



Um Método para Diagnosticar a Comunicação nas Organizações¹

Caroline Carneiro Tavares Teixeira²
Bárbara Melo Gonçalves³
Hugo Carneiro Tavares Teixeira⁴
Luiz Carlos Assis Iasbeck⁵

Universidade Católica de Brasília, DF

RESUMO

O que o senso comum conhece por “problemas de comunicação” nem sempre são problemas de comunicação. Diagnosticar a natureza dos problemas, pesquisar sua etiologia, entendê-lo para além (e aquém) das óbvias leituras do cotidiano é a questão que se apresenta ao grupo de pesquisa Metodologia de Pesquisa para a Comunicação Organizacional, desenvolvido na UCB sob os auspícios do CNPq. No presente trabalho, alunos de Iniciação Científica vinculados ao projeto apresentam um método semiótico transposto da Teoria Geral do Signo de Charles S. Peirce, aplicado à diagnose de problemas de relacionamento entre clientes e organizações comerciais e examinam sua pertinência à resolução da questão de pesquisa.

PALAVRAS-CHAVE: Metodologia de Pesquisa, Semiótica Organizacional, Comunicação Organizacional, Problemas de Comunicação

Comunicação nas organizações é uma expressão que vem sendo largamente utilizada quando nos referimos aos processos comunicativos que acontecem em grupos organizados, sejam públicos, sejam privados.

“Comunicação” nos propõe diversas possibilidades de interpretação. *Lato Sensu*, vem do latim *communis*, que significa “de opinião comum”. Sua variante, *communicatio*, de acordo com o dicionário da comunicação de Ciro Marcondes Filho,

¹ Trabalho apresentado no I J 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional, do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 7 a 9 de junho de 2012.

² Aluna de graduação do Curso de Comunicação Social – Publicidade – e Pesquisadora em Iniciação Científica da UCB, Brasília DF email: carol.teixeira@hotmail.com

³ Aluna de graduação do Curso de Comunicação Social – Publicidade – e pesquisadora em Iniciação Científica da UCB – Brasília DF. Email: babih_melo@hotmail.com

⁴ Aluno de graduação do Curso de Comunicação Social – Publicidade – e pesquisador em Iniciação Científica da UCB, Brasília DF. Email: hugo.teixeira05@gmail.com

⁵ Orientador, Professor Doutor do curso de Mestrado em Comunicação da Universidade Católica de Brasília, DF. E.mail: iasbeckk@uol.com.br



significa “estabelecer uma relação com alguém ou também com um objeto cultural”. (2009, FILHO, Ciro Marcondes)

Comunicar é, por isso mesmo, relacionar, interagir, trocar e compartilhar. O objeto dessa ação de compartilhamento é a informação, sob qualquer forma em que ela se apresente: um produto, um serviço, uma ideia, uma narrativa de fatos, experiências, a descrição de um ambiente ou uma paisagem, enfim tudo aquilo que pode ser veiculado pelas linguagens e, portanto, pode ser transmitido de um emissor a um receptor sob a forma de informação.

Relacionamento, um dos sentidos mais ativos e visíveis da comunicação, funde-se à ideia de interação e narração, sendo assim entendido como o compartilhamento de conhecimento, ideias, fatos, conteúdo e experiências, através de uma linguagem. Os relacionamentos interpessoais permeiam toda a complexidade da vida humana, em suas diferentes dimensões, inclusive aquela da vida profissional dentro das organizações.

Organizações são agrupamentos de indivíduos e processos de trabalho em estruturas sistêmicas para o alcance de determinadas finalidades, e essencialmente construídas com base nas relações. Problemas nos processos de comunicação podem acarretar perdas na produtividade, e conseqüentemente, prejuízos financeiros ou, até mesmo no caso de instituições sem fins lucrativos, dispersão de esforços e não concretização de objetivos.

A resolução de problemas de comunicação passa, primeiramente, pela caracterização da pertinência do problema: muitos entraves de ordem administrativa, política, social são comumente e popularmente identificados como problemas de comunicação. Por isso, um diagnóstico mais rigoroso pode e deve, além de identificar a natureza do problema, circunscrevê-lo com vistas a localizar seu raio de abrangência e suas possibilidades de alastramento e contaminação.

Um método e uma metodologia

A metodologia escolhida para a realização desse diagnóstico que funciona como um mapeamento do problema está ancorada na semiótica. A semiótica é uma ciência



que estuda os mecanismo que estão envolvidos na produção de sentido e, por isso mesmo, nos ajuda, com seus arranjos e categorizações a buscar sistematização para localizar e caracterizar problemas de comunicação.

Buscamos na semiótica de Charles Sanders Peirce os aportes teóricos para a elaboração de um método capaz de diagnosticar, mapear e, ainda mais, apontar tendências de proliferação e/ou possibilidades de solução. A semiótica peirceana, de extração lógico-matemática, permite que questões aparentemente complexas pela interferência de fenômenos/fatores demasiadamente humanos, sejam equacionadas num espectro mais ou menos reduzido (e factível) de alternativas viáveis

Lúcia Santaella, em seu “A Teoria Geral dos Signos, Semiose e Auto geração” nos diz que Peirce desejava construir um método comum a todas as ciências na busca da verdade ou de uma explicação para o modo como as coisas parecem e são.

No estudo da fenomenologia, Peirce nos diz que um fenômeno não pode ser captado fora do signo e que o signo não é percebido senão pelo seu interpretante. Desse modo, é no campo do interpretante que localizamos o *locus* ideal para pesquisar os fenômenos comunicativos nas organizações. As três dimensões do fenômeno, para Peirce, aquelas dimensões logicamente indecomponíveis, ou indecomponíveis por observação direta” (CP,” 1.288), geram três categorias das quais nos apropriamos para caracterizar os problemas de comunicação detectados via interpretantes, ou seja, usuários e clientes.: a primeiridade, segundidade e terceiridade.

A primeiridade de acordo com Peirce (apud Nöth, 2003) “é o modo de ser daquilo que é tal como é positivamente e sem referência a outra coisa qualquer”. É uma manifestação frágil, como uma primeira percepção qualitativa e sem índices comparativos. Entende-se como primeiro aquilo cujo ser está simplesmente nele mesmo, não se referindo a nada e nem sendo a razão de qualquer coisa (MS,170). Peirce entende que a ideia de primeiro deve ser separada de qualquer referencia ou conceito; por isso o primeiro está sempre associado à originalidade, novidade e liberdade. Para Peirce, o primeiro é sempre “uma mera potencialidade”, uma qualidade.



A segundidade peirceana envolve a primeiridade e segundo Nöth se relaciona com a ação, o fato, a experiência, a substancia, a singularidade. O segundo é aquilo que não pode vir a ser, sem a existência de um primeiro. De acordo com Santaella (2004:08) o segundo está relacionado à ideia de força bruta, ação e reação, conflito, aqui e agora, esforço e resistência, etc. A segundidade chega para especifica a primeiridade, é a incorporação da qualidade em um objeto, sua conexão/diálogo.

A terceiridade abrange as dimensões de segundidade e terceiridade. Está além das coisas e de suas qualidades, possuindo relações com o tempo de existência, comparações, graduações, onde se torna mais descritiva. Encontramos na terceiridade estágios como os da generalização; onde o que é se torna uma regra, uma lei ou um hábito; da descrição; relacionar qualidades alheias ao objeto em si; da comparação; relacionamento entre objeto e objeto; e inclusão de elementos naturais; como o tempo, o espaço; e elementos artificiais; a cultura, os mitos. O terceiro traz a ligação do primeiro com o segundo, acrescentando outra relação, sendo uma mediação. Na terceiridade encontramos o “signo”, ou como se refere Peirce “coisa significada e cognição produzida na mente”.

Realidade ou Signos: a que temos acesso?

Charles Peirce desenvolveu a sua teoria baseada nos estudos dos sinais, a semiótica, fundamentada na “filosofia do conhecimento” de natureza *faneroscópica*.

Segundo tal teoria, não temos acesso à realidade (o que ele denomina “objeto dinâmico”) senão através do signo. O signo, porém, nem sempre permite que o atravessemos em busca da realidade. Ele se interpõe ao interpretante e, de acordo com a sua natureza, impede mesmo o acesso ao objeto que ele representa

É o que acontece com os signos de terceiridade, os mais completos e que merecem o nome de “signo” em sua totalidade. A terceiridade acontece quando o signo permite relações bem definidas com o interpretante e se relaciona de maneira bem destacada com o objeto que ele representa. Peirce define o signo como:

“(…) qualquer coisa que está relacionada a uma segunda coisa, seu objeto, com respeito a uma qualidade, de tal modo a trazer uma terceira coisa,



seu interpretante, para uma relação com o mesmo objeto, e isso de maneira tal a trazer uma quarta para uma relação com aquele objeto da mesma forma, ad infinitum”

O signo é o que se coloca à interpretação do receptor. É a sua representação. Em si mesmo, o signo é um “*representamen*”. Essa entidade possui características perceptíveis do objeto que representa e emite sinais (outros signos capazes de interpretá-lo) que funcionam como estímulos para o interpretante dinâmico ou mental (o receptor) que vai recebê-lo. Para Peirce o signo como *representamen* possui as seguintes naturezas: Qualissigno, Sinsigno e o Legissigno.

O Qualissigno corresponde a uma qualitativa. O signo representa, nesse estágio, uma possibilidade abstraída de materialidade. Não tem um corpo nem uma concretude. Uma cor, por exemplo, desprovida de um suporte material que a contenha, é uma mera qualidade. Ela existe em potencial e em possibilidade, ainda que não perceptível.

Já o Sinsigno é um signo que representa um acontecimento, um objeto ou um momento singular, único e irrepitível enquanto ocorre. Diferentemente do qualissigno, o sinsigno possui materialidade, corporificada uma qualidade podendo ser um evento, uma atitude, uma coisa ou uma existência comprovada. O Sinsigno não existe desprovido de alguma qualidade. É um segundo que contém, de algum modo, o primeiro (o qualissigno)

O Legissigno é um signo que se desprende da materialidade singular em favor da generalidade, da permanência e da durabilidade no tempo e no espaço. Pode ser uma lei vigente, uma convenção, algo que resulte de uma decisão arbitrária, uma lei. As letras do alfabeto, os números, as regras combinatórias de matemática, por exemplo, são signos de terceiridade ou legissignos. Para existirem, os signos de terceiridade possuem em si mesmo características de segunda e primeiridade, cumulativamente, embora as duas anteriores se tornem, nele, rarefeitas. Num legissigno podem aparecer por exemplo, vários significados singulares que portam qualidades gerais.

É importante salientar que o fato de um signo ter a característica de Legissigno significa que ele possui também características de Sinsigno e Qualissigno, assim como



um Sinsigno possui características de Qualissigno. Na lógica peirceana, a terceiridade engloba a segundidade assim como esta engloba a primeiridade

A Teoria na Prática Metodológica

Dessa forma, traduzindo tais características para um modelo que possa servir de método para uma pesquisa da comunicação nas organizações, buscamos considerar os signos na nossa condição de interpretantes, ou receptores.

Ao pesquisarmos como observadores, seja direta ou indiretamente, as condições de acontecimentos comunicativos em organizações comerciais, somos interpretantes de signos. Os signos que vamos interpretar são, por sua vez, não os acontecimentos em si mesmos, mas versões desses acontecimentos, narradas pelos seus protagonistas (fornecedores, clientes, usuários, observadores, etc...). Até mesmo na condição de observador, o pesquisador já é um interpretante de signos que são interpretados pelos protagonistas.

Por isso, é preciso considerar que para qualquer interpretante, o que se coloca diante dele é um signo, seja ele o fato puro e simplesmente sem intermediários, seja uma interpretação de um protagonista qualquer.

Como interpretantes, recebemos o signo em diversas condições, com mais ou menos mediações. Entendemos que não é o afastamento dos protagonistas e a aproximação do fato puro que nos levaria a uma percepção mais “verdadeira”, visto que os acontecimentos e eventos comunicativos se dão com pessoas e pelas pessoas. Por isso, buscamos localizar os problemas de comunicação nas organizações - matéria prima de nosso trabalho de pesquisa para encontrar uma nova metodologia de diagnosticá-los – onde eles se mostram mais visíveis e transparentes: nas manifestações de insatisfação.

Antes, porém, fizemos algumas tentativas de buscar depoimentos dos protagonistas junto às organizações. Para tanto, entrevistamos funcionários, supervisores e altos executivos em duas empresas, uma pública e uma privada: respectivamente, o Banco do Brasil e a Universidade Católica de Brasília.



Quando buscamos depoimentos sobre problemas de comunicação encontramos respostas evasivas que nos levaram a concluir que os respondentes omitiam informações e ou suavizavam questões mais contundentes, como forma de preservarem a empresa e seus empregos.

Concluímos, então, que esta não seria a melhor forma de diagnosticarmos os principais problemas de comunicação. Além do grande esforço que demandaria, essa pesquisa empírica teria de ser submetida a outras instâncias burocráticas (Comitê de Ética, por exemplo), o que demandaria uma longa espera e resultados pouco seguros.

Por isso, optamos por buscar narrativas de problemas de comunicação nas organizações junto a quem mais se esmera em detalhá-los: os protagonistas de um caso mal-sucedido, os insatisfeitos. E não faltam relatos de casos de insatisfação com a comunicação das empresas nos sites especializados em defesa do consumidor na Internet e nas redes sociais.

E foi neles que buscamos casos exemplares (com algum grau de redundância) para promover um diagnóstico tentativo dos problemas utilizando-nos das questões derivadas da teoria Peirceana.

Seleção e a Análise

A descrição do caso e a caracterização do que foi relatado foram motivo de análises e sistematizações, nas quais, didaticamente, as questões problemáticas foram alocadas em blocos distintos, conforme a natureza do signo e das condições interpretantes, seguindo a teoria dos signos de Peirce.

Na condição de interpretantes (3), consideramos cada relato como um signo no seu todo e o decompomos segundo as possibilidades triádicas de Peirce. Assim, como signos, os relatos são terceiros. Em cada categoria relacionamos o que de primeiro (3.1) e de segundo (3.2) tem cada situação relatada, bem como caracterizamos resumidamente o caso na sua condição de terceiro signo (3.3)



Cada um dos casos foi considerado em três perspectivas ou possibilidades diferentes de abordagem: do ponto de vista do **cliente**, do ponto de vista do **fornecedor** e uma **observação geral** da dinâmica do caso como um todo, enfatizando a relação cliente/fornecedor.

Dessa forma, a análise nos proporciona uma visão geral e diagnóstica do ocorrido.

Nesta fase da pesquisa, tais levantamentos serão úteis para fornecerem os principais atributos presentes nos denominados “problemas de comunicação”, de modo a comporem, futuramente, um quadro mais complexo de cruzamentos e multiplanearidades, com geração de novos sentidos e indicação de novas tendências.

Para es

CASO n. 1

Fonte: <http://www.reclameaqui.com.br/2661173/cromus-embalagens/aguardo-resposta-de-e-mail-a-mais-de-1-semana/>

Reclamação:

“Praia Grande - SP
Sexta-feira, 23 de Março de 2012 - 21:44

Aguardo resposta de e-mail a mais de 1 semana

Estou a mais de 2 (dois) meses procurando uma embalagem que utilizo a mais de 3 anos e não estou encontrando mais (embalagem para trufa trouxinha), a empresa que representa a cromus é a Proplastik, que é onde fui e procurei pelo site várias vezes e já perguntei para funcionários da loja que me informam que vai chegar, outro diz que saiu de linha, outro diz que não tem mais porque não vende... cada um dá uma desculpa, já mandei e-mail para a proplastik e para a cromus e ninguém se manifesta. Incompetência??????”

Resposta da Empresa:

Prezada Sra. Viviane,

Conforme contato telefônico hoje por telefone foram esclarecidas todas as dúvidas em questão. Lamentamos profundamente pelos aborrecimentos e transtornos causados. Compreendemos totalmente a sua indignação. Permanecemos sempre à disposição para atendê-la sempre que necessário.

Atenciosamente,
SAC | Serviço de Atendimento ao Consumidor
Depto. SAC
Cromus Embalagens Ind. e Com. Ltda”



Categorização do Caso nos moldes do modelo Peirceano

	Observação Geral	Visão do Cliente	Feedback
3.1	Falta de Unidade Incoerência	Desconsideração Exclusão Indignação	Autoridade Presunção
3.2	Ausência de Informação Falta de Sistematização da Informação	Falta de Responsabilidade	Desculpar-se Sair da Situação
3.3	Desorganização	Empresa não Merecedora de Preferência	Formalidade Excessiva

=====

CASO n. 2

Fonte: <http://www.reclameaqui.com.br/2148716/multibrink-brindes-e-brinquedos-Ita/pedido-de-mercadoria-cancelado-pelo-fornecedor-sem-aviso-ao/>

Reclamação:

“Araçatuba – SP

Segunda-feira, 19 de Dezembro de 2011 - 12:39

PEDIDO DE MERCADORIA CANCELADO PELO FORNECEDOR SEM AVISO AO LOJISTA

Bom dia!

Em 18/11/2011 eu, LUIZ HENRIQUE DOS SANTOS, representante legal da empresa LH DOS SANTOS LOJA DE VARIEDADES - ME, CNPJ: 13.239.999/0001-78, localizada na cidade de Lins/SP, recebi a visita do representante comercial da renomada empresa MULTIBRINK, o sr. Ari para que fizesse um pedido de reposição das faltas de mercadorias para as vendas de final de ano. Tal pedido foi realizado nesta data, totalizando um valor de R\$ 3.873,84. Tal empresa recebeu o pedido no dia 19/11/2011. Até a presente data (19/12/2011) não recebi nenhuma mercadoria sequer e nenhum tipo de telefonema para solicitar ou relatar alguns tipo de esclarecimento. Hoje (19/12), entrei em contato com o representante e posteriormente com a empresa para que os mesmos me posicionassem sobre o pedido, porém tive a infelicidade de ouvir da empresa que o pedido foi cancelado, uma vez que minha empresa possuía boletos em aberto junto à Multibrink e que encontrávamos negativados. Na data do pedido estávamos em dia com a referida empresa e não encontrávamos negativados junto a qualquer órgão de proteção ao crédito. Houve um atraso de pagamento no segundo



boleto por motivo de greve dos correios e nao recebimento da fatura em questao, mas que na data do pedido já havia sido liquidada. Sinto-me prejudicado com tamanho descaso para conosco uma vez que trata-se de uma loja conceituada nesta cidade e que atualmente trabalha com mais de 80 fornecedores ativos, sem nenhum problema com tais empresas. Ficamos tristes com o ocorrido, pois essa semana é uma semana que com certeza venderiamos todo o produto da Multibrink, pois trabalhamos com idoneidade e competencia, alem de termos precos agressivos, o que facilita a alta rotatividade das mercadorias. Fica aqui meu desabafo e descontentamento com a empresa.

Sem mais,
Luiz Henrique dos Santos”

Resposta da Empresa:

Boa Tarde Senhor Luiz Henrique, peço desculpas por todo o transtorno causado. Deve ter havido algum equívoco, vamos estar reencaminhando o email ao setor responsável para que entrem contato com o Senhor e esclareça o ocorrido.

Fico a disposição para qualquer dúvida

Cordialmente
Solange Nascimento
Depto.de Assistência Técnica
Multibrink”

	Observação Geral	Visão do Cliente	Feedback
3.1	Falta de confiança por parte da empresa Descrença	Orgulho Ferido Sentir-se Indigno Descontentamento	Disponibilidade Desorientação
3.2	Ausência de Retorno Retorno Intempestivo	Falta de Consideração Descaso	Falta de Comunicação Interna Desculpar-se
3.3	Empresa Intolerante Empresa que excede na burocracia Não valoriza a fidelidade do cliente Falta de Esclarecimentos	Empresa não merece preferência	Sistematização Improdutiva Formalidade



Caso n. 3

Fonte: <http://www.reclameaqui.com.br/2683995/tim-celular/passei-meu-plano-de-empresa-para-pessoa-juridica-ha-mais-de/>

Reclamação

São Paulo - SP

Quarta-feira, 28 de Março de 2012 - 12:46

Passei meu plano de empresa para Pessoa jurídica há mais de 1 ano e ainda recebo cobrança PJ

Tinha um plano empresarial (pessoa jurídica) em nome da minha empresa Nera Artigos de Couro Ltda até Março/2011, em 13/04/2011 entrei em contato com a TIM solicitando passar meu plano de pessoa jurídica para pessoa física, após ficar um tempão aguardando, finalizei a solicitação e me deram o número do protocolo 2011082499057. Fizeram corretamente a portabilidade de PJ para PF e após alguns dias, minhas 2 linhas 7140-7610 e 7140-7611 já estavam como pessoa física no pós-pago. Começando no mês seguinte a receber as contas das 2 linhas como pós-pago pessoa física (que estão sendo pagas corretamente).

Paguei a última conta de pessoa jurídica corretamente no mês de Março/2011. Nos meses seguintes começaram a vir contas de pessoa jurídica (Nera artigos de couro) em minha residência, após 3 meses recebendo a mesma conta (por volta de R\$ 150,00) entrei novamente em contato com a TIM em 07/07/2011 reclamando desse valor que estava aparecendo em aberto. A atendente me disse que no sistema da TIM estava tudo correto e a cobrança era indevida, avisando-me para desconsiderar as contas, passando-me o protocolo n. 201150338667. No início desse ano, recebi uma cobrança (terceirizada da Credit Cash) no valor de aproximadamente R\$ 750,00 (referente a essas contas que estavam em aberto na Tim desde Abril/2011).

Na semana passada recebi uma notificação extrajudicial dessa mesma empresa (Credit Cash) para liquidação dos débitos da TIM. Não estou devendo nada para a TIM em relação a Nera Artigos de Couro Ltda. Não consigo ligar na TIM, fico por mais de 30/40 minutos aguardando atendimento e sempre cai a linha. Se não resolverem (Tim) isso rapidamente, entrarei com uma ação contra a TIM.

Obrigado e no aguardo.

Resposta da Empresa

Quinta-feira, 12 de Abril de 2012 - 18:11

Prezado Cliente, NELINTON

Referente ao protocolo 2012067953167 mediante sua solicitação no site Reclame Aqui. Estamos à sua disposição através do nosso Central de Relacionamento com clientes através do 1056.

Atenciosamente,
Central de Relacionamento com Clientes

Reclamação

Informaram um numero de protocolo (acima), e o telefone 1056 para entrar em contato



com a central de relacionamento. Tentei por diversas vezes, ficando mais de 20 minutos, explicando para diversos atendentes, que jogam a ligação para outro setor, que não resolvem nada.

Preciso que resolvam isso, ou irei procurar meus direitos. A TIM deve ligar-me informando a solução do caso, pois conforme explicado abaixo e por mais de 10 vezes para atendentes diferentes, não estou devendo nada e estão acionando judicialmente minha empresa. Quero uma solução urgente ou vou acionar judicialmente a TIM.

	Observação Geral	Visão do Cliente	Feedback
3.1	Suspeita de Má Fé Desorganização Desrespeito	Injustiça Inconformidade Irritação Incômodo	Desimportância Descaso
3.2	Cobrança Indevida Não realização da mudança do serviço Desacordo	Não Aceitação Difamação	Falta de Compromisso Falta de Respeito Falta de Comunicação/Atendimento com o Cliente
3.3	Empresa Desrespeitosa e Desorganizada	Empresa Opera de Má Fé	Formalização Protocolo

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa sobre a transposição da Teoria Geral dos Signos de Peirce para uma metodologia capaz de diagnosticar as características e as condições dos problemas de comunicação nas organizações está apenas no início.

Os dados e os trabalhos aqui relatados são conclusões parciais que seguem em desenvolvimento crítico no grupo de pesquisa MPCO, na Universidade Católica de Brasília e com patrocínio do CNPq.

O que entendemos mais importante e que justifica a apresentação parcial desses resultados é o fato de que a adoção de uma teoria semiótica pode representar um ganho



em amplitude e em síntese para análise crítica e diagnóstica da comunicação organizacional.

É ampla ao proporcionar exposição de diversos aspectos qualitativos (primeiridade) que normalmente não são considerados nas pesquisas racionais/lógicas e estatísticas, ao debruçar-se sobre a singularidade de cada processo (segundidade) e ao buscar sequências e consequências desses problemas na vida organizacional e nas relações de consumo (terceiridade). .

É também sintética porque nos permite classificar e buscar cruzar signos de diferentes dimensões (primeiridade, segundidade e terceiridade, ou qualissignos, sinsignos e legissignos) provocando relações de sentido que fatalmente nos levarão a conclusões novas e chamarão nossa atenção para outras possibilidades de sentido.

As novas possibilidades que fatalmente surgirão a partir do cruzamento das categorias peircenas serão objeto de um novo estudo que em breve o grupo MPCO iniciará na sua investigação sobre essa nova metodologia.

REFERÊNCIAS

COLLADO, C. F. **La Comunicación en las Organizaciones**. México, Argentina España: Ed. Trillas 1996.

DUARTE, J. e BARROS, A. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

IASBECK, L.C.A. **Administração da Identidade**. Tese de doutoramento. São Paulo, SP, PUC/SP, 1998.

JABLIN, R.M. e PUTNAM, L.L.(Ed) **The New Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research and Methods**. Thousand Oaks, London and New Delhi: Sage Publications, Inc., 2000.

KUNSCH, Margarida K.K. *Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e procesos*. Volume I. São Paulo: Editora Saraiva, 2009

KUNSCH, Margarida K.K. *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

NÖTH, W. **Panorama da Semiótica**: de Platão a Peirce. São Paulo: Annablume, 2003

PEIRCE, C.S. **Ilustrações da Lógica da Ciência**. São Paulo: Idéias e Letras, 1992.



PEIRCE, C.S. **Semiótica e Filosofia**. São Paulo: Cultrix, 1993

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

SANTAELLA, L. **A Teoria Geral dos Signos: semiose e autogeração**. São Paulo: Ática, 1995.

SANTAELLA, L. e VIEIRA, J.A. **Metaciência como guia de pesquisa: Uma proposta semiótica e sistêmica**. São Paulo: Editora Mérito, 2008