

## A IDENTIDADE VISUAL DA WIKIPÉDIA LUSÓFONA: UMA ANÁLISE A PARTIR DA SEMIÓTICA PEIRCEANA

Márcio José da Silva  
marcioect@bol.com.br  
<http://lattes.cnpq.br/1103782532536655>

### RESUMO

Neste trabalho apresentamos uma análise semiótica da peça publicitária que é utilizada para representar a identidade visual da Wikipédia lusófona. A fundamentação teórico-metodológica de nossa análise foi elaborada a partir da Teoria Semiótica de Charles S. Peirce. Na análise, consideramos não apenas os elementos gráficos e linguísticos que compõem a referida peça publicitária como também a historicidade de suas relações consigo mesma e com tudo aquilo que está (ou esteve) fora dela constituindo-a enquanto texto e produzindo efeitos de sentido para seus interpretantes diante de diferentes gestos de leitura. Como conclusão, destaca-se o fato de que a Wikipédia, apesar de propor um modelo mais democrático de produção, circulação e compartilhamento do conhecimento, também se inscreve num discurso capitalista no qual o conhecimento é tomado como um produto a ser (re)produzido e consumido continuamente em larga escala e numa velocidade impressionante.

**Palavras-chave:** Semiótica Peirceana; Wikipédia; Circulação do Conhecimento.

### 1. INTRODUÇÃO

De acordo com a página principal da Wikipédia lusófona, “A Wikipédia é um projeto de enciclopédia colaborativa, universal e multilíngue estabelecido na Internet sob o princípio wiki. Tem como propósito fornecer um conteúdo livre, objetivo e verificável, que todos possam editar e melhorar.” (WIKIPEDIA, 2016)<sup>1</sup>. Mais que uma enciclopédia, a Wikipédia é uma entidade jurídica. Suas ações e seus dizeres evidenciam marcas de sua identidade. Uma forma bastante comum de tornar pública esta identidade é por meio de peças publicitárias que, em conjunto, formam o que normalmente chamamos de ‘identidade visual da empresa’. As formas mais comuns dessas peças publicitárias são a logomarca ou logotipo e os slogans.

---

1 Disponível em < <https://pt.wikipedia.org/wiki/Wikipédia/página-principal>>. Acesso em 16 dez. 2016.

Neste trabalho apresentamos uma análise semiótica da peça publicitária que é utilizada para representar a identidade visual da Wikipédia lusófona. Esta peça publicitária é formada pela logomarca da empresa junto de seu slogan. A logomarca é composta por uma imagem combinada à inscrição WIKIPÉDIA e o slogan é formado por uma frase escrita em língua portuguesa: 'A enciclopédia livre'.



**Figura 1:** Logomarca da Wikipédia lusófona

**Fonte:** <https://pt.wikipedia.org/wiki/wikipédia:página-principal>

A fundamentação teórico-metodológica de nossa análise foi elaborada a partir da Teoria Semiótica de Charles S. Peirce. Na análise, consideramos não apenas os elementos gráficos e linguísticos que compõem a referida peça publicitária como também a historicidade de suas relações consigo mesma e com tudo aquilo que está (ou esteve) fora dela constituindo-a enquanto texto e produzindo efeitos de sentido para seus interpretantes diante de diferentes gestos de leitura.

## 2. A TEORIA SEMIÓTICA DE PEIRCE

A semiótica é a ciência geral de todas as linguagens. Podemos buscar nas definições e classificações de signos os princípios-guias para, do ponto de vista da teoria semiótica, analisar os mais diversos tipos de textos, imagens, produções audiovisuais, peças publicitárias etc. Segundo Santaella (2002, p. 5):

a teoria semiótica nos permite penetrar no próprio movimento interno das mensagens, no modo como elas são engendradas, nos procedimentos e recursos nelas utilizados. Permite-nos também captar seus vetores de referencialidade não apenas a um contexto mais imediato, como também a um contexto estendido, pois em todo processo de signos ficam marcas deixadas pela história, pelo nível de desenvolvimento das forças produtivas econômicas, pela técnica e pelo sujeito que a produz.

De acordo com a teoria semiótica de Charles S. Peirce, o signo é qualquer coisa de qualquer espécie que pode representar outra coisa, chamada de objeto do signo, e que produz um efeito interpretativo em uma mente real ou potencial, efeito este que é chamado de interpretante do signo. Segundo Santaella (1983, p. 78), o signo só funciona como tal, se ele carregar consigo esse poder de representar, substituir outra coisa diferente dele, de modo que, o signo não é o objeto, ele apenas está no lugar do objeto e só pode representar esse objeto de um certo modo e numa certa capacidade.

Segundo Peirce (1977), o signo tem uma natureza triádica, mantendo uma relação solidária entre três polos/dimensões: (1) a dimensão perceptível do signo, seu representâmen ou significante; (2) o que ele representa, seu objeto ou referente e (3) o que ele significa, seu interpretante ou significado. Essa triangulação representa bem a dinâmica de qualquer signo enquanto processo semiótico, cuja significação depende do contexto de seu aparecimento, bem como da expectativa de seu receptor e aponta-nos a possibilidade de análise semiótica considerando os signos sob três aspectos distintos e complementares entre si dentro do processo representativo: (1) em si mesmo, na relação do signo com seu fundamento, nas suas propriedades internas que definem as características do representâmen – sua qualidade, sua existência concreta ou seu caráter de lei – que lhe atribuem ‘poder para significar’[significação]; (2) na relação do fundamento com o ‘objeto’, o referente do signo, ou seja, na sua referência àquilo que ele indica, representa ou se refere [objetivação] e (3) na relação do fundamento com o interpretante, nos efeitos que pode produzir em seus receptores, ou seja, nos tipos de interpretação que pode produzir [interpretação].

A partir da Fenomenologia<sup>2</sup>, Peirce (1977) elenca três categorias universais dentro das quais podemos enquadrar todo e qualquer signo: primeiridade, segundidade e terceiridade. A primeiridade diz respeito a ideia de primeiro, ou seja, uma categoria sob a qual não há outra determinando-a, uma categoria que é da ordem do acaso, da

---

2 Resumidamente, podemos dizer que a Fenomenologia estuda o modo como as ‘coisas’ aparecem na consciência, independente de sua condição de realidade. Os estudos de Fenomenologia buscam apresentar as categorias formais e universais dos modos como os ‘fenômenos’ são percebidos e apreendidos pela mente.

originalidade e, por isso, assumida como livre de convenções e predeterminações. Em nível de primeiridade está aquele momento ímpar em que experimentamos algo (uma cor, um som, uma luz, um cheiro, um sentimento), um momento que não podemos precisar exatamente, apenas representá-lo em nossa mente como pura indeterminação, ainda sem referências, mera qualidade que se faz na presentidade do momento imediato, sem fluxo de tempo, apenas estabelecendo ruptura entre passado e futuro, antes que possamos perceber a relação desta qualidade com algum objeto. A percepção de que tal qualidade existe em uma coisa qualquer que não ela mesma, já é própria da ideia de segundidade.

A segundidade está ligada às ideias de dependência, determinação, dualidade, ação e reação, aqui e agora, conflito, surpresa, dúvida etc. e se estabelece a partir da relação entre o signo e algo externo a ele. A segundidade se estabelece quando, num momento seguinte àquela 'unidade que se faz presente na mente' somos tomados por uma sensação de dualidade e percebemos que esta qualidade primeira pode ser associada a algo que lhe é externo (segundo), podendo ser tomada como propriedade de alguma coisa pertencente ao mundo real, capaz de produzir fatos/fenômenos ao qual reagimos. Para Peirce (1977), é na segundidade que percebemos a realidade das coisas, pois nos deparamos com aquilo que se opõe ao meramente aparente, imaginário, possível ou potencial, temos ação e reação, esforço e resistência presentes numa mesma experiência, atuando simultaneamente na consciência, como quando forçamos o ombro contra uma parede, por exemplo. Segundo Peirce (1977), a segundidade é o território próprio da alteridade, do outro que reage à nossa vontade ou independe dela, bem como de tudo aquilo que, embora pensável, existe independentemente de ter sido pensado e do que pensamos a seu respeito. Aí se situam todas as experiências pretéritas sob as quais não temos qualquer poder modificador, pois cada uma delas é um evento singular, independente de nossa vontade e do modo como às interpretamos e às representamos. Elas, assim como os objetos do mundo (tudo aquilo que é dado *a priori*), constituem algo que reage contra a consciência, opondo-se à sua liberdade e determinando nosso pensamento.

Quando os eventos particulares são interpretados em uma ideia geral daquilo que é experimentado, proporcionando representações que os configuram como 'fatos', já estamos no território da terceiridade. Segundo Peirce (1977), a terceiridade está vinculada a ideia de um terceiro, algo que atua como elemento mediador entre o primeiro e o segundo, diz respeito a noções como generalidade, continuidade, crescimento, infinitude, difusão e inteligência, por exemplo. Para Peirce, a forma mais simples da terceiridade manifesta-se no próprio signo, visto que ele é um elemento triádico.

Com base na natureza triádica do signo, Peirce (1977) propôs um conjunto de tricotomias para classificar os diferentes tipos de signos. No que diz respeito ao signo em si mesmo, na relação deste com seu fundamento, referindo-se às características do representâmen temos: (1) *quali-signo*, quando uma qualidade ou sensação subjetiva é um signo; (2) *sin-signo*, quando uma coisa material ou um evento objetivo é um signo e (3) *legi-signo*, quando uma convenção, uma determinação ou uma lei é um signo. No que diz respeito à relação do signo com seus objetos de referência, ou seja, aquilo que une o representâmen ao seu referente, temos: (1) *ícone*, quando a relação se dá por uma semelhança, sendo ele um signo cuja virtude significativa se deve apenas à sua qualidade, ele mesmo é uma qualidade; (2) *índice*, quando a relação se dá por uma contiguidade ou continuidade entre uma parte e o todo; um índice é um signo que necessariamente estabelece relação com seu referente, independente de alguém vir a interpretá-lo assim ou não, mas só funciona como tal quando é interpretado; todo índice implica na existência de seu referente e tem um ícone atrelado a ele e (3) *símbolo*, quando a relação se dá por convenção, hábito ou lei que se fixa na memória (individual ou coletiva); o símbolo é um signo de razão ou de mediação, tipicamente situado na categoria da terceiridade. No que diz respeito à relação do signo com seus interpretantes, temos: (1) *rema*, quando o interpretante é um signo decorrente de uma sensação ou qualidade; (2) *dicente*, quando o interpretante é decorrente de uma relação com o real e (3) *argumento*, quando o interpretante é decorrente de uma convenção ou lei. O quadro abaixo é um resumo desta classificação:

<b>Categorias</b>	<b>Representâmen</b>	<b>Objeto</b>	<b>Interpretante</b>
1. Primeiridade	Quali-signo	Ícone	Rema
2. Secundidade	Sin-signo	Índice	Dicente
3. Terceiridade	Legi-signo	Símbolo	Argumento

**Tabela 1-** Tricotomias do signo de acordo com as relações de suas partes.

Como vemos acima, os números 1, 2 e 3 estão associados às três categorias fonomenológicas, sendo que o primeiro pode prescindir do segundo e do terceiro, enquanto que o segundo pode prescindir do terceiro, mas deve conter o primeiro ou não será o segundo; o terceiro deve, obrigatoriamente, conter o primeiro e o segundo.

A partir das possíveis relações entre o fundamento do signo [representâmen] e seu objeto [referente], Peirce (1977) estabeleceu uma distinção entre dois tipos de objeto: o objeto imediato e o objeto dinâmico. Palavras, frases, imagens, sons e suas combinações são signos e só podem se reportar a algo porque, de algum modo, este algo que eles denotam está representado dentro do próprio signo; este 'algo' a que o signo se reporta é o objeto dinâmico e o modo como o signo representa, indica, se assemelha, sugere, evoca este 'algo' a que ele se refere é o objeto imediato, assim chamado porque é somente por meio dele que temos acesso ao objeto dinâmico. No caso de um ícone, o objeto imediato somente pode 'sugerir' ou 'evocar' seu objeto dinâmico; o objeto imediato de um índice 'indica' seu objeto dinâmico e o objeto imediato de um símbolo 'representa' seu objeto dinâmico.

O interpretante é o terceiro elemento da tríade constitutiva de um signo, estando ele situado na categoria da terceiridade, o que lhe confere uma constituição em três níveis: o interpretante imediato, o interpretante dinâmico e o interpretante final. O interpretante imediato é interno ao signo, ou seja, todo signo possui intrinsecamente um potencial interpretativo, uma interpretabilidade no nível abstrato, que independe de o signo deparar-se com um intérprete capaz de efetivar esse potencial. O interpretante dinâmico está em um segundo nível e refere-se ao efeito que o signo efetivamente produz em um intérprete; é a dimensão psicológica do interpretante, pois trata-se de um efeito singular produzido pelo signo em um intérprete específico.

O interpretante dinâmico subdivide-se em três categorias: (1) *emocional*, quando o efeito produzido é uma simples qualidade de sentimento, sendo mais comuns para os ícones; (2) *energético*, quando o efeito produzido implica geralmente numa ação/reação física ou mental, sendo mais comuns nos índices e (3) *lógico*, quando o signo é interpretado por meio de uma regra/lei interpretativa internalizada pelo intérprete que a

utiliza para realizar associações de ideias, conectando signo e objeto para poder interpretar, como ocorre no caso dos símbolos. Dentro do interpretante lógico, Peirce (1977) introduziu o conceito de *'interpretante lógico último'*, que equivale a 'mudanças de hábito', um elemento de transformação que permite a evolução dos processos de interpretação.

O interpretante final refere-se ao resultado interpretativo a que todo intérprete estaria destinado a chegar se os interpretantes dinâmicos do signo fossem levados até seu limite infinito; é, portanto, um limite pensável, porém nunca inteiramente atingível. Na relação do signo com o interpretante final é que vamos encontrar os três níveis já destacados anteriormente: rema [possibilidades qualitativas, hipóteses, conjecturas tipicamente comuns para os ícones] dicente [signos de existência real, índices] e argumento [convenções, leis, comuns aos símbolos].

### 3. A ANÁLISE

A partir das tricotomias peirceanas, Santaella (2002) apresenta um roteiro por meio do qual podemos fazer leituras semióticas de um conjunto de signos (textos, imagens, produções audiovisuais, peças publicitárias etc.). Este roteiro estabelece três níveis analíticos. No primeiro nível, devemos focar nossa atenção para o fundamento do signo, buscando explicitar possíveis relações do signo consigo mesmo. No segundo momento, explicitamos e analisamos possíveis relações do signo com seus objetos (imediate e dinâmico), ou seja, estamos passando para o nível do referente do signo. Estes dois primeiros níveis de análise servem de alicerce para que possamos atuar no terceiro nível analítico, onde buscamos explicitar possíveis relações do signo com o interpretante. Segundo Santaella (2002), construir este alicerce é de suma importância para que não lancemos sobre o signo interpretações já prontas extraídas de um repertório prévio. Seguindo o roteiro formulado por Santaella (2002), analisamos a peça publicitária em questão sob três aspectos: em si mesma; em sua referencialidade e em sua interpretabilidade. Segue a análise:

### 3.1 A PEÇA EM SI MESMA

A peça publicitária é composta por três módulos comunicacionais, sendo dois deles correspondentes ao logotipo e um ao slogan da referida marca. O logotipo é composto por uma imagem plana estática e pela inscrição: WIKIPÉDIA. O slogan está escrito em língua portuguesa e é formado por três palavras separadas entre si por dois espaços simples: A enciclopédia livre. Todas as palavras que compõem o slogan, assim como também a inscrição WIKIPÉDIA, estão grafadas com fonte serifada, em perfeito alinhamento vertical e com a mesma tonalidade de preto em todos os caracteres. Não há margens delimitando o espaço da peça nem cor de fundo diferenciada em relação ao restante da mídia em que a mesma está grafada. Também não há qualquer tipo de elemento gráfico conectivo entre os três módulos principais da peça, estando todos centralizados um em relação ao outro e dispostos um abaixo do outro na seguinte ordem: a imagem está na parte superior, logo abaixo vemos a inscrição WIKIPÉDIA grafada horizontalmente na cor preta e, abaixo desta, o slogan, também grafado horizontalmente na cor preta.

Na imagem vemos uma predominância das cores neutras (preto e cinza)<sup>3</sup>. Há uma base cinza mais clara na parte central que vai perdendo brilho e escurecendo em direção às bordas, dando ideia de volume e de uma luminosidade que incide obliquamente sobre a mídia, focada nesta parte central da imagem. Próximo à parte central, desviando-se o olhar em direção ao canto superior esquerdo vemos uma mancha cinza num tom mais escuro, destacando-se do restante da base da imagem. A base da imagem é formada predominantemente por linhas curvas que se cruzam formando espaços menores dispostos lado a lado compondo esta parte central numa disposição em perspectiva até o limite externo da imagem que é formado por uma linha curva fechada que se assemelha a um arco de circunferência em sua maior parte e que, juntamente com a variação de brilho, evocam a ideia de tridimensionalidade. Um desses espaços menores dispostos na parte

---

3 A análise foi feita observando a referida peça publicitária diretamente no site da Wikipédia lusófona. É importante ressaltar que quando a mesma encontra-se em outras mídias (como em materiais impressos, por exemplo), algumas variações cromáticas podem ser observadas, sobretudo nas tonalidades de cinza.

central da figura corresponde à mancha cinza que descrevemos acima e, com exceção deste, nos outros vemos, em cada um deles, um grafema na cor preta.

Compondo também o logotipo, temos a inscrição WIKIPÉDIA, grafada horizontalmente da esquerda para a direita logo abaixo da imagem principal. Esta inscrição se assemelha ao modo como se escreve em língua portuguesa o nome da marca a qual se refere este logotipo, diferenciando-se deste padrão de escrita apenas pelo fato de que seu último caractere apresenta um design semelhante a uma letra 'A' maiúscula e não minúscula como seria sua aparência caso se tratasse da simples escrita do nome Wikipédia. O primeiro caractere desta inscrição apresenta o mesmo design gráfico de um dos grafemas aos quais nos referimos anteriormente, porém em tamanho diferente, assemelhando-se ambos a letra 'W'. O slogan consiste de uma frase constativa, grafada em língua portuguesa: 'A enciclopédia livre'. Como vemos, trata-se de uma frase formada por um artigo definido feminino, um substantivo simples e um adjetivo. Para finalizar este primeiro nível analítico é preciso reforçar que o objeto de nossa análise trata-se de uma peça publicitária, o que lhe confere um status de 'produto', provavelmente elaborado seguindo padrões convencionados como adequados para atender expectativas comerciais relacionadas à representatividade da marca a qual ele se refere, dando-lhe maior visibilidade no mercado. Esta é uma característica geral de peças publicitárias, o que nos permite sugerir que as propriedades aqui observadas tenham sido arbitradas com o intuito de atender tal demanda.

### 3.2 A REFERENCIALIDADE DA PEÇA

Primeiramente, a predominância das cores neutras (cinza e preto) sugerem qualidades como imparcialidade e seriedade. A grande quantidade de linhas curvas pode ser tomada como ícone de versatilidade, assim como o cruzamento dessas linhas sugere a multiplicidade de 'caminhos' a serem percorridos por aqueles que navegam pelo ciberespaço da enciclopédia digital a qual se refere esta peça publicitária. De modo similar, podemos ainda pensar nessa predominância de linhas curvas e no padrão gráfico que se forma pelo cruzamento delas como ícones de não linearidade no que diz respeito aos processos de (re)elaboração e compartilhamento de conhecimento. A ausência de

margens sugere o não enquadramento da referida marca em padrões definidos socialmente, bem como uma indefinição dos seus próprios limites de abrangência, além de evocar a ideia de algo 'aberto', de fácil acesso, público desde seu fundamento.

Os elementos pictóricos que compõem a representação de luminosidade e a tridimensionalidade da imagem, combinadas com a forma predominantemente arredondada da imagem principal evocam a ideia de uma esfera ou de um globo, possivelmente uma referência ao globo terrestre e/ou suposto 'mundo do conhecimento'. A mancha cinza descrita anteriormente sugere que esta forma esférica seja oca, o que remete a uma receptividade, ou seja, a uma propriedade de incompletude e de contínua possibilidade de entrada para novos conteúdos. Cada um dos espaços delimitados pelo cruzamento das linhas curvas na parte central desta imagem principal se assemelha a uma peça de quebra-cabeças e a sua disposição lado a lado forja a ideia de que estas peças estejam sendo encaixadas uma na outra para compor a superfície desse globo que se apresenta ainda incompleto, supostamente sendo montado/construído.

Combinado a isto, os grafemas contidos na parte central de cada um desses espaços que se assemelham a peças de quebra-cabeças remetem a signos de diferentes línguas, sendo que alguns deles remetem a letras do alfabeto grego, comumente utilizadas também para representar variáveis estudadas em Matemática e disciplinas científicas como Física e Química. Esta combinação de elementos gráficos, possivelmente trata-se de uma referência à incompletude do conhecimento humano, tomado como algo que vem sendo continuamente construído em todas as partes do planeta, bem como ao seu caráter universal, independente de padrões linguísticos, ou ainda, uma referência ao modo como os inúmeros leitores-colaboradores que se conectam uns aos outros por meio da plataforma da Wikipédia. O padrão de encaixe das 'peças' remete ao modo como se inter-relacionam, por meio de links, os conteúdos das diversas áreas do conhecimento dentro desta plataforma e suas diversas versões no diferentes idiomas. O cruzamento das linhas que delimitam cada 'peça' sugere a ideia de rede, no caso, a própria internet, sendo que cada ponto de intersecção parece remeter a um nó desta rede onde se conectam seus usuários-colaboradores.

O grafema 'W' marcado em um daqueles espaços que sugerem peças de quebra-cabeças parece estabelecer uma relação com aquela utilizada na grafia da inscrição WIKIPÉDIA e ambas remetem ao nome da marca a qual se refere a peça publicitária em análise. Na imagem principal, ao lado do recorte espacial onde se encontra grafada a letra 'W' e devidamente encaixado nele, temos outro recorte que também se assemelha a uma peça de quebra-cabeças e que contém nele grafado a inscrição 'Ω', que nitidamente refere-se à letra ômega, última letra do alfabeto grego, comumente utilizada para simbolizar sabedoria, sendo também uma referência à própria civilização grega que é tida como berço da sabedoria ocidental. Possivelmente, não por coincidência, a parte mais 'iluminada' da imagem central é justamente este ponto onde está marcada a inscrição 'Ω', sendo que a luz é comumente utilizada para simbolizar também conhecimento e sabedoria e, na imagem, vemos o recorte onde contém a inscrição 'W' diretamente encaixado/conectado a este da inscrição 'Ω', o que, se considerarmos esta inscrição 'W' como uma referência à própria Wikipédia, sugere que ela seja um espaço de iluminação, sabedoria, conhecimento, racionalidade etc.

Como já foi dito, nosso objeto de análise trata-se de uma peça publicitária. Esta peça constitui a identidade visual da versão lusófona da Wikipédia, uma enciclopédia colaborativa disponível atualmente na internet pelo endereço: [<http://pt.wikipedia.org>]. Ela é parte integrante de todas as páginas que constituem a totalidade da Wikipédia enquanto produto; portanto, tratando-a como um existente é possível dizer que, em sua materialidade, esta peça estabelece uma relação indicial com a totalidade da Wikipédia. Além disso, se considerarmos a Wikipédia não apenas como produto, mas como uma entidade corporativa, constituída de uma identidade jurídica e materializada em suas instalações físicas, funcionários, bem como documentos que definem seu modo de existir, esta peça publicitária é também uma parte integrante dela e, portanto, um índice desta organização. Além disso, como se trata de uma entidade e de um produto em contínua modificação devido à ação de seus usuários-colaboradores, poderíamos dizer que esta peça estabelece uma relação simbólica com cada um desses colaboradores que, pelo menos quando devidamente logados e efetivando contribuições para a construção da Wikipédia, constituem-se parte da própria organização.

### 3.3 A INTERPRETABILIDADE DA PEÇA

Primeiramente, verifica-se um sentimento de confiança e tranquilidade, possivelmente fruto das impressões causadas pela neutralidade cromática da composição. A predominância de linhas curvas, bem como a suposta incompletude e a receptividade sugeridas pela figura principal em forma de globo, despertam uma sensação de dinamismo e uma 'vontade de agir'. Estes impulsos/sentimentos são reforçados por outras impressões causadas quando desviarmos o olhar para o slogan e vemos que se trata de uma enciclopédia 'livre'. Daí surgem pensamentos como: há algo a ser feito! Eu posso ser uma peça deste 'quebra-cabeças'! Eu posso ajudar a completar este 'globo'!

Entretanto, um olhar atento e mais cuidadoso pode perceber e interpretar um detalhe bastante importante: alguns dos ícones que remetem a ideia de peça de quebra-cabeças, inclusive aquele no qual está grafada a letra 'W' e que pode ser interpretado como uma referência à própria Wikipédia, sugerem uma falta de mobilidade por estarem devidamente encaixados entre outras peças, fato que entra em conflito com as diversas possibilidades interpretativas do adjetivo 'livre' atribuído a própria Wikipédia em seu slogan. Notamos aí uma aparente contradição que, dependendo do interpretante, pode gerar conflito entre a afirmação de que somos livres na Wikipédia e a possibilidade de que sejamos apenas 'peças' encaixadas num processo de produção e consumo em que o conhecimento é tomado como produto/mercadoria.

O logotipo WIKIPÉDIA, combinado com a informação contida no slogan de que se trata de uma enciclopédia, delimita as possibilidades interpretativas acerca do tipo de produto ao qual se refere esta peça publicitária, ou seja, torna evidente que não se refere a um dicionário, nem a um almanaque ou qualquer outro tipo de publicação e sim de uma enciclopédia, mas não apresenta evidência alguma acerca do fato de que se trata de uma enciclopédia digital, disponível apenas na internet e não em versões impressas. No slogan, o artigo definido 'A' leva o intérprete a tomá-la como sendo a única 'enciclopédia livre', o que pode inibir a ação de procurar por outra opção que concorra com ela. O adjetivo 'livre' pode ser interpretado de diversas formas, desde uma liberdade de acesso,

o que se confunde facilmente com a falsa ideia de que ela estaria efetivamente disponível para todos, até uma suposta liberdade de conduta para seus usuários-colaboradores.

Como o adjetivo 'livre' refere-se à própria Wikipédia, outra interpretação possível é que ela mesma supõe-se como sendo livre. Então, surgem perguntas: livre de que? E para que? Talvez, livre de padrões editoriais e comerciais definidos *a priori* para atender as expectativas do mercado editorial ao qual se prendem outras publicações; livre do rigor científico exigido em outras enciclopédias para a publicação de conceitos técnicos e científicos; livre para circular nos diversos segmentos da sociedade, independentemente de classe econômica; livre para se transformar e evoluir a todo instante.

A referida peça publicitária parece transmitir de modo bastante enfático a mensagem de que a Wikipédia trata-se de uma enciclopédia diferenciada em relação aos modelos tradicionais. Na sua relação indicial com a totalidade da Wikipédia, parece cumprir adequadamente sua função de representá-la e de produzir em seus interpretantes estímulos para conhecer e participar deste projeto colaborativo. Sua presença marcada em todas as páginas da Wikipédia reforça nos leitores-colaboradores a sensação de que, por funcionar a partir de uma plataforma wiki (própria para produção colaborativa de textos) e por estar sendo constantemente atualizada pelos próprios leitores-colaboradores, ela se diferencia de outras enciclopédias, sobretudo, por permitir que cada sujeito-leitor conectado a esta plataforma possa interagir com ela, trafegar de um conteúdo para outro por meio de links e, caso queira, mobilizar suas habilidades para comentar e editar tópicos, inserir novos conteúdos e realizar diversas outras ações que seriam impossíveis no caso de uma enciclopédia impressa tradicional.

Esta característica mostra-se bastante positiva, pois possibilita aos seus leitores-colaboradores desenvolver e incorporar não só novos modos/hábitos de pesquisa numa enciclopédia, como também uma postura mais crítica diante dos conteúdos ali apresentados. Isto pode ser interpretado como uma qualidade que atua no plano simbólico promovendo novas possibilidades de leitura e interpretação, novas relações de poder entre a enciclopédia e seus leitores-colaboradores. Entretanto, não podemos esquecer que a Wikipédia não se trata apenas de uma enciclopédia online, mas de uma instituição e a constatação deste fato nos leva a supor que, possivelmente, suas políticas

de funcionamento são definidas de acordo com demandas que surgem atreladas aos diversos processos de produção e consumo típicos do sistema capitalista. Passaremos agora à etapa final de nossa análise, onde apresentaremos outras possibilidades interpretativas decorrentes de possíveis relações entre a referida peça publicitária, a empresa a qual ela representa e os processos de produção e consumo nos quais ela se inscreve.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando que a ilustração principal utilizada na composição da referida peça publicitária trata-se de uma referência ao globo terrestre e ao modo como o conhecimento universal se estabelece a partir de inúmeras contribuições feitas por sujeitos espalhados por todo planeta, precisamos levar em conta que esta imagem é constituída por memórias que remetem à ideia de circularidade, presente desde a antiguidade nos mais diferentes modos de se representar não só o mundo como também o conhecimento. Dias (2009) lembra-nos de que o termo 'en-ciclo-pédia' deriva do grego e designa algo que poderíamos traduzir como 'o círculo perfeito do conhecimento'. Notemos que o círculo é uma figura geométrica fechada, simétrica em relação ao seu centro e com limites bem definidos. Desde a antiguidade, quando se trata de representar o conhecimento, as metáforas que remetem à circularidade sempre predominaram. Do mesmo modo, o círculo foi durante muito tempo a figura geométrica mais utilizada nas diferentes teorias cosmológicas. Ainda hoje, a circularidade está presente em muitas metáforas referentes às noções de mundo e de conhecimento.

Entretanto, atualmente nossas relações com o mundo e com o conhecimento têm se estabelecido a partir do pressuposto de que, ambos são tomados não mais como um objeto dado a priori e que precisa ser explorado/descoberto, mas como algo que se transforma continuamente por meio de inúmeros processos de reformulação que são impregnados de subjetividade. Cada vez mais a legitimidade de um conhecimento tem sido atribuída em função de critérios quantitativos que dizem respeito à sua utilidade e as possibilidades de acesso ao mesmo. Por isso, ele precisa circular e ganhar visibilidade e desta demanda surge necessidade de processos mais abertos e mais heterogêneos. As

diferentes áreas do conhecimento têm se constituído com fronteiras mais fluidas e permeáveis. Hoje, cada vez mais o mundo e o conhecimento têm sido representados por metáforas que remetem menos ao espaço hermético de um círculo e mais aos fluxos (de imagens, informações, serviços, ideias etc.) que se estabelecem com velocidades cada vez maiores. A rapidez com que se compartilha o conhecimento, fazendo-o transitar continuamente entre diferentes regiões do saber, parece agilizar seus processos de (re)produção e transformação.

Se considerarmos que estas características estão, de fato, presentes em nossa realidade social, então podemos dizer que a peça publicitária em questão está formulada com diversas referências a esta realidade e que, além disso, o próprio nome Wikipédia parece estabelecer uma relação simbólica com tais características da sociedade moderna, pois o termo 'wiki' é utilizado em diferentes dialetos havaianos e pode ser traduzido como rápido, veloz, ligeiro. A partir desta relação da Wikipédia com a noção de velocidade, podemos pensar também que nosso objeto de análise representa não apenas uma enciclopédia, mas uma instituição cujo funcionamento está atrelado a diversas demandas (de ordem econômica, política etc.), sendo que uma delas é justamente a necessidade de promover um contínuo aprimoramento dos processos de produção, sempre em busca de uma performance mais eficaz e para 'melhorar a performance' é preciso produzir mais rapidamente, pois as demandas de consumo também estão aceleradas. É justamente a partir destas demandas que a Wikipédia se apresenta como um espaço de (re)produção e circulação do conhecimento, um espaço cujo funcionamento fornece algumas aberturas para novos modos de se relacionar com os saberes e novas formas de subjetividade.

É preciso sim reconhecer alguns avanços em relação aos modelos tradicionais, mas também não podemos deixar de considerar que muitas das demandas atendidas pela Wikipédia, por meio de seus leitores-colaboradores, são de ordem mercadológica. É impossível negar que o funcionamento da Wikipédia, ao mesmo tempo que propõe um modelo mais aberto de produção e compartilhamento de conhecimento, também se inscreve num discurso capitalista no qual cada leitor-colaborador parece atuar como se fosse uma espécie de 'pecinha de quebra-cabeças' necessária para atender demandas

de um mundo globalizado, no qual o conhecimento é tomado como um produto a ser (re)produzido e consumido continuamente em larga escala e numa velocidade impressionante.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACHARD, Pierre. Memória e Produção Discursiva do Sentido. In: ACHARD, Pierre et al. **Papel da Memória**. Tradução e Introdução de José Horta Nunes. Campinas – SP: Ed. Pontes. (pp. 11-17), 1999.

DIAS, Cristiane. **Imagens e Metáforas do Mundo**. Revista RUA. nº 15, volume 2. (pp. 15-28), 2009.

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

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Ed. Thomson, 2002.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é Semiótica**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1993.

#### SOBRE O AUTOR:

Doutorando em Ciências da Linguagem na linha de pesquisa Texto e Discurso e membro do Grupo de Pesquisa em Produção e Circulação do Conhecimento, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL. Licenciado em Física pela Universidade Federal de Santa Catarina e mestre em Educação Científica e Tecnológica por esta mesma instituição. Além das atividades de pesquisa em Ciências da Linguagem, atua como professor do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico, lotado na Escola de Aprendizes-Marinheiros de Santa Catarina, instituição de formação profissional militar vinculada à Marinha do Brasil.