São Paulo: UNESP, 1995.

GOULART, J. O.; FARIAS, C. C. Cultura, Comunicação e Cidadania: o caso do Centro Cultural do Banco do Brasil de São Paulo. **Intercom – RBCC**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 331-349, jul./dez. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/interc/v35n2/17.pdf>. Acesso em: 08 fev. 2013.

HOHLFELDT, A; MARTINO, L.; FRANÇA, V.(Org.) **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.

JENSEN, B. **Communication or knowledge management?: it's time to wake up and smell the koffee**. *Communication World*, 1998. Disponível em: <http://www.simplerwork.com/library/w2.htm>. Acesso em: 18 jul. 2013.

KAJI-MARKENFELT, A. **A transformação do macaco em homem**: o processo de hominização através da linguagem e do trabalho. Brasília: Instituto de Psicologia/Universidade de Brasília, 2006.

LOPES, A. R. C. Organização do conhecimento escolar: analisando a disciplinaridade e a integração. In: MAZZOTTI, A. J. et al. **Linguagens, espaços e tempos no ensinar e aprender**. 2. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LÓPEZ, M. **La semiótica mete la Cuchara**: de cómol a Semiótica saliódel aula y entró al salón del directorio. 2003. Disponível em: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n28/mlopez.html>. Acesso em: 05 fev. 2013.

MACINTOSH, A. **A position paper on knowledge asset management**. Artificial Intelligence Applications Institute, Edinburgh: University Edinburgh, 1997. Disponível em: <http://www.aii.ed.ac.uk/~alm/kam.html>. Acesso em: 30 jul. 2013.

MAYR, E. O impacto de Darwin no pensamento moderno. **Scientific American**, São Paulo, n. 17, Edição Especial p. 93-98, 2006.

MOYA, A. **Shazam!** São Paulo: Perspectiva, 1970.

NÖTH, W. **Handbook of Semiotics**. Bloomington: Indiana University Press, 1990.

OLIVEIRA, R. **Semiótica da cultura: conceitos gerais**. 1998. Disponível em: <http://www4.pucsp.br/cos/cultura/conceito.htm>. Acesso em: 14 mar. 2013.

PEREZ, C. **Signos da marca: expressividade e sensorialidade**. São Paulo: Editora Thomson Learning, 2004.

PEIRCE, C. S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1977.

PINEAU, G. Qu'est-ce qu'une discipline? **Interdisciplinarité et éducation permanente**. Montreal: Faculté de l'éducation permanente, Université de Montreal, 1980.

PIRES, D. A enfermagem, enquanto disciplina, profissão e trabalho. **Revista Brasileira de Enfermagem**, Brasília, set./out. 2009.

RESWEBER, J. P. **Le pari de la transdisciplinarité: vers l'intégration des savoirs**. Paris/Montreal: L'Harmattan, 2000.

SANTAELLA, L. **O Que é Semiótica**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1983.

_____. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

SANTAELLA, L.; NÖTH, W. **Imagem, cognição, semiótica, mídia**. 2. ed. São Paulo: Iluminuras, 1999.

_____. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2004.

SAUSSURE, F. **Curso de linguística geral**. São Paulo: Cultrix, 1995.

SOUZA, R. R.; ALVARENGA NETO, R. C. D.; MENDES, K. C. I. Mapeamento semântico através da análise de ocorrência de descritores sobre gestão do conhecimento. **Transinformação**, Campinas, v. 19, n. 1, p. 19-30, jan./abr. 2007. Disponível em: <http://200.18.252.94/seer/index.php/transinfo/article/view/617/597>. Acesso em: 01 ago. 2013.

TATTERSALL, I. Como nos tornamos humanos. **Scientific American**, São Paulo, n. 17, Edição Especial, p. 68-75, 2006.

TEIXEIRA FILHO, J. **Gerenciando conhecimento: como a empresa pode usar a memória organizacional e a inteligência competitiva no desenvolvimento de negócios**. Rio de Janeiro: Editora SENAC, 2001.

TERRA, J. C. C. **Storytelling como ferramenta de gestão**. Biblioteca Terra Fórum Consultores. [20--]. Disponível em: <http://biblioteca.terraforum.com.br/BibliotecaArtigo/Storytelling%20como%20ferramenta%20de%20gest%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 29 jul. 2013.

VALENTIM, M. L. P. (Org.). **Ambientes e fluxos de informação**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.

VIGOTSKI, L. S. **Pensamento e linguagem**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

VOLLI, Ugo. **Semiótica da publicidade**. Lisboa: Edições 70, 2004.

Artigo recebido em 21/05/2013 e aceito para publicação em 04/08/2013
