

A semiótica Peirciana e a Teoria das Representações Sociais - aplicações no campo da Comunicação Organizacional¹

Ma. Ana Carolina Lopes²

Dr. Robson Dias³

Dra. Luiza Mônica de Assis Silva⁴

Dr. Victor Márcio Laus Reis Gomes⁵

Resumo: o objetivo deste artigo é apresentar, distinguir e comparar o modelo semiótico, desenvolvido por Charles Sanders Peirce e a Teoria das Representações Sociais, de Serge Moscovici. Ambos os paradigmas atuam no contexto entre o conceito e sua percepção e buscam transformar o estranho em familiar. As duas correntes teóricas também estão cada vez mais presentes em estudos relacionados ao campo da comunicação. Como procedimento metodológico utilizou-se de pesquisa bibliográfica. Após esse estudo epistemológico, é possível concluir que tanto a Semiótica quanto a Teoria das Representações Sociais possuem afinidades e interesses comuns. Acredita-se que ambas podem contribuir para pesquisas mais profundas, sejam elas no campo da comunicação ou em outra área do saber relacionada à percepção e à cognição.

Palavras-chave: Comunicação Organizacional. Teorias da Comunicação. Semiótica. Representações Sociais. Sentidos. Representação.

Introdução

O artigo tem como lugar de fala o campo da Comunicação Organizacional como concentração, mas suas possibilidades teóricas relativas a fenômenos que toquem a cognição humana, evocados nas teorias das representações e nas teorias das percepções. Neste sentido, são norte as aplicações recentes em *Teoria das Representações Sociais* (MOSCOVICI, 2012) com aporte a

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Artigo produzido no âmbito do curso de Informação Cognição e Estratégias em Comunicação (da Linha Processos Comunicacionais nas Organizações) e no curso de Teorias da Comunicação, currículo comum, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Católica de Brasília - PPGCOM/UCB, no 1º/2015.

Este artigo recebeu incentivo financeiro da Bancorbrás (créditos optativos, obrigatórios e disciplinas tutoriais) para sua produção

² Mestranda em Comunicação do PPGCOM/UCB, na linha de Processos Comunicacionais nas Organizações. É jornalista com especialização lato sensu em Comunicação estratégica nas organizações.

³ Relações Públicas, Jornalista, mestre e doutor em Comunicação. Pesquisador no PPGCOM/UCB, linha Processos Comunicacionais nas Organizações (PPGCOM/UCB). robson.dias@ucb.br

⁴ Jornalista, Cientista Política, mestre em Ciência Política e doutora em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações (PSTO). Pesquisadora no PPGCOM/UCB, linha Processos Comunicacionais nas Organizações. luiza.silva@ucb.br

⁵ Publicitário, mestre em Administração e doutor em Comunicação. Pesquisador no PPGCOM/UCB, linha Processos Comunicacionais nas Organizações (PPGCOM/UCB). victorlaus@gmail.com

fenômenos estudados na Comunicação Organizacional (SILVA, 2014; GLERIAN, 2016; COSTA, 2016; SOUZA, 2016; BRAGA, 2013). E também: os trabalhos aplicados na área de Comunicação Organizacional baseados em Semiótica (BUENO, 2012; CAMPOS, 2013; CAVALCANTE, 2016; CAVALCANTE, 2015; CODEVILA, 2015; COELHO, 2011; FERREIRA, 2011; MACHADO, 2010; MENEZES, 2014; PEREIRA, 2010; PORTO, 2015; ROSA, 2013). Ambas as perspectivas citadas, com foco em processos comunicacionais nas organizações: que também é o nosso foco. Neste contexto, ressalta-se um escopo maior do que a Comunicação Organizacional como espaço no qual ocorram estes fenômenos, ao ampliarmos para possibilidades entre a *Teoria das Representações Sociais* e Semiótica, em relação a todo o campo teórico da Comunicação de Massa (PAVARINO, 2003, 2004).

Representar é trazer à memória, significar, simbolizar. Segundo Moscovici (2003), a origem das representações, numa visão sociológica, começou com Durkheim⁶. No entanto, na perspectiva da Psicologia, o primeiro passo foi dado por Piaget⁷ ao investigar a representação de mundo da criança. Para ele, uma representação é a capacidade de pensar um objeto por meio de outro. Dessa forma, representar é tornar presente.

Ainda como destaca Moscovici, toda representação possui expressões, imagens e linguagens que realçam e simbolizam atos e situações que nos são ou nos tornam comuns. Justifica-se dessa forma a aproximação dos conceitos de representação e semiótica. Diante disso, este artigo busca aproximar as bases epistemológicas da *Teoria das Representações Sociais*, proposta por Moscovici e o modelo semiótico desenvolvido Charles Sanders Peirce.

Para Peirce (2000) um signo, ou *representamen*, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo representa algo para alguém. Dessa maneira, dirige-se a alguém, na mente desta pessoa a outro signo, ou seja, o signo é uma representação do objeto. Já Moscovici (2003) define que as representações sociais são criadas para tornar familiar o não familiar, associar o que causa estranhamento a conceitos que nos são familiares. Amon (2001) é uma das raras autoras que se inserem nessa discussão: *Representações sociais e Semiótica: um diálogo possível*. A autora ressalta ainda que, tantos os signos, quanto as representações sociais: ambos são construídos com bases em

⁶ Durkheim, Émile (1858-1917) Sociólogo e filósofo francês considerado o fundador da sociologia científica. Procurou elaborar uma ciência do fato social e exerceu grande influência no desenvolvimento da sociologia no séc.XX (Dicionário Básico de Filosofia, 2001)

⁷ Jean Piaget (1896-1980) foi um dos nomes mais influente no campo da educação durante a segunda metade do século 20. Considerava que "a natureza de uma realidade viva é revelada não só por suas etapas iniciais nem por suas etapas terminais, mas pelo processo mesmo de sua transformação". Sua influência na psicologia e na pedagogia, bem como na filosofia, sobretudo no campo da teoria do conhecimento, foi considerável (Ibdem)

práticas e saberes num acordo, entre os membros de uma cultura, para usá-los como representantes da realidade.

Desta forma, delineando o escopo: este artigo propõe uma sucinta análise de ambas abordagens e justifica-se pela importância das duas correntes na Comunicação. Com isso, deseja-se compreender seus elementos teóricos e sistematizá-los para que possam contribuir para pesquisas mais aprofundadas (vide comparação do quadro 1).

No desenvolvimento deste trabalho, além da pesquisa relacionada aos dois principais autores, Peirce e Moscovici, foram examinadas importantes contribuições acadêmicas, por meio de artigos já publicados. O estado da arte em questão traz importantes autores como Amon (2001), Pavarino (2003), Fávero (2005), Iasbeck (2004), Silva (2011), Costa (2001), Sá (1998), Santaella (2012), entre outros.

Amon (2001) analisa as condições históricas e conceituais de um possível diálogo entre as duas teorias. Pavarino (2003) traz à tona o estudo das Representações Sociais e sua pertinência em pesquisas de comunicação de massa. A autora reforça os dois principais conceitos que contribuem significativamente para o princípio da transformação do não familiar em familiar: os processos de ancoragem e objetivação.

O processo de ancoragem, que lida com a fase simbólica da representação, interpreta e assimila os elementos familiares, classificando-os e nomeando-os. A objetivação, a fase figurativa, por sua vez, é o resultado da capacidade que o pensamento e a linguagem possuem de materializar o abstrato, elaborando um novo conceito a partir dos registros individuais existentes (PAVARINO, 2003: 1)

Sob a luz de Moscovici, Pavarino (2003), ressalta que o processo de *ancoragem* com a fase simbólica da representação, interpreta e assimila os elementos familiares, e a objetivação é a capacidade do pensamento e a linguagem de materializar o abstrato. Para ela, tais conceitos são instrumentos significativos para os trabalhos de análise da audiência, por exemplo.

Já Fávero (2005) faz uma análise sobre a relevância da mediação semiótica nos processos desenvolvimentais e busca articulá-la com as representações sociais. A pesquisadora defende a ideia de signo é inerente às representações sociais, de modo que as representações sociais são formas de mediação semiótica e não apenas simbólica, como propôs Jovchelovitch (1996).

Nesse sentido, recuperemos fala direta de Fávero (2005):

O signo como ponto de partida para a análise da mediação semiótica, considerando que ele existe na criação de uma relação de representação, entendido como uma conexão estabelecida pelo veículo-signo (ou representem) entre algum objeto (aquilo que o signo representa) e uma interpretação (a "cognição da mente" ou representação mental, criada pelo signo na sua representação do objeto). (FÁVERO, 2005: 1)

Outro trabalho que se assemelha ao que está sendo proposto neste estudo é o de Costa (2001). Ao afirmar que as representações “têm um quê semiótico” (COSTA, 2001: 1), o autor pontua que Moscovici insistiu em um laço profundo entre cognição e comunicação, entre operações mentais e operações lingüísticas, entre informação e significação. Para o autor, “as teorias propostas por Moscovici convergem com o princípio semiótico. A começar pelo conceito do signo proposto por Peirce”, (IDEM).

Além dos processos de *ancoragem* e *objetivação*, como mencionados por Pavarino (2003) e, também por Silva (2011), Costa (2001) relata a proximidade do conceito de *Themata*, também relatado por Marková (2006).

O desenvolvimento do trabalho seguiu três etapas: primeiro buscou conceituar os estudos semióticos sob a ótica peirciana, posteriormente, realizou-se uma análise sobre a teoria das representações sociais e seus desdobramentos; e, por último, buscou trazer à tona suas relações com a Comunicação.

Para Moscovici, existe uma contribuição significativa, principalmente, dos meios de comunicação para tornar as representações sociais em conhecimento do senso comum. Já Santaella e Nöth destacam que dentre todas as ciências ou campos de conhecimento, aquele que mais está perto da semiótica é, sem dúvida, a comunicação. “Não pode haver comunicação sem ação de signos e vice-versa. De fato, signos são os materiais de que as mensagens são feitas. Se a semiótica estuda os signos, o ponto em que comunicação e semiótica se cruzam aí fica nítido” (SANTAELLA e NÖTH, 2004: 76).

O presente artigo não se propõe a resolver todas as questões de compreensão de ambas abordagens (até mesmo por sua limitação de formato, caracteres), mas busca contribuir para o desdobramento de seus principais conceitos e possíveis aplicações na área de Comunicação. E, principalmente, ser mais uma voz, ação e registro nas possibilidades de diálogo entre Pierce e Moscovici nos estudos de processos comunicacionais e organizacionais.

Semiótica e Modelo de Pierce

A palavra semiótica tem sua origem raiz grega *semeion*, que quer dizer signo. É a ciência dos signos. No entanto, Santaella (2012) lembra que essa definição pode causar alguns equívocos ao interpretar os signos como signos do zodíaco, quando na verdade representa signo como linguagem, que também não deve ser confundida com língua.

Assim, a autora define a semiótica como a “ciência que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significado e de sentido” (SANTAELLA, 2012: 13).

Segundo Lasbeck (2004), a semiótica não é o único sistema organizado de conhecimentos interessado nos sentidos. Porém, talvez seja um dos poucos que têm nas linguagens seu objeto privilegiado de análise.

O conceito de signo está relacionado com, entre outras, duas diferentes concepções. A primeira é a do linguista suíço Ferdinand de Saussure, fundador da linguística moderna e dos princípios fundamentais da Semiologia, tendo alguns grandes autores vinculados a este campo teórico, como Roland Barthes, Umberto Eco, A. J. Greimas, dentre outros linguistas.

De acordo com Nöth (2005), a teoria saussureana do signo resumia-se na questão diádica, excluindo o referente. Para ele, nada existe estruturalmente além do significado e do significante.

Já a segunda concepção estrutura-se na América do Norte com os trabalhos do cientista-lógico-filósofo⁸ Charles Sanders Peirce. Seus estudos são pautados em três categorias universais: *Primeiridade*, *Secundidade* e *Terceridade* e suas relações tríadicas.

Como explica Nöth (1995), teoricamente, o termo semiologia ficou ligado à tradição semiótica de Saussure, sendo utilizado em alguns países, enquanto o termo semiótica, usado por Peirce, passou a ser utilizado em países anglófonos e alemães.

Ainda segundo Nöth, os termos *Semiótica* e *Semiologia* se firmaram como as designações mais conhecidas para a ciência do signo, às vezes como sinônimos, outras como rivais terminológicos.

⁸ Segundo Santaella (2012) Peirce tentou aproximar a Filosofia dos métodos investigativos das ciências, fazendo as modificações necessárias para isso, e aproximando cada vez mais Lógica e Filosofia (Dicionário Básico de Filosofia, 2001)

Peirce foi também precursor do pragmatismo, movimento originado nos Estados Unidos que, entre tantas outras coisas, buscou desenvolver uma teoria do significado. Iasbeck (2004) vai mais além, denominando como pragmaticismo (por razões complexas de uma intensa discussão com William James - grifo do autor), relata que a semiótica é uma ciência que vai ajudar as outras ciências a descobrir caminhos e prová-los, principalmente, de forma inusitada.

Talvez por esse motivo ela ainda encontre tantas resistências no meio acadêmico: é comum que semioticistas da comunicação fujam ou transgridam códigos instaurados no meio para dar conta de aparentes sutilezas de seus objetos de estudo, particularidades que depois se revelam essenciais à compreensão da dinâmica desses objetos (IASBECK, 2004: 1).

O estudo deste artigo baseia-se da concepção semiótica Peirciana, que como explica Iasbeck (2004), organiza o conhecimento de três em três, formando diagramas que dão conta da complexidade ao tempo em que colaboram para o entendimento.

Nesta concepção, as pessoas exprimem o contexto à sua volta por meio de uma tríade: *Primeiridade*, *Secundidade* e *Terceiridade*. A *Primeiridade* refere-se à categoria do sentimento imediato e presente das coisas, não apresentando nenhuma relação com outros fenômenos do mundo. A *Secundidade* é quando um fenômeno primeiro é relacionado a outro fenômeno qualquer, sendo considerada a categoria da comparação. E, a categoria *Terceiridade* é quando um fenômeno segundo é relacionado a um terceiro.

Ainda buscando a distinção do pensamento ao ato de pensar racional, Peirce chegou à conclusão de que toda experiência é percebida pela consciência, em três etapas: qualidade, relação - posteriormente substituída por Reação - e representação, trocada depois por mediação.

Para Santaella (2012), a semiótica peirceana extrai da Fenomenologia todos os seus princípios e, por esse motivo, não torna-se possível a compreensão da classificação e definições dos signos, se não for considerada as fundações fenomenológicas da Semiótica. A autora também ressalta que o modelo Peirciano, não é considerado um ramo do conhecimento aplicado, mas sim um saber abstrato, formal e generalizado.

Peirce (2000) também deixa claro que o signo não é o objeto, sua função é de apenas representar o objeto, produzindo na mente do intérprete alguma coisa, que seria outro signo, que também se relaciona com o objeto, mas com a diferença de ser mediada pelo signo.

Um signo é aquilo que sob determinado aspecto representa algo para alguém. Vai ao encontro de alguém, criando na mente desta pessoa um outro signo. O signo é uma representação de seu objeto. Os signos são divisíveis conforme três tricotomias; a primeira, conforme o signo em si mesmo for uma mera qualidade,

um existente concreto ou uma lei geral; a segunda, conforme a relação do signo para com seu objeto consistir no fato de o signo ter algum caráter em si mesmo, ou manter alguma relação existencial com esse objeto ou em relação com um interpretante; a terceira, conforme seu interpretante representá-lo como um signo de possibilidade ou como um signo de fato ou como um signo de razão. (PIERCE, 2000: 131)

Em outras palavras, Iasbeck (2004) diz que:

Tudo aquilo que nos chega da realidade, que nos é dado perceber e que, portanto, não é a realidade inteira, mas uma parcela dela, uma parte ou uma dimensão que representa o todo, na impossibilidade de que ele apareça em sua plenitude. Traduzindo em miúdos, o signo é todo sinal de realidade, toda marca que representa algo que está fora dele, mas que, em alguns casos, ele é parte. Assim, os nomes não são as coisas nem as pessoas, mas as representam na ausência; os símbolos representam outros sentimentos, fenômenos e objetos que jamais caberiam inteiramente naquele sinal/símbolo; alguns signos são marcas de seus objetos (como as nuvens negras que prenunciam chuva, as pegadas que sinalizam a presença física de alguém). Todos nós conhecemos os signos e nos referimos sempre a eles quando falamos de significado ou significação. Ou seja, tudo o que é signo quer dizer algo, tem um significado. Temos de admitir que tudo tem significado, mesmo quando não sabemos dizer qual é. Portanto, tudo é signo (IASBECK, 2004: 1)

Ainda segundo Peirce (2000), os signos dividem-se em *Ícones*, *Índices* e *Símbolos*. O *Ícone* não tem conexão dinâmica alguma com o objeto que representa; simplesmente acontece que suas qualidades se assemelham às do objeto e excitam sensações análogas na mente para a qual é uma semelhança. Mas, na verdade, não mantém conexão com elas. O *Índice* está fisicamente conectado com seu objeto; formam, ambos, um par orgânico, porém a mente interpretante nada tem a ver com essa conexão, exceto o fato de registrá-la, depois de ser estabelecida. O *Símbolo* está conectado ao seu objeto por força da idéia da mente-que-usa-o-símbolo, sem a qual essa conexão não existiria.

Para associar à questão da representação relacionada à ideia de signos, símbolos, imagens e a outras formas de substituição, Santaella (2012) afirma que o próprio conceito inglês *representation(s)*, ao ser concebido como sinônimo de signo, explica a concepção de representação. Peirce (2000) define representar como: estar para. O signo, para certos desígnios e relacionando-se a outra entidade, é tratado por alguma mente como se fosse aquilo que ele representa.

A definição de Peirce com relação ao *Símbolo* se assemelha a definição de noção de *Themata*, conceito abordado na *Teoria das Representações Sociais*, de Serge Moscovici. Outras semelhanças entre a Semiótica de Peirce e a *Teoria das Representações* também são encontradas no processo de objetivação e ancoragem trabalhos por Moscovici.

A Teoria das Representações Sociais

A *Teoria das Representações Sociais* foi inicialmente desenvolvida por Serge Moscovici, em 1961, em seu estudo *La psychanalyse, son image et son public* (com uma segunda edição revisada em 1976). Nele, o autor buscou identificar o que acontecia quando um novo campo de conhecimento - a Psicanálise - espalhava-se dentro de uma determinada população.

O objetivo principal das Representações Sociais é tornar o novo e o estranho em algo assimilável e de fácil compreensão, ou seja, é tornar o não familiar em familiar. Entretanto, conceituar as Representações Sociais não é uma tarefa simples. O próprio Moscovici o descreve como um conceito perdido: “se a realidade das representações sociais é fácil de ser compreendida, o conceito não é. Há muitas boas razões pelas quais isso é assim. Na sua maioria, elas são históricas” (MOSCOVICI, 2003, p.10).

Segundo Jodelet (2001), as representações sociais podem ser entendidas como um conhecimento de senso comum, criado e compartilhado pelas pessoas por meio da comunicação interpessoal.

Moscovici também esclarece a importância de retornar ao termo das representações coletivas de Durkheim para designar a força do pensamento social sobre o pensamento individual, determinando ações e comportamentos dos indivíduos. Para o autor,

É obvio que o conceito de representações sociais chegou até nós vindo de Durkheim. Mas, nós temos uma visão diferente dele – ou de qualquer modo, a psicologia social deve considerá-lo de um ângulo diferente – de como o faz a sociologia (MOSCOVICI, 2003: 45)

Segundo Sá (1998), a diferença entre a representação social, criada por Moscovici, e a representação coletiva de Durkheim é que:

As representações coletivas eram vistas, na sociologia durkeimiana, como dados, como entidades explicativas absolutas, irredutíveis por qualquer análise posterior, e não como fenômenos que deveriam ser por eles próprios explicados. À psicologia social, pelo contrário, segundo Moscovici, caberia penetrar nas representações para descobrir a sua estrutura e os seus mecanismos internos. (SÁ, 1998: 23)

Na perspectiva de Durkheim, as representações coletivas são fenômenos permanentes e, referem-se às tradições, às lendas e mitos, com força autônoma em relação ao sujeito. Moscovici amplia o conceito de representações sociais, ao afirmar que:

As representações sociais que me interessam não são nem as das sociedades primitivas, nem as suas sobreviventes, no subsolo de nossa cultura, dos tempos pré-históricos. Elas são a de nossa sociedade atual, de nosso solo político, científico, humano, que nem sempre têm tempo suficiente para se sedimentar completamente para se tornarem tradições imutáveis. (MOSCOVICI, 2003: 48).

Dessa maneira, Moscovici propõe que para estudar as representações sociais é preciso investigar um saber cotidiano, re-construir o senso comum, indispensável à organização da vida em grupo. As representações coletivas referem-se a uma classe geral de ideias e crenças, já as representações sociais são fenômenos que necessitam ser explicados. É para enfatizar essa distinção que Moscovici optou por utilizar o termo social em vez de coletivo.

Entre as muitas explicações para Representações Sociais, Moscovici afirma que sob o “ponto de vista dinâmico, as Representações Sociais se apresentam como uma rede de ideias, metáforas e imagens, mais ou menos interligadas livremente e, por isso, mais móveis e fluidas que teorias” (MOSCOVICI, 2003: 210).

Para compreender como as representações são construídas e elaboradas, é importante conhecer dois mecanismos que contribuem para a formação das representações, denominados por Moscovici de ancoragem e de objetivação. Objetivar é descobrir a qualidade icônica de uma ideia, ou de um ser impreciso; é reproduzir um conceito em uma imagem. Já a ancoragem é nomear alguma coisa; é dar sentido ao objeto.

Isto significa que as pessoas recorrem àquilo que lhes é familiar para converter o que não é familiar em categorias sociais, de forma que o objeto desconhecido é trazido ao território que contém toda sua bagagem nocional e é aí ancorado. Essa capacidade de nomear, de imaginar e de codificar é o que caracteriza o processo de representação (MOSCOVICI, 2003: 61).

Jovchelovitch (2003) argumenta que não há como pesquisar uma representação social sem associá-la a determinados sujeitos e a determinado objeto. SILVA (2011) ainda destaca que as representações são formadas a partir de um *Universo Reificado* (UR), em geral, constituído pelo saber científico e de um saber técnico, reformulado constantemente por diversos grupos sociais, conhecido como *Universo Consensual* (UC). A autora também destaca que para entender como são formados os saberes nos universos (UR e UC) é importante destacar o conceito de *Themata*.

Marková (2006) explica que *Themata* são conceitos dialógicos que contribuem significativamente com o desenvolvimento da teoria das representações sociais. Esse conceito, como trata Moscovici e Vignoux (2003), tem como alicerce a tese defendida por Holton (1978), resultante de suas análises do processo de produção científica ao longo da história da ciência.

Os conteúdos estruturados das representações sociais são gerados a partir de antinomias culturalmente compartilhadas que se transformaram em problemas. É neste ponto que as condições sociais observam que estas antinomias interdependentes ficaram tematizadas e começaram a gerar

representações sociais. Alguns exemplos de *Themata* são: comestível/não-comestível, liberdade/opressão e justiça/injustiça.

Semelhanças e abordagens.

Como as representações sociais necessitam do referencial de um pensamento preexistente e na semiótica peirciana tudo o que podemos perceber não é, senão: uma representação de outras realidades que se escondem por trás de um signo (justifica-se procurar estudar como se processa o conhecimento nos dois campos teóricos).

Ambos os estudos tem como campo de observação os fenômenos. Tudo aquilo que aparece à mente e que corresponda à algo, de acordo com a definição de Santaella (2012). No entanto, Sá (1998) esclarece que ao realizar um estudo em representações sociais, o que se busca pesquisar é algum fenômeno de representação social. “Será com certeza, um fenômeno que despertou a nossa atenção, em função do seu interesse intrínseco ou de sua relevância social ou acadêmica” (SÁ, 1998: 21).

Os dois mecanismos abordados por Moscovici: o de *ancoragem* (classificar ou dar nome a alguma coisa)(1); e de *objetivação* (transformar algo abstrato, que está na mente em algo do mundo real)(2); aproximam-se dos estudos de Peirce. Essa capacidade de nomear, de imaginar e de codificar é o que caracteriza o processo de representação.

Para Peirce (2000) um signo, ou *representamen*, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo representa algo para alguém. Dessa maneira, dirige-se a alguém, na mente desta pessoa a outro signo, ou seja, o signo é uma representação do objeto.

Quadro 1: Síntese de comparações

Principais conceitos	Semiótica de Peirce	Representações Sociais
Definição	Ciência dos signos: estuda a produção de sentido.	Teoria do senso comum. Moscovici afirma não ser uma teoria forte e fechada, mas uma perspectiva para se poder ler os mais diversos fenômenos e objetos do mundo social.
Representação	No modelo semiótico de Peirce é o processo da apresentação de um objeto a um interprete de um signo ou a relação entre o signo e o objeto. Tudo o que é percebido não é senão uma representação de	As Representações sociais são sempre representação de alguma coisa (objeto) e de alguém (sujeito). Busca Tornar o não familiar em familiar e lidam com

	outras realidades que se escondem por trás de um signo. O signo possui uma relação triádica: um representante, o objeto a que remete o sinal e o interpretante da relação entre o representante e o seu objeto.	conhecimento do senso comum.
Referenciais	Com o termo símbolo, Peirce diz que um signo depende de um hábito nato ou adquirido. É por força de uma idéia na mente que o símbolo se relaciona com o seu objeto. O conceito ou fundamento (ground*) de um signo, segundo Peirce diz que um signo representa seu objeto não em todos os aspectos, mas em referência a um tipo de ideia. *termo para referir a relação do signo com ele mesmo	As representações sociais necessitam do referencial de um pensamento preexistente.
Fenômenos	Tudo aquilo que aparece à mente e que corresponda à algo, (SANTAELLA, 2012).	Nas representações sociais é preciso investigar um saber cotidiano, re-construir o senso comum.
Processos	Os signos são divisíveis conforme três tricotomias; a primeira, conforme o signo em si mesmo for uma mera qualidade, um existente concreto ou uma lei geral; a segunda, conforme a relação do signo para com seu objeto consistir no fato de o signo ter algum caráter em si mesmo, ou manter alguma relação existencial com esse objeto ou em relação com um interpretante; a terceira, conforme seu interpretante representá-lo como um signo de possibilidade ou como um signo de fato ou como um signo de razão	Os dois mecanismos abordados por Moscovici: o de ancoragem (classificar ou dar nome a alguma coisa) e de objetivação (transformar algo abstrato, que está na mente em algo do mundo real). A definição de Peirce com relação ao símbolo se assemelha a definição de noção de <i>Themata</i>, conceitos dialógicos
Metodologias	Quanto às formas de abordagem do objeto, a semiótica contempla, além dos métodos de raciocínio já	Discípulos de Moscovici como Denise Jodelet e Abric ampliaram os métodos e técnicas de pesquisas. Na

	conhecidos (da indução e da dedução), o método abduutivo, relacionado às evidências que se dão como insight no período da pesquisa, mesmo quando parecem descabidas ou impossíveis de serem alocadas em algum lugar lógico da sistematização do conhecimento. (IASBECK, 2004)	perspectiva de Jodelet correspondem os métodos ditos qualitativos e de Abric, o método experimental. (SÁ, 1998)
Aplicação na comunicação	“Devido justamente ao fato de a emergência do pensamento sobre a comunicação ter se dado em função do surgimento dos meios de comunicação de massa, existe infelizmente uma tendência para se restringir o campo da comunicação ao limite estrito da comunicação de massa, Assim como a comunicação, também os signos, isto é, a produção e troca simbólicas, sempre existiram e são fatores de constituição da própria condição humana. (SANTAELLA, 2004)	Embora não configurem domínios substantivos de pesquisa, é com práticas socioculturais e com a comunicação de massa que o estudo das representações sociais mantém as relações mais significativas. (SÁ, 1998)

Fonte: elaborado pelos autores

Aplicações na Comunicação

Tanto a Semiótica peirceana quanto a *Teoria das Representações Sociais* têm sido bastante abordados em pesquisas acadêmicas, principalmente, no que referem-se aos processos nas organizações.

É importante destacar que comunicação não pode ser entendida apenas como ferramentas de divulgação (mídia, criação de folheterias, jornais). Conforme defende Meneghetti (2003), a comunicação é um processo social dinâmico, contínuo e complexo, que se apresenta diariamente.

Infelizmente ainda existe uma tendência para se restringir o campo da comunicação ao limite estrito da comunicação de massa. Santaella (2004) reforça que embora exista um quadro de reconhecimento da inter, multi e mesmo transdisciplinaridade da comunicação e

de não haver mais lugar para quaisquer reservas quanto à relevância das suas relações com a semiótica, a ciência dos signos ainda é uma área vista como uma mera metodologia formal, incapaz de trazer contribuições próprias para o campo da comunicação. “Para outros, não obstante reconheçam as contribuições que a semiótica tem a dar, restringem essa contribuição à sua instrumentalidade para a leitura das linguagens empíricas da comunicação: publicidade, jornal, cinema, vídeo, etc” (SANTAELLA, 2004: 23-24).

Os meios de comunicação também são expressivos em pesquisas da Psicologia Social. De acordo com Pavarino (2003), Moscovici desenvolveu a *Teoria das Representações Sociais* como proposta de psicossociologia do conhecimento.

Ao mesmo tempo em que critica o behaviorismo e a psicologia cognitivista, propõe a investigação da construção do senso comum para que seja possível compreender a relação de interferência do social, incluindo o papel dos meios de comunicação, nos indivíduos e nos grupos sociais (PAVARINO, 2003: 4)

Quanto à Comunicação Organizacional, é importante frisar a importância dos dois modelos, com novas abordagens e enfoques teóricos, para o que Curvello (2009) aponta para uma mudança gradativa em busca de uma interdisciplinaridade, principalmente no que os processos comunicacionais nas organizações também possam ser entendidos como processos organizacionais. Trata-se de uma oportunidade de se estudar as organizações, a partir da Comunicação, para muito além da Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações (PSTO), que já consolidaram um arcabouço teórico ao estudar organizações a partir da *Teoria das Representações Sociais*. Uma afinidade entre Comunicação e Psicologia com ela nas organizações.

No ambiente organizacional, Silva (2012) retrata que este ambiente possui um conjunto de universos reificados que podem vir a se tornar objetos de representações junto aos sujeitos e grupos com os quais a organização se relaciona tanto por meio das conversações, como ativadas por seus instrumentos de comunicação organizacionais.

Quanto à ciência dos signos, a Comunicação e a Semiótica têm objetos comuns de estudo: as linguagens. “A linguagem é um campo de guerra no qual se estabelecem lutas, vinculações, rompimentos, interações, vinculações. Estudar o que ocorre por aí é ocupação comum a essas ciências” (IASBECK (2001: 132). E, ainda no âmbito das organizações, ressaltamos que: “os comunicadores organizacionais empenham seus esforços para que as mensagens estejam alinhadas

e corroborem com alcance dos objetivos estratégicos por meio dos discursos institucionais repletos de representações” (SILVA, 2012: 118).

Considerações finais

O esforço maior deste artigo é de propor esse resgate da Semiótica peirciana e da *Teoria das Representações Sociais* e motivar maior interesse em fóruns da área de Comunicação ou mesmo em revistas científicas indexadas. O presente artigo não se propôs a resolver todas as definições teóricas e metodológicas das duas correntes estudadas: Semiótica e *Representações Sociais*. E nem mesmo as inúmeras definições, conceitos, categorias, departamentos e pesquisadores que se debruçamos sobre o fenômeno: cognitivo. Entretanto, o artigo buscou alinhar as semelhanças de ambas e suas relevâncias para o campo da comunicação, principalmente no tocante a processos comunicacionais. Dada a gama de variedades de teorias da percepção e teorias da representação, não se pode confundir a noção de representação, defendida por grandes nomes da Filosofia e Sociologia e, até mesmo, na Semiótica (Charles Sanders Peirce), com a *Teoria das Representações Sociais* (Serge Moscovici), pois cada conceito é fundado em circunstâncias epistemológicas diferentes. A percepção, temos ela na Semiótica (Linguagem), Ciências Cognitivas (conhecimento) e também na Psicologia (trabalhando as categorias de comportamento e psique, por exemplo). Há uma infinidade de abordagens, a partir de categorias como a Inteligência artificial, Atenção, Aprendizagem e Desenvolvimento, Memória, Percepção e Ação, Mente inconsciente, Linguagem e Processamento de Linguagem. As percepções e representações são estudadas a partir de um conhecimento de senso comum, que é compartilhado, principalmente, por um fator que nos interessa: a comunicação. Ressalta-se, neste sentido que, o modelo semiótico de Peirce, por exemplo, trata sobre o modo como as coisas são interpretadas e reconhecidas na mente humana. Esse processo de interpretação é feito de forma tríade a partir dos signos e evoca a percepção (SANTAELLA, 2011, 1993, 1999, 1989; JUNQUEIRA, 1997; BARROS, 1996; CAMPANHOLE, 2015). Como ressalta Santaella (2012), a Semiótica investiga todas as linguagens possíveis e o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno de produção de significação e de sentido.

Com relação à aplicação dos dois paradigmas à comunicação, infelizmente, tanto a Semiótica quanto a *Teoria das Representações Sociais*, apesar de ambas serem de extrema relevância para a área, ainda não estão totalmente inseridas no rol de possibilidades do que se convencionou chamar de *Teorias da Comunicação* (a julgar pelos estudos de efeitos a longo prazo: *Espiral do Silêncio* e *Agenda Setting*), até porque: existe uma tendência de se restringir os estudos ao limite estrito da comunicação de massa, o que configura o objeto de estudo em um campo específico e autônomo (Ciências Sociais Aplicadas). A própria Comunicação é uma área recente e que ainda

discute sua epistemologia, pois se coloca: ora, como campo (departamento, área do conhecimento), ora apenas como objeto de estudo (abordado por inúmeros outros saberes já institucionalizados: Sociologia, Psicologia etc). Este trabalho, por exemplo, tem livre circulação quando trata dessa aproximação interdisciplinar entre Semiótica e *Teoria das Representações Sociais*. Mas, em alguns fóruns, mesmo para o estudo de processos comunicacionais, principalmente nas organizações (conforme explicitado na introdução: lugar de fala), há certa resistência à adesão desse aparato como possibilidade viável de entendimento e manipulação dos fenômenos (objetos de estudo da Ciência em Comunicação). Este fato não acontece tanto na Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações (PSTO), que é a parte da Psicologia que se concentra em processos organizacionais. E, que, entendemos, muitos são de ordem também da Comunicação.

Referências

- AMON, Denise. **Representações sociais e Semiótica: um diálogo possível**. In: Psicologia & Sociedade; 13(1): 13-28; Jan/jun. 2001.
- BARROS, Anna Maria de Carvalho. **A Arte da Percepção**. Namoro Entre Luz e Espaço. (Tese, Doutorado em Comunicação e Semiótica). PUCSP. 1996
- BRAGA, Tatyanna. **Representações Sociais e Comunicação Organizacional – O Espaço Conceito como Instância Discursiva**. (Dissertação, Mestrado em Comunicação). UCB. 2013
- BUENO, Jaqueline da Costa. **Comunicação Organizacional Informal: Boatos e Fofocas nas Mídias Sociais**. (Dissertação, Mestrado em Comunicação). UCB. 2012
- CAMPANHOLE, Sidney Gomes. **Linguagem visual: Percepção, cognição e suportes tecnológicos**. (Tese, Doutorado em Comunicação e Semiótica). PUCSP. 2015
- CAMPOS, Fábio Oliveira. **Data Venia: A Linguagem Ritual do Direito e a Comunicação com os Usuários dos Serviços Jurídicos**. (Dissertação, Mestrado em Comunicação). UCB. 2013
- CAVALCANTE, Aline Carla Ribeiro. **O simbólico nas propagandas de viagem: uma abordagem semiótica**. (Dissertação, Mestrado em Comunicação). UCB. 2016
- CAVALCANTE, Márcia Malvina Alves. **Comunicação Pública como Instrumento de redução de Litígios nas relações de consumo – O tratamento das reclamações na Agência Nacional De Telecomunicações (Anatel)**. (Dissertação, Mestrado em Comunicação). UCB. 2015
- CODEVILA, Juliana Senna. **Imagem e Discurso: Dois lados de uma mesma moeda – Uma abordagem Semiótica da Comunicação na Caixa Econômica Federal**. (Dissertação, Mestrado em Comunicação). UCB. 2015
- COELHO, Silvia Regina dos Santos. **Mídia e Cidadania: um estudo da natureza comunicativa da ouvidoria parlamentar da Câmara dos Deputados**. (Dissertação, Mestrado em Comunicação). UCB. 2011
- COSTA, Alcidina. **O trein@ bndes on-line como recurso comunicacional: Um estudo das representações sociais na comunicação organizacional**. (Dissertação, Mestrado em Comunicação). UCB. 2016

_____, Valmir. **Representações sociais e semiótica: um território comum?**. Em Revista Caligrama (São Paulo. Online), acesso em 09 Jun 2016.

CURVELLO, João José Azevedo. **A Comunicação Organizacional como fenômeno, como processo e como sistema**, disponível em http://www.eca.usp.br/departam/crp/cursos/posgrad/gestcorp/organicom/re_vista10-11/109.pdf, acesso em 9 de junho de 2016.

FÁVERO, Maria Helena Fávero. **Desenvolvimento psicológico, mediação semiótica e representações sociais: por uma articulação teórica e metodológica**, em Psic.: Teor. e Pesq. vol.21 no.1 Brasília Jan./Apr. 2005

FERREIRA, Flávia Raquel Bessa. **Web 2.0: o ambiente em potencial de interatividade para a construção da comunicação pública da Embrapa Café**. (Dissertação, Mestrado em Comunicação). UCB. 2011

GLERIAN, Alessandra. **Representações da indústria brasileira: as imagens de industriais e da comunidade**. (Dissertação, Mestrado em Comunicação). UCB. 2016

IASBECK, Luiz Carlos. (2008). **Método Semiótico**. Duarte, J. Barros, Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Editora Atlas.

_____, Luiz Carlos. **Método-lógico para o estudo da Comunicação**. Revista Galáxia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica, 2001.

_____. **O Método Semiótico de Pesquisa Científica**. Usina de Letras, 2004.

JODELET, Denise (org.). **As Representações Sociais**. Rio de Janeiro, Eduerj, 2001.

JOVCHELOVITCH, S. . **Vivendo a vida com os outros: intersubjetividade, espaço público e Representações Sociais**. In P. A. Guareschi & S. Jovchelovitch (Eds.), *Textos em representações sociais* (pp. 63-85). Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

JUNQUEIRA, Maria Aparecida. **Percepção e Elaboração Cognitiva**. (Tese, Doutorado em Comunicação e Semiótica). PUCSP. 1997

MACHADO, Letícia Costa Mattos Oliveira Machado. **Um estudo sobre a proliferação da informação na era das novas tecnologias**. (Dissertação, Mestrado em Comunicação). UCB. 2010

MARCONDES, Danilo. JAPIASSÚ, Hilton. **Dicionário Básico de Filosofia**. 3ª Ed, Revista e ampliada. Editora Jorge Zahar, Rio de Janeiro, 2001.

MARKOVÁ, I. **Dialogicidade e representações sociais: as dinâmicas da mente**. Tradução de Hélio Magri Filho. Petrópolis: Vozes, 2006.

MENEGHETTI, Sylvia Bojunga. **Comunicação e Marketing: Fazendo a Diferença no Dia a Dia de Organizações da Sociedade Civil**. São Paulo: Editora Global, 2001.

MENEZES, Roberta Oliveira Teles de. **Comunicação de Crise: um Aporte Semiótico Cultural**. (Dissertação, Mestrado em Comunicação). UCB. 2014

MOSCOVICI, Serge e VIGNOUX, G. **O conceito de Themata**. In: MOSCOVICI, S. Representações Sociais: investigações em psicologia social. Trad. Guareschi: Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

_____, Serge. **A Representação Social da Psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

_____, Serge. **Representações Sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis: Vozes, 2003.

NOTH, Winfried. **Panorama da Semiótica - de Platão a Peirce**. São Paulo: Annablume, 1995.

_____. **Semiótica do século XX**. 3.ed. São Paulo: Annablume, 2005

PAVARINO, Rosana Nantes. **Teoria das representações sociais: pertinência para as pesquisas em comunicação de massa**. Trabalho apresentado no Núcleo de Teorias da Comunicação, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

_____, Rosana. **Teoria das representações sociais: pertinência para a pesquisa em comunicação de massa**. Comunicação e Espaço Público (UnB), v. 2004: 128-141, 2004.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

PEREIRA, Fernanda Mendes Santiago. **Gestão da comunicação em marcas contemporâneas: um estudo semiótico da dinâmica sistêmica da complexidade na gestão de marcas**. (Dissertação, Mestrado em Comunicação). UCB. 2010

PORTO, Detley Moreira. **Campanhas de Vestibular No Facebook: Uma Abordagem Mercadológica e Semiótica**. (Dissertação, Mestrado em Comunicação). UCB. 2015

ROSA, Cynthia da Silva. **Quem vem lá: traços identitários de linguagem hipermídia entre ingressantes de graduação em comunicação**. (Dissertação, Mestrado em Comunicação). UCB. 2013

SÁ, C.P. **A construção do objeto de pesquisa em representações sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Comunicação e semiótica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

_____, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2012.

_____, Lucia. **Percepção. Fenomenologia, ecologia, semiótica**. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011. v. 1. 146p .

_____, Lucia. **Percepção: Uma Teoria Semiotica**. Sao Paulo: Experimento, 1993.

_____, Lucia. **A percepção como alvo da arte**. In: Anna Barros. (Org.). A arte da percepção. : , 1999, v. 1: -.

_____, Lucia. **Charles Sanders Peirce: Uma Teoria Triádica da Percepção**. 1989. (Apresentação de Trabalho/Outra).

SILVA, Luiza Mônica de Assis. **Contribuições da Teoria das Representações Sociais para o Campo Comunicação Organizacional: reflexões teóricas e metodológicas**, Revista Comunicologia, v. 7: 115-128, 2014.

SILVA, L. M. A. **Várias Faces de uma mesma moeda: representações da responsabilidade social em um banco público brasileiro**, 2011. (Tese de Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Psicologia.

_____. **Contribuições da Teoria das Representações Sociais para o Campo Comunicação Organizacional: reflexões teóricas e metodológicas**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação em Contextos Organizacionais do XXI Encontro da Compós, na Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, de 12 a 15 de junho de 2012

SOUZA, Vânia. **O cenário comunicacional do hospital da criança de Brasília José de Alencar sob a perspectiva da comunicação terapêutica.** (Dissertação, Mestrado em Comunicação). UCB. 2016

The Peirce semiotics and the Social Representations Moscovici Theory - Organizacional Communication research applications

Abstract: The purpose is to present, distinguish and compare the semiotic model developed by Charles Sanders Peirce and Social Representations Serge Moscovici's Theory. Both paradigms work in context between the concept and perception seeking to transform the stranger into familiar. The two theoretical currents are also increasingly present in communication studies. As a methodological procedure we used bibliographic research. After this epistemological study, it is possible to conclude that Semiotics and Social Representation Theory have common affinities and interests. Both can contribute to researches in communication and others knowledge areas related to perception and cognition.

Keywords: Organizacional Communication. Theories of Communication. Semiotics. Social Representations. Senses. Representation.

La semiótica Peirciana y la Teoría de las Representaciones Sociales - aplicaciones en el campo de la Comunicación Organizacional

Resumen: el objetivo de este artículo es presentar, distinguir y comparar el modelo semiotico, desarrollado por Charles Sanders Peirce y la Teoría de las Representaciones Sociales, de Serge Moscovici. Ambos paradigmas actúan en el contexto entre el concepto y su percepción y buscan transformar lo extraño en familiar. Las dos corrientes teóricas también están cada vez más presentes en estudios relacionados con el campo de la comunicación. Como procedimiento metodológico se utilizó la investigación bibliográfica. Después de este estudio epistemológico, es posible concluir que tanto la Semiótica como la Teoría de las Representaciones Sociales tienen afinidades e intereses comunes. Se cree que ambas pueden contribuir a investigaciones más profundas, ya sean en el campo de la comunicación o en otra área del saber relacionada con la percepción y la cognición.

Palabras clave: Teorías de la Comunicación. Semiótica. Representaciones Sociales. Sentidos. Representación.

La sémiotique peircienne et la théorie des représentations sociales - applications dans le domaine de la communication (sens, perception et cognition)

Résumé: Le but de cet article est de présenter, distinguer et comparer le modèle sémiotique développé par la théorie des représentations sociales de Charles Sanders Peirce et Serge Moscovici. Les deux paradigmes agissent dans le contexte entre le concept et sa perception et cherchent à transformer l'étranger en familier. Les deux courants théoriques sont également de plus en plus présents dans les études liées au domaine de la communication. En tant que procédure méthodologique, nous avons utilisé la recherche bibliographique. Après cette étude épistémologique, il est possible de conclure que la sémiotique et la théorie de la représentation sociale ont des affinités et des intérêts communs. On croit que les deux peuvent contribuer à une recherche plus approfondie, que ce soit dans le domaine de la communication ou dans un autre domaine de la connaissance liée à la perception et la cognition.

Mots-clés: Théories de la communication. Sémiotique Représentations sociales. Sens. Représentation