

## **A Semiótica e a disciplina “Comunicação e Expressão” em cursos tecnológicos**

**Danilo Luiz Carlos Micali<sup>1</sup>**

**Resumo:** Semiótica e Comunicação possuem uma intrínseca relação, pois os signos estão naturalmente inseridos no processo de comunicação. Ao retomar conceitos básicos de Semiótica e da Teoria da Comunicação, este artigo oportuniza uma reflexão sobre o papel da Semiótica na disciplina “Comunicação e Expressão” dos cursos tecnológicos oferecidos pelas Faculdades de Tecnologia (FATEC). Esta abordagem inclui a interface com a Comunicação Empresarial, considerando o meio organizacional, campo de trabalho do tecnólogo.

**Palavras-chave:** Semiótica; Comunicação; Comunicação Empresarial; Cursos Tecnológicos.

**Abstract:** Semiotics and Communication have an intrinsic relation, since the signs are naturally inserted in the communication process. By to recover basic concepts of the Semiotics and Communication Theory, this article gives opportunity to a reflection about the role of the Semiotics in the subject “Communication and Expression” of the technological courses offered by Technology Colleges (FATEC). This approach includes the interface with the Business Communication, considering the organizational environment, the working area of the technologist.

**Keywords:** Semiotics; Communication; Business Communication; Technological Courses.

### **1 Introdução**

A Comunicação e a Semiótica caminham juntas e suas origens se confundem no tempo e no espaço, desde a primeira vez em que o homem pré-histórico deixou sua marca (signo) na parede da caverna como recado para a posteridade. A partir do surgimento da comunicação verbal, constituída pelos sons da fala que também são signos, pode-se afirmar que o ato de comunicar incorpora naturalmente a produção de

---

<sup>1</sup> FATEC Itu – dlcicali@gmail.com

---

MICALI, D. L. C.

---

signos, de tal sorte que a ciência da comunicação e a ciência dos signos formam uma dicotomia.

Por isso, chega a ser impossível falar de semiótica sem falar em comunicação, pois ambas estão presentes em todas as situações vivenciadas pelo homem no decurso de sua vida, do nascimento até a morte. A comunicação ocorre socialmente em diferentes ambientes e contextos, e entre variados emissores e receptores (ou destinadores e destinatários), embora nos comuniquemos com nós mesmos quando estamos sós, pelo pensamento, lembrança e memória. Por sua vez, o signo (sinal) e o texto (conjunto de signos), objetos de estudo da semiótica, se inserem naturalmente no processo de comunicação, pois em seu cotidiano o homem não apenas produz signos e textos, mas os lê e os interpreta nas coisas, nas pessoas, no mundo, enfim. E no ambiente de trabalho não é diferente, pelo contrário; tendo em vista a proliferação de gêneros textuais no âmbito organizacional, de há muito foi reconhecida a importância da comunicação nas várias esferas empresariais, a ponto de se reconhecer que a empresa com deficiência nessa área está fadada a ter sérios problemas.

Por outro lado, na esteira do avanço tecnológico está o progresso dos sistemas de informação e comunicação. A cada dia que passa a tecnologia abre novas “portas” que não apenas facilitam a criação e a circulação de notícias, mas tornam o seu fluxo mais ágil, de maneira a chegar aos receptores com extrema rapidez. Neste sentido, a internet constitui-se na principal ferramenta utilizada pelos usuários, pois através dela é possível obter-se qualquer informação de todas as áreas do conhecimento, que podem ser lidas, assimiladas e atualizadas, estando disponíveis para o público na infinidade de sites que proliferam na web. Assim, qualquer web site acessado na grande rede se apresenta repleto de uma gama variada de imagens, formas, sons, cores, links, palavras e textos (escritos e audiovisuais); ou seja, todos os signos que a imaginação humana consegue criar no ciberespaço, fato que por si já justifica a inclusão da Semiótica como conteúdo da disciplina “Comunicação e Expressão”.

## **2 Comunicação, Semiótica e Comunicação Empresarial**

A relevância da comunicação na história do homem é incontestável, pois a maneira como vivemos e nos conduzimos socialmente sempre foi regida pela informação que nos é transmitida de vários modos, seja por meio da linguagem verbal, seja através de sons, imagens, entre outros códigos existentes. Neste sentido, considera-se a linguagem (ou código) um sistema estruturado de signos, enquanto o texto pode ser visto como um conjunto ordenado de signos, sendo ambos considerados objetos de estudo da Semiótica.

De acordo com Nöth (1995, p.19), o ancestral mais antigo da Semiótica pode ser encontrado na história da medicina grega, mais especificamente na diagnóstica (estudo diagnóstico dos signos das doenças), referida como “a arte semiótica” (*semeiotikón meros*) da medicina. Alguns dicionários consideram “semiótica” e “semiologia” vocábulos sinônimos, e este último também na acepção de sintomatologia (estudo dos sintomas das doenças), uma alusão à origem medicinal do termo.

Do ponto de vista semiótico, a força da comunicação reside na sua multiplicidade de formas, incrivelmente diversificadas atualmente, sendo a imagem considerada o ícone (signo) do terceiro milênio, havendo mesmo quem diga que “uma imagem vale mais que mil palavras”. Apesar de haver quem defenda a autonomia da imagem, a semioticista Santaella (2005) considera a intimidade e variedade da relação entre a imagem e seu contexto verbal, pois tanto a imagem pode ilustrar o texto verbal como o texto pode esclarecer a imagem na forma de um comentário. Assim, ambos se completam, pois a imagem apenas parece insuficiente sem o texto. E nesta era digital, as mensagens midiaticizadas nos chegam a todo instante não apenas por imagens, mas através de palavras, sons, cores, formas, gestos, expressões faciais (caretas, sorrisos, entre outras); de maneira que somos praticamente “bombardeados” por toda espécie de signos, textos e códigos que nos compete ler e interpretar. Isto teria um lado negativo, porque o excesso de informação, justamente por ser excessivo pode se tornar ruído, e interferir na eficácia da comunicação.

---

MICALI, D. L. C.

No meio profissional, a comunicação abrange os vários setores da empresa, o que faz aumentar-lhe o grau de importância e complexidade. É lógico pensar que, para crescer, a empresa tende a criar uma imagem de si “politicamente correta” para o público, a fim de lhe conquistar a simpatia. Por conseguinte, deve passar (comunicar) ao seu público-alvo e à comunidade onde se insere uma atitude de respeito ao meio ambiente no sentido de preservá-lo; deve preocupar-se em manter e conquistar novos clientes; deve também saber operacionalizar o sistema de comunicação interna, uma vez que a riqueza da empresa está em seus funcionários; e ainda deve aprender como relacionar-se com governantes e políticos, além de saber lidar com a propaganda e a promoção da venda de seus produtos (NASSAR; FIGUEIREDO, 2007). Isto tudo é feito pela comunicação; portanto, pode-se dizer que a comunicação empresarial abrange a somatória de todos os atos comunicativos da empresa.

### **3 Os elementos da Comunicação e a Comunicação Empresarial**

A tradicional teoria da comunicação tem considerado a presença de seis elementos básicos no processo de comunicação: **emissor**, **mensagem**, **receptor**, **canal**, **código** e **referente**, sem contar o **contexto** (espaço-temporal) de transmissão da mensagem. O emissor é quem transmite a mensagem, não sendo necessariamente o autor ou a fonte. A mensagem seria o conteúdo transmitido, que não se confunde com o referente textual (assunto ou tema) discutido. O canal de transmissão é bem diversificado, podendo ser desde um canal sonoro, a voz (cordas vocais); visual (escrita impressa no papel, fotos, imagens, formas), sendo através do canal que a mensagem chega ao receptor e é decodificada. Neste sentido, em cursos de graduação da área tecnológica, a abordagem de noções elementares do processo de comunicação, de que trata a disciplina “Comunicação e Expressão”, tem-se revelado um pouco restrita e talvez insuficiente, considerando o campo de trabalho básico do futuro tecnólogo: o meio empresarial. Por isso, a certas referências, como Blikstein (2006) e Vanoye (2003), deveriam ser acrescentadas obras recentes mais focadas na comunicação

empresarial, a exemplo de Tomasi e Medeiros (2009), Nassar e Figueiredo (2007), ou Maximiano (2007), de maneira a complementar a bibliografia dos cursos.

No ambiente empresarial é por meio da comunicação que ocorre a troca de experiências, informações e conhecimento. Tendo em vista a eficácia desse processo, é mister que não ocorram quaisquer interferências (“ruídos”), tais como: dificuldades de expressão da parte do emissor, excesso de mensagens, desatenção do receptor, entre outros ruídos (propriamente ditos) de qualquer espécie. De acordo com Maximiano (2007), existiriam três fontes de dificuldade que impedem a efetivação do processo de comunicação, que esse autor chama de Obstáculos à Eficácia da Comunicação. Em relação ao emissor essas dificuldades seriam: falta de disposição para falar, excesso de mensagens, complexidade das mensagens, incorreção da linguagem e codificação incorreta. Quanto ao destinatário, Maximiano (2007) aponta as seguintes dificuldades: falta de disposição para ouvir, desatenção, e reação apressada às mensagens recebidas. E, finalmente, esse autor considera como dificuldades do processo de comunicação em si: a falta de sistema comum de códigos e do esperado *feedback*.

Para os estudiosos da teoria da comunicação (BLIKSTEIN, 2006), o que comprova a eficácia do processo é a inexistência de ruído ou interferência na transmissão da mensagem, pois normalmente se espera uma resposta da parte do receptor (*feedback*). Por isso, o emissor deve sempre se perguntar se o destinatário entendeu a mensagem, a fim de lhe dar o retorno desejado, prova de que a comunicação realmente se efetivou.

#### **4 A Semiótica no Processo de Comunicação**

A Semiótica deu seus primeiros passos como ciência com o filósofo John Locke, que, em 1690, chegou a postular uma “doutrina dos signos” denominada “*semeiotiké*” (NÖTH, 1995, p.18). Mas a “ciência dos signos” firmou-se apenas no século XX, dando origem a duas vertentes principais: uma iniciada com Saussure, chamada Semiologia, “ciência que estuda a vida dos signos no quadro na vida social” (ECO, 2007, p. 9); e a outra defendida por Peirce, denominada Semiótica, “a doutrina da natureza essencial e

---

MICALI, D. L. C.

das variedades fundamentais de cada semiose possível” (p. 10), que estuda todos os signos e códigos (ou linguagens) possíveis.

Uma vez que a Semiótica investiga toda e qualquer linguagem utilizada no processo de comunicação, o seu *corpus* de estudo se revela bastante amplo, pois o número de códigos (linguísticos e não linguísticos) existentes é muito grande. Por linguagem entende-se “um sistema de signos socializado”, segundo Benveniste (1977), o que define o caráter e a função social de comunicação da linguagem. Assim, a linguagem (ou código) é o instrumento de que a comunicação não pode prescindir, pois não há comunicação sem linguagem.

Saussure definiu o signo como entidade de dupla face (significante/significado), pois a todo significante (forma) corresponde um significado (conceito ou ideia), concepção que influenciou as definições que se seguiram. Em outras palavras, Saussure tacitamente via o signo “como um ARTIFÍCIO COMUNICATIVO de dois seres humanos comunicando-se e exprimindo algo.” (ECO, 2007, p. 10).

Segundo Peirce, “um signo é qualquer coisa que *está para alguém no lugar de algo sob determinados aspectos ou capacidades*” (p. 10). Veja-se que a própria forma triádica e piramidal utilizada por Peirce para representar o signo constitui um signo, conforme a Figura 1, mostrada a seguir.

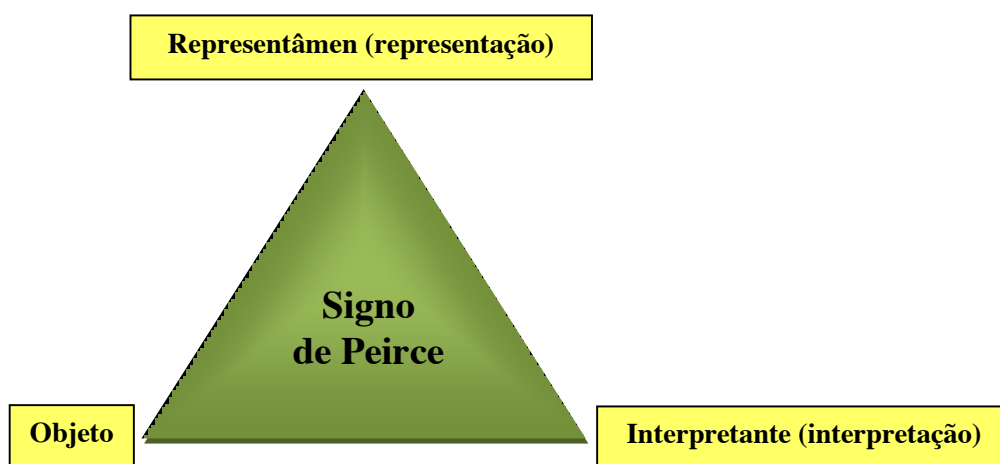


Figura 1. Representação do signo triádico de Peirce. (do autor).

Como diz Santaella (1983, p. 2), “o signo é uma coisa que representa uma outra coisa: seu objeto. Ele só pode funcionar como signo se carregar esse poder de representar, substituir uma outra coisa diferente dele”. Charles Sanders Peirce foi sobretudo lógico e filósofo, pois queria entender como se dá a produção de sentido na mente humana. Uma vez que o homem vive em sociedade e que as relações interpessoais são essencialmente comunicativas, pode-se dizer que todo ato comunicativo provoca sentido porque supõe estímulo e resposta. Ou seja, o sentido surge da interação comunicativa, razão pela qual se entende a Semiótica como a ciência que estuda em profundidade a comunicação humana e não humana, e cujo objeto de estudo são as inúmeras linguagens (códigos), consideradas como sistemas estruturados de signos.

Além das centenas (ou milhares) de línguas existentes no mundo (considerando os idiomas indígenas), são exemplos de linguagem as placas de trânsito (código de trânsito), a gestualização (código LIBRAS), as diversas coreografias, as palavras faladas, escritas e lidas, a música, a culinária, os sons emitidos pelos animais, o código genético, as convenções sociais, as belas artes (literatura, cinema, teatro, pintura, escultura, arquitetura, grafite), as linguagens cibernéticas, entre outros códigos existentes. Neste sentido, qualquer dos códigos supracitados pode constituir o que se entende por “texto”, definido por Barros (2000, p. 7) como um “todo de sentido” pela sua estrutura, e como objeto da comunicação entre um destinador e um destinatário.

De acordo com Lúcia Santaella (1983, p. 2), “Semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significação e de sentido”. Logo, toda representação que transmite algum significado para alguém constitui um fenômeno de comunicação a ser estudado pela Semiótica, pois os signos são mediadores entre os seres humanos e o real. Aliás, mais do que isso, pois tudo é constituído por signos, segundo Santaella (1992, p. 65):

Quando pensamos estar nas coisas, estamos no signo. O signo representa alguma coisa, que não é ele mesmo, para alguém. Isto é, produz nesse alguém um efeito de pensamento ou quase pensamento. Este efeito já é outro signo. Respondemos ao signo com outro signo. Somos presas dessa cadeia infinita da qual não podemos escapar. [...]

MICALI, D. L. C.

---

Estamos no mundo como qualquer outro animal, corpos físicos e sensíveis que respondem e reagem. Contudo, nossas respostas, mesmo quando parecem diretas e imediatas, são mediadas pelo pensamento que é signo.

De maneira instintiva e natural, ao longo da vida utilizamos os cinco sentidos para perceber e vivenciar o mundo a nossa volta, mas também aprendemos a abstrair para poder ler e interpretar certos signos da realidade. Consoante a lógica peirceana, não apenas os signos estariam em nosso entorno e em nós, mas nossos pensamentos também seriam signos, além das ideias, sentimentos e sensações; tudo enfim se resume a signos que lemos, interpretamos e produzimos o tempo todo. Diariamente emitimos os mais diferentes signos quando nos comunicamos, perceptíveis em nossa aparência exterior, na maneira como nos vestimos, andamos, falamos, gesticulamos; ou seja, cada pessoa constituir-se-ia, individualmente, num conjunto de signos (“um texto semiótico”), sujeito a leituras e interpretações diversas.

Por outro lado, os conhecimentos de Semiótica certamente permitem ao aluno ampliar uma possível noção reduzida ou limitada de “texto”, até porque a multiplicidade textual tornou-se signo da era digital, onde encontramos textos diversos (imagem, áudio, vídeo, link, animação, texto escrito) contidos num só, o que já define o tão famoso **hipertexto**, tal como se configuram as páginas e portais da web atualmente. Considera-se que o hipertexto seja produto da intertextualidade, que Marisa Lajolo chama de “intermidialidade” e define como “a inter-relação entre diferentes *mídia*, tais como imagem/som/movimento e texto mutuamente enredados, que é o que o computador permite.” (2005, p. 34).

Parece assim que a intertextualidade veio atingir sua plenitude justamente agora, no terceiro milênio, quando a tecnologia permite “a passagem instantânea de um mídia a outro, e de uma linguagem a outra, em razão de terem sido todas as linguagens particulares (a verbal, a visual, a sonora, a animação) traduzidas na linguagem única das informações arquivadas em computador: em *bits*.” (p. 35).

Considerado o pai da Semiótica, Peirce (2008) estudou os signos a fundo, e sua vasta teoria é embasada na Lógica, Filosofia, Metafísica, Psicologia, entre outras ciências, através das quais estabeleceu, dentre várias outras proposições, relações triádicas e tricotômicas para os signos, sugerindo uma tipologia que os divide



basicamente em **ícone, índice e símbolo**. Segundo sua lógica abstrata, a produção de sentido que ocorre na mente humana (e na natureza) é um processo que não está nas coisas tomadas isoladamente, mas surge da relação entre elas, e depende de interpretação. De acordo com seu raciocínio, a apreensão da realidade através dos signos ocorreria em três momentos denominados categorias fenomenológicas, a saber: Primeiridade, Secundidade e Terceiridade, as quais, no seu conjunto, constituem a **Semiose**, que pode ser representada pelo seguinte esquema sígnico (Figura 2):

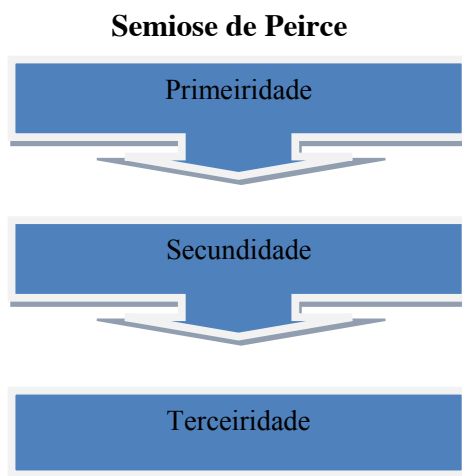


Figura 2. Representação da Semiose peirceana (do autor).

Estas categorias (ou etapas) da Semiose, também denominada “Objetivação da Realidade” compreendem um amplo leque de significações, dentre as quais, resumidamente, estariam as seguintes:

A Primeiridade seria a categoria do desprevenido, o primeiro contato com o signo, a percepção mais superficial da sua presença;

A Secundidade, por sua vez, seria a reação imediata ao estímulo provocado na Primeiridade; e a Terceiridade, finalmente, o momento da inferência, de estabelecer relações, associações, reflexão e conclusão sobre o evento acontecido.

Além disso, Peirce definiu três tipos ou espécies de signo:

– **Ícones** (Quali-signos) – signos que se assemelham muito ao objeto representado, pois representam as suas qualidades, sendo ícones desse objeto; uma

MICALI, D. L. C.

---

simples impressão que excita nossos sentidos. Exemplos: imagens, fotos, desenhos, caricaturas, entre outros;

– **Índices** (Sin-signos) – são em si algo material, real e concreto que representam um objeto por se apropriar de uma parte dele; são índices (indícios) dos objetos que representam, porque indicam por similaridade o universo do qual este (objeto) faz parte, possuindo uma relação física com o objeto. Podem ser Naturais, tais como: nuvem carregada (indício de chuva iminente), enxurrada (indício de que choveu), nervosismo (sinal de insegurança, timidez) entre outros; e Artificiais, tais como as setas indicativas, da realidade e da tela do computador (ciberespaço);

– **Símbolos** (Legi-signos) – são signos gerados por leis, convenções, pactos coletivos (culturais); são chamados símbolos quando se pensa na relação deles com o objeto, porque trazem em si informações que lhes são atribuídas nas convenções sociais. Exemplos: letras do alfabeto, placas de trânsito, entre outros.

Em seu *Tratado Geral de Semiótica*, além de registrar o estágio científico atual da disciplina, Umberto Eco promove uma crítica da semiótica pura e da semiótica prática, ao resumir com coerência pontos importantes da Semiótica (Peirce) e da Semiologia (Saussure), procurando dissipar dúvidas e unir ideias semelhantes expostas de formas diferentes. Ao propor a definição de signo como “tudo quanto, à base de uma convenção social previamente aceita, possa ser entendido como ALGO QUE ESTÁ NO LUGAR DE OUTRA COISA” (ECO, 2007, p. 11), ele introduz novos conceitos em relação aos tipos de signos que considera existir, tais como diagramas (signos que representam relações abstratas), fórmulas lógicas (químicas e algébricas), emblemas (figuras às quais associamos conceitos), desenhos (correspondentes aos ícones e às inferências naturais, os índices ou indícios de Peirce), as equivalências arbitrárias (símbolos de Peirce), e finalmente, os sinais (como os que compõem o código da estrada, aos quais está associado um conjunto de conceitos).

**5 A Semiótica na Comunicação Empresarial**

A internet tornou-se espaço privilegiado em relação à presença dos signos existentes na realidade, os quais foram transportados para a web, que se constitui assim, num excelente campo de aplicação dos conceitos assimilados em Semiótica. Na verdade, pode-se afirmar que a internet revolucionou e democratizou o sistema de comunicação, a troca de informações e o acesso ao conhecimento, a ponto de se ter, hoje em dia, milhões (ou bilhões) de pessoas conectadas a um só tempo na grande rede.

Por outro lado, a Semiótica, que já foi chamada de “teoria dos atos comunicativos”, se insere normal e naturalmente na comunicação empresarial, em todas as suas esferas e aspectos, inclusive no que tange ao sistema de comunicação interno da empresa, que merece atenção especial dos gestores, por geralmente constituir-se em ponto crítico desse processo (TOMASI; MEDEIROS, 2009). Quanto a isso, há empresas que ainda não dispensam à comunicação interna a mesma atenção que dão à externa, e não a tratam de maneira estratégica e sistêmica, como se não fosse igualmente importante. As consequências desse erro podem ser graves e irreparáveis, pois se a comunicação não circula internamente, o funcionário sem acesso a informações pode desconhecer a empresa onde trabalha.

Nesse sentido, as empresas têm ao seu alcance as linguagens (ou códigos), textos e signos, geralmente muito apropriados e bem vindos nas organizações, tais como, jornais, revistas, boletins informativos, vídeos, painéis eletrônicos, folhetos, jornais-murais, entre outros possíveis. Além disso, também há formas de comunicação mais direta, a exemplo das reuniões setoriais, palestras, apresentações culturais, e o próprio diálogo cotidiano no ambiente de trabalho. Dificilmente o funcionário mal informado sentir-se-á motivado a engajar-se nas metas e objetivos traçados pela empresa, já que os desconhece parcial ou inteiramente, e, sem condições de corresponder ao que se espera dele, ficará alijado do processo.

Na verdade, a comunicação empresarial interna vai além da mera divulgação de notícias e informações aos funcionários, pois tem a ver, no sentido mais amplo, com a própria identidade e filosofia da empresa, razão pela qual deve ser contínua, porque supõe comprometimento com a cultura organizacional. Em vista disso, a comunicação

---

MICALI, D. L. C.

direcionada ao público interno deve ter e passar credibilidade, a fim de obter o apoio dos funcionários para que a organização prospere e cresça, gerando lucro e bem estar para todos.

## **6 Aspectos metodológicos da disciplina “Comunicação e Expressão”**

Em cursos de graduação da área tecnológica, a abordagem dos elementos do processo de comunicação (emissor, mensagem, receptor, canal, código e referente, além do contexto espaço/tempo) pode suscitar algumas dúvidas. Há alunos que confundem o referente textual com a mensagem, e esta com alguma ideia, moral ou ensinamento implícitos no texto. No entendimento dos alunos, às vezes se percebe certa confusão em relação ao canal e ao código, como num texto composto apenas por imagens, por exemplo, em que o canal seria visual e o código imagético.

O assunto Semiótica é apresentado em classe por meio de aulas expositivas, normalmente em dois encontros semanais e sucessivos. No embasamento teórico são apresentadas as três principais vertentes de estudo, quais sejam, a Semiologia de Saussure, a Semiótica de Peirce, e a Semiótica Cultural de Eco, que resume as anteriores. Mais especificamente, são fornecidas as concepções de signo de cada estudioso. O signo de Peirce, como já vimos, é triádico, composto por **representâmen**, **interpretante** e **objeto**. Já o signo de Saussure é, a princípio, formado apenas por **significante** e **significado**, embora fique implícito um referente físico (que corresponderia ao objeto de Peirce). Finalmente, para Eco, o signo seria dual e cultural – **qualquer coisa que signifique qualquer coisa para alguém**.

Antes de aprender e apreender o conteúdo de Semiótica, o único signo geralmente conhecido pelos alunos é o do Zodíaco, e mesmo a noção de “texto” lhes é, de certo modo, um tanto limitada. A maioria dos estudantes considera como “texto” apenas o tradicional texto escrito, um conceito restrito assimilado no ensino básico que trazem para a faculdade. Em relação ao signo, os alunos parecem entendê-lo como a representação (*representâmen*) de algo ausente (*objeto*), interpretada por alguém

presente (*interpretante*) que lhe atribui significado, embora este último possa não ser necessariamente uma pessoa, de acordo com Eco (2007).

O conteúdo de semiótica na disciplina de Comunicação de Expressão não se limita ao material teórico, evidentemente. A prática do conhecimento adquirido consiste na apresentação de seminários em grupo, nos quais os alunos demonstram o que assimilaram do assunto Semiótica, por meio da indicação da tipologia do signo peirceano em páginas ou portais da web, bem como exemplos da Semiose peirceana, psicologia das cores (que também são signos), do signo linguístico de Saussure, além do relativismo semiótico de Umberto Eco (2007).

Esse autor considera o componente cultural fator preponderante no processo de leitura e/ou interpretação signica. Ora, isso abrange desde a cultura a qual pertence o indivíduo, segundo a sua nacionalidade, até a bagagem pessoal de conhecimentos dele, de tal forma que “a cultura deveria ser estudada na sua totalidade como um fenômeno de comunicação baseado em sistemas de significação” (ECO, 2007, p. 16), ou seja, em sistemas de signos. Ao tratar a cultura como fenômeno semiótico, Eco (2007) eleva a Teoria Semiótica ao patamar da Teoria Geral da Cultura.

Além dos seminários apresentados em aulas sucessivas (que precedem a primeira prova), os grupos devem elaborar um relatório sobre o que foi apresentado e o conhecimento assimilado pelos integrantes. Uma conclusão recorrente tem sido relatada: a de que lhes foi interessante observar que muito do que o homem percebe pelos seus cinco sentidos pode ter um sentido oculto que ativa uma parte inconsciente do cérebro, e mais interessante ainda é conseguir perceber isso conscientemente, o que se torna possível graças a Semiótica.

## **7 Conclusão**

A sociedade globalizada vive atualmente a mudança da era industrial para a era do conhecimento, momento em que a comunicação nunca esteve tão em alta, pois tanto em nível pessoal quanto profissional, as mensagens chegam cada vez mais rapidamente, o que também demanda rapidez na decodificação e no *feedback*.

MICALI, D. L. C.

---

Uma vez que os signos da realidade foram transportados para o ciberespaço, o espaço virtual tornou-se terreno fértil para a representação sónica, e para sua leitura e interpretação. Isto certamente explica porque o assunto Semiótica cresceu em importância na área tecnológica, razão de ter sido incluído no conteúdo da disciplina “Comunicação e Expressão” em cursos de graduação – Gestão da Tecnologia da Informação, e Análise e Desenvolvimento de Sistemas.

Enfim, não se pode esquecer que a comunicação é, de certo modo, inevitável. Não apenas o corpo fala através dos sinais (signos) exteriores, mas o comportamento e atitudes dos alunos também dizem muita coisa, inclusive comunicam o seu entusiasmo em relação ao assunto novo em questão (até então desconhecido para eles), bem como os raros casos de falta de interesse pelo conteúdo Semiótica, da disciplina “Comunicação e Expressão”.

## **7 Referências Bibliográficas**

- BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria semiótica do texto**. 4. ed. São Paulo: Ática, 2000.
- BENVENISTE, Emile. **Problemas de lingüística geral**. São Paulo: Editora Nacional, 1977.
- BLIKSTEIN Isidoro. **Técnicas de Comunicação Escrita**. S.Paulo: Ática, 2006.
- ECO, Umberto. **Tratado geral de semiótica**. Tradução Antônio de Pádua Danesi e Gilson Cesar Cardoso de Souza. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- LAJOLO, Marisa. Do intertexto ao hipertexto: as paisagens da travessia. In: ANTUNES, Benedito (org.). **Memória, literatura e tecnologia**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2005.
- MAXIMIANO, Antonio César Amauru. Comunicação Gerencial. In: \_\_\_\_\_. **Introdução à Administração**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2007. pp. 295-313.
- NASSAR, Paulo; FIGUEIREDO, Rubens. **O que é comunicação empresarial**. São Paulo: Brasiliense, 2007.
- NÖTH, W. **Panorama da Semiótica**: de Platão a Peirce. São Paulo: Annablume, 1995.
- PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. Trad. José Teixeira Coelho Neto. 4 ed. São Paulo: Perspectiva, 2008.
- SANTAELLA, Lucia. **A assinatura das coisas**: Peirce e a literatura. Rio de Janeiro, Imago, 1992.
- \_\_\_\_\_. **O que é Semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- SANTAELLA, L. e NÖTH, W. **Imagem: Cognição, Semiótica, Mídia**. São Paulo: Iluminuras, 2005.

TOMASI, Carolina ; MEDEIROS, João Bosco. **Comunicação Empresarial**. 2.ed . São Paulo: Atlas, 2009.

VANOYE, Francis. **Usos da linguagem**. S.Paulo: Martins Fontes, 2003.