

APRENDIZAGEM E CONHECIMENTO

Luísa Jaqueline Brum da Silva¹, Alexandra Pereira Santos², Regiane da Silva Macuch³,
Ângela Maria de Barros Lara⁴

^{1,2}Mestrandas do Programa de Pós-Graduação em Gestão do Conhecimento nas Organizações, Campus Maringá/PR, Universidade Cesumar – UNICESUMAR. luisajaquelinebrum@gmail.com, alexandrale_@hotmail.com

³Orientadora. Doutora. Professora do Programa de Pós-graduação em Gestão do Conhecimento nas Organizações, Universidade Cesumar - UNICESUMAR. Pesquisadora do Instituto Cesumar de Ciência, Tecnologia e Inovação – ICETI. rmacuch@gmail.com

⁴Orientadora. Doutora. Professora do Programa de Pós-graduação em Gestão do Conhecimento nas Organizações, Universidade Cesumar - UNICESUMAR. Pesquisadora do Instituto Cesumar de Ciência, Tecnologia e Inovação – ICETI. angela.iara@unicesumar.edu.br

RESUMO

Abordar a temática de aprendizagem e conhecimento vai muito além do meio em que estamos inseridos e das ferramentas as quais utilizamos em nosso dia a dia, é possível adquirir conhecimento e realizar aprendizagem nas mais diversas situações do cotidiano e nos mais variados momentos e contextos da vida. Esse estudo, atentou-se a abordar a relação do homem com o mundo, baseado no contexto empresarial e como ele pode atuar no mercado de trabalho sempre pensando na constante busca pelo conhecimento e aprimoramento das suas habilidades, através do procedimento metodológico: pesquisa bibliográfica. Tratou-se, ainda, sobre os tipos de conhecimento dando foco nos conhecimentos tácitos e explícitos, para que seja possível fazer a ligação entre os elementos propostos pelo estudo.

PALAVRAS-CHAVE: Aprendizagem; Conhecimento; Contexto Empresarial.

1 INTRODUÇÃO

A relação do homem com o mundo do trabalho sofreu inúmeras mudanças ao longo dos anos, se observarmos todo o processo que a humanidade passou desde as primeiras técnicas de trabalho, Êxodo Rural, Revolução Industrial e as leis que garantem os direitos e deveres dos trabalhadores, foram inúmeras alterações que resultaram, conseqüentemente, em mudanças comportamentais também. Por meio do presente estudo, questionou-se: Como o homem pode atuar no mercado de trabalho pelo aprimoramento profissional e habilidades através do conhecimento?.

Ao longo dos anos, o modelo de gestão trabalhista e das organizações vem sofrendo mudanças, assim como os modelos sociais e econômicos. O capitalismo avança para um modelo liberal, que preconiza a abertura de mercado e o conseqüente aumento da competitividade. (ALVIM, 2000, p. 124).

Logo, a relação do homem hoje com seu trabalho e seu ambiente de rotina também requer atenção às alterações exteriores que aconteceram. Seja devido ao acesso à internet e a informações o tempo todo ou mesmo pelo fato de que hoje o colaborador é ouvido muito mais que antes, priorizando um relacionamento mais humanizado com foco nas relações interpessoais. Independente dos motivos existentes, fato é que existem algumas atitudes, apontadas por Mowday *et al.* (1979) e que tais autores consideram comuns aos indivíduos comprometidos com suas organizações:

- 1) Internalização dos objetivos e valores da organização;
- 2) Envolvimento com o papel organizacional no contexto desses objetivos e valores;
- 3) Desejo de permanecer na organização por um longo período para o alcance dos objetivos e valores;
- 4) Prontidão para exercer esforços para o alcance dos objetivos e valores. (MOWDAY *et al.*, 1979)

Ser comprometido com o seu trabalho e com a instituição a qual você passa a

maior parte do seu dia (na maioria das vezes), é fundamental para que haja essa relação de cuidado, organização, responsabilidade, comprometimento e amor pelo trabalho. Vale lembrar que um ambiente de trabalho agradável é feito todos os dias e por todos os colaboradores que se dispõem a estar diariamente ali para atingir metas e cumprir objetivos.

Além de cumprir metas e objetivos, a busca por conhecimento traz ao indivíduo satisfação pessoal e intelectual, afinal, nenhum conhecimento adquirido lhe será tirado mesmo que em um outro momento ele atue em outra organização ou mude de ramo profissional, tudo o que adquiriu ao longo dos anos será aplicado e adaptado de acordo com as novas necessidades de trabalho.

Esse estudo trouxe como justificativa, um outro fator importante e que precisa ser mencionado, que o mercado de trabalho está em constante evolução e todas as áreas precisam estar por dentro do que acontece no dia a dia. A tecnologia faz parte da nossa vida há anos e é inegável como ela melhora a rotina e as atividades do ambiente corporativo. Nesse sentido, objetivou-se, neste texto:

- 1) descrever a relação do homem com seu trabalho no que diz respeito às organizações que envolvem os processos tecnológicos e aprimoramentos das habilidades nesse meio;
- 2) compreender a dinâmica das organizações em relação ao uso de novas tecnologias como ferramenta útil para o desenvolvimento das capacidades e competências intelectuais para atuar nos campos do saber e do fazer.

Assim, passamos para a compreensão sobre a introdução da tecnologia no contexto social, a qual deu-se de maneira gradativa, não foi de uma hora para outra que a internet e as demais tecnologias da comunicação chegaram até nós. Antes mesmo das décadas de 1980 e 1990 já era possível identificar estudos e avanços em pesquisas na área. Muito antes do Brasil, outros países avançavam nos caminhos da comunicação e a tecnologia já fazia parte da sua realidade:

Em 1990, dos 93,3 milhões de domicílios nos Estados Unidos, 21,9 milhões possuíam computadores pessoais (o que abre um índice de 23,5% de domicílios com computador). Entretanto, ainda se referindo ao ano 1990, apenas 3,2 milhões de computadores possuíam modem (14,6% do total de domicílios com computadores e 3,4% dos domicílios nos Estados Unidos), fato que já configurava um freio em relação ao acesso à internet. Na mesma pesquisa, constatou-se que a penetração dos serviços de internet nos lares norte-americanos chegava a ínfimos 1,7% do total de domicílios em 1990. Se avançarmos praticamente uma década, e demarcarmos o ano inicial do século XXI, portanto 2001, já visualizaremos um paradigma de expansão acentuada para esse cenário. (DIZARD Jr, 2000, p.26).

Logo, a internet começou a fazer parte do dia a dia das pessoas, porém com grandes restrições de uso devido aos serviços que eram oferecidos na época:

No início da década de 1980, diversos usuários de microcomputadores domésticos nos EUA começaram a compartilhar suas máquinas com vários outros usuários, através de modems conectados às linhas telefônicas comuns (o que normalmente começava no final da noite e entrava pela madrugada, quando as pessoas estavam em casa e as linhas desocupadas). Estes usuários trocavam mensagens, arquivos e programas entre si e reuniam-se em grupos, chamados de BBS (Bulletin Board Systems) que, entretanto, ainda não se comunicavam entre si até meados de 1984 quando, através de uma rede (de conexões discadas) entre microcomputadores chamada FIDONET, diversos BBS de vários países

passaram a trocar arquivos de mensagens de seus usuários entre si. (CARVALHO, 2003)

No Brasil a troca de informações e dados entre usuários começou na mesma época, quando a Embratel (Empresa Brasileira de Telecomunicações) tinha o domínio nos serviços de comunicação:

A comunicação (ou transmissão) de dados no Brasil, que também era chamada de “Teleinformática”, “Telemática” ou “Teleprocessamento”, começou como um assunto de Estado, especificamente do interesse do Ministério das Comunicações (Minicom) que, através de decreto emitido em 1975, reservou à estatal Embratel (Empresa Brasileira de Telecomunicações) o monopólio da instalação e exploração dos serviços de comunicação de dados no País, cabendo as empresas (também estatais) operadoras do sistema Telebrás alguns poucos serviços de valor agregado, ainda que, nos início dos anos 90s, estas também passaram a poder competir com a Embratel na oferta dos serviços de comunicação de dados, a nível estadual. (STANTON, 1998).

Assim, o Brasil começou a caminhar rumo às tecnologias de comunicação que já havia em países como os Estados Unidos, e a troca de informações e dados começou a setornar parte do cotidiano:

Os usuários de microcomputadores no Brasil, a exemplo do que acontecera nos EUA anteriormente, também começaram a interligar e compartilhar suas máquinas, criando os BBS locais que começaram a surgir em 1983 e depois se disseminaram ao longo da década pelas principais cidades, a ponto de, no início dos anos de 1990, termos mais de uma centena de BBS ativos no País e a partir de 1989 alguns BBS passaram a integrar a rede internacional FIDONET. (GALLO, 1992).

A evolução tecnológica foi ocorrendo aos poucos e pequenas mudanças tornaram-se grandes conquistas, como as antenas parabólicas, telefonia móvel, controle remoto e muito mais que, hoje, faz parte da nossa realidade e alguns já são até ultrapassados e foram substituídos por novas ferramentas mais rápidas e menores, mas que até meados dos anos de 1990 eram o ápice da tecnologia:

Alta tecnologia: satélite, antena parabólica, videocassete, camcorder, fibra ótica, telefone, celular, fax, controle remoto, microcomputador, walkman, CD, DVD, MP3 etc. esses aparelhos possibilitam divulgar, armazenar, copiar, captar e produzir elevado número de informações (elementos típicos dessa sociedade), facultando a criação de novos códigos e a possibilidade de interferência na emissão e no conteúdo das mensagens. (SANTOS, 2013, p. 126).

A relação de troca de experiências é necessária em todas as áreas de atuação, mas, é mais importante ainda quando você está à frente de uma equipe e em cargos de gestão. Afinal, o líder sempre é aquele que deve guiar os seus auxiliares para que os objetivos sejam alcançados. É válido, ainda, ressaltar que ter um bom relacionamento com outros cargos hierárquicos das instituições é a porta de entrada para um bom relacionamento e ambiente agradável, afinal, eles não estão o tempo todo envolvidos com a sua rotina e passar esse *feedback* é importante e necessário para ajudar o que precisa ser resolvido.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

Para esse estudo, o método escolhido foi a pesquisa bibliográfica, procedimento metodológico que oferece ao pesquisador uma possibilidade de soluções para seu problema de pesquisa. Foi realizada uma busca nas bases de dados da Web Of Science,

Google Acadêmico, Capes, CNPQ e Scielo, bem como de obras de autores que tratam do assunto. Elencaram-se, 27 (vinte e sete) artigos, entretanto, apenas 15 (quinze) foram relevantes para a temática da pesquisa. Esse processo de pesquisa se constitui em uma atividade científica básica que, através da indagação e (re)construção da realidade, alimenta a atividade de ensino e a atualiza frente à realidade. Também vincula pensamento e ação já que “nada pode ser intelectualmente um problema se não tiver sido, em primeiro lugar, um problema da vida prática” (MINAYO, 2001, p. 17).

3 RESULTADOS E DISCUSSOES

A partir do momento que o indivíduo passa a ser reconhecido em seu ambiente de trabalho e possui consciência da sua atuação enquanto profissional por meio da relação que há entre ele, seu espaço, deveres e direitos, há o desenvolvimento natural de uma relação profissional saudável. Para que isso aconteça na prática é imprescindível que haja comunicação nas organizações.

Não há como pensar em comunicação sem antes analisar a sua origem e a etimologia da palavra. Do latim *communicatio*, que significa “está encarregado de”, o conceito comunicativo traz a ideia de reunião ou de uma atividade realizada conjuntamente, e seu principal objetivo é que todos os integrantes desse processo entendam a mensagem e ao mesmo tempo sejam entendidos. Logo, comunicação: comunicação, tem como significado uma ação em comum, ou seja, a algo em comum refere-se a um mesmo objetivo da consciência e não às coisas que se dizem materiais, é o fazer em prol de um mesmo objetivo, de uma mesma meta buscando resultados em comum.

Para que haja, de fato, comunicação é imprescindível que existam elementos que se liguem e proporcionem esse ato comunicativo. Diante disso é possível notar como o processo de comunicação está presente em nosso dia a dia e a todo momento é notório em nossa rotina. Com o passar dos anos e com tantas modificações na comunicação e relacionamento entre as pessoas, muitas atividades passaram a ser feitas de maneira mais simples e por máquinas. Os caixas de supermercados, por exemplo, passaram a somar as mercadorias através de sistema de verificação de código de barras e não mais manualmente ou por calculadoras simples.

O que impressiona é que tais mudanças aconteceram sob os olhos de uma sociedade que vivia em um mundo e hoje é totalmente dependente do outro, não vive sem computadores ligados à internet, sem televisão, sem smartphone e sem qualquer equipamento que facilite a vida e as atividades cotidianas.

Hoje, são inúmeros os conceitos existentes para esse fenômeno, e um deles, dito por Ruesch e Bateson é o de que a “comunicação não se refere somente à transmissão verbal, explícita e intencional de mensagens. [...] O conceito de comunicação inclui todos esses processos por meio dos quais as pessoas influenciam outras pessoas” (RABAÇA; BARBOSA, 2002, p.156).

As redes sociais são parte importante desses meios de comunicação que alcançam muitas pessoas em um curto espaço de tempo, o que se posta agora já é visto, comentado e compartilhado em fração de segundos por pessoas que estão em outros lugares. A notícia chega à velocidade da luz e o tempo todo as pessoas são bombardeadas de informação:

Quase todas as antigas formas de consumo e produção midiática estão evoluindo. Novos níveis de participação dos fãs estão sendo atingidos para formar laços mais fortes com os conteúdos. Novas leis estão sendo elaboradas para proteger direitos autorais valiosos. Novos mecanismos comerciais estão sendo criados para manter a indústria suficientemente saudável para continuar a

produzir. Novos mecanismos de mediação estão sendo implementados para ajudar os anunciantes a atingir suas cobiçadas audiências. Novas práticas narrativas estão sendo adotadas para entreter essas mesmas audiências fragmentadas. (JENKINS, 2009).

Com o aparecimento das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) o acesso à informação se tornou mais fácil e está ao alcance de todos; por meio da tecnologia a interação das pessoas ocorre de forma rápida, ao simples toque na tela, seja por meio de uma ligação, mensagem ou até mesmo via e-mail. Com esse novo formato de comunicação a sociedade fica conectada 24 horas por dia por essa rede virtual, que faz parte do cotidiano da vida das pessoas e que parece ser tão essencial como qualquer outra atividade rotineira.

Percebe-se, então, que a comunicação faz parte da vida e dos atos comunicativos de todo e qualquer ser humano, bem como de grupos, sejam eles familiares, profissionais, escolares e os mais variados que existam. Não há como separar comunicação da vida do homem, ela sempre existiu e sempre esteve presente e continuará assim, o que se altera com o passar dos anos é a forma como a comunicação se estabeleceu, seja para atender às necessidades, seja para promover um acontecimento, ou qualquer outra situação, mas fato é que ela sempre chegará até outrem de alguma forma.

A teoria da comunicação reflete esse ponto de vista de processo. O teórico da comunicação rejeita a possibilidade de que a natureza consista em acontecimentos ou ingredientes separáveis de todos os demais acontecimentos. Alega que não se pode falar em o começo ou fim da comunicação, nem dizer que determinada ideia veio de uma fonte específica, que a comunicação ocorre apenas numa direção. A base do conceito de processo é a crença de que a estrutura da realidade não pode ser descoberta pelo homem; ela tem de ser criada pelo homem. (BERLO, 1997, p. 34).

No final da década de 1960 um linguista russo chegou ao Brasil e começou seu contato com a Língua Portuguesa, Roman Jakobson deixou um legado importantíssimo de estudos e é considerado um dos mais importantes nomes da linguística do século XX. A partir de seus estudos foi possível identificar como se organizava esse processo comunicativo e principalmente como as funções da linguagem que conhecemos nos estudos de língua portuguesa durante o período escolar (função expressiva; função conativa; função de representação, etc.) seriam estabelecidas.

Para estabelecer as funções da linguagem, Jakobson tomou por referência três funções básicas da língua propostas por Karl Buhler - função expressiva; função conativa; função de representação -, e também os fatores constitutivos do ato de comunicação verbal. Como fatores constitutivos, o linguista apresenta:

1) remetente (codificador); 2) mensagem; 3) destinatário (decodificador); 4) contexto (ao qual se faz referência durante a comunicação e deve ser de possível compreensão ao destinatário); 5) código (deve ser parcial ou totalmente comum ao remetente e ao destinatário); e, 6) contato (canal físico a partir do qual se estabelece a comunicação; envolve também uma conexão psicológica entre remetente e destinatário). (WINCH; NASCIMENTO, p. 221)

É possível notar, então, que a comunicação faz parte das necessidades básicas do ser humano, assim como o dormir, o comer, o vestir, pois é por meio dela que todo o processo de ação em comum acontece.

Notório é que, sem a comunicação, fica-se fadado ao fracasso de troca de experiências e essa quebra no processo comunicativo faz com que as pessoas tenham sérios problemas de elaborar um objetivo em prol do todo; observa-se, então, que a comunicação é vital assim como os demais elementos supracitados.

A comunicação é uma necessidade básica do ser humano. Mesmo para alimentar-se e sobreviver e até mesmo reconhecer-se como pertencente ao gênero humano, o indivíduo necessita comunicar-se com as demais pessoas. (SIVIERO, 2001, p. 29)

Já quando se fala em comunicação dentro de uma organização o conceito não foge da raiz da palavra, afinal tudo está – de certa forma – interligado, esta pode ser definida como ferramenta de estratégia para gestão de negócios, afinal é por meio dela que é possível vencer desafios, atravessar fronteiras, reinventar procedimentos, procurando acima de tudo unir forças e talentos para o bem da organização.

Assim como desde os homens pré-históricos já tinham seus atos comunicativos estabelecidos de alguma forma, hoje também o homem busca formas de manter sua comunicação estabelecida para expressar o que sente e passar uma mensagem para o interlocutor. Diante da afirmativa anterior é possível fazer um paralelo com os dias atuais e notar como o processo comunicativo se estabelece no ambiente organizacional, mas para isso é necessário melhor entendimento de alguns termos.

Quando se fala em uma empresa é sabido que nela existem diferentes cenários, e assim como em todo e qualquer grupo humano é necessário que haja divisão de trabalho, ordem e uma liderança eficaz para que os objetivos sejam alcançados. É possível perceber como uma organização empresarial consiste diretamente na devida divisão e organização de atividades para que, de fato, funcione. Desde a divisão do trabalho, passando pelas formas hierárquicas de liderança até chegar na comunicação entre os segmentos de uma empresa, todos esses processos só podem funcionar e manter um ato comunicativo se tiverem a prática de diálogo entre si. Empresas são formadas por pessoas e como tal precisam se comunicar.

Não há como ter sucesso, aprendizagem e bom desenvolvimento sem comunicação. O ser humano tem a necessidade de se comunicar, de se expressar e precisa que sua mensagem seja passada para o outro. Mas, como fazer com que essa comunicação de fato atinja a todos os colaboradores de forma assertiva é que faz toda diferença e mostra se o caminho e as estratégias traçadas de fato alcançarão o objetivo final culminando no crescimento da empresa e na satisfação de seus colaboradores.

É, então, um grande desafio fazer com que as organizações hoje mantenham um bom diálogo, visto que há inúmeras possibilidades e canais de comunicação à disposição de todos e com tamanha rapidez e agilidade.

4 CONCLUSÃO

Fazendo uma recapitulação de tudo o que foi exposto até aqui, é possível identificar como a atuação do indivíduo nas organizações sofreu alterações ao longo dos anos, e isso se deve às constantes mudanças históricas que ocorreram. Fato é que se faz cada vez mais necessário que o homem se conheça enquanto pessoa para assim estabelecer a sua relação com o trabalho de modo não somente a ofertar resultados esperados pela empresa como também para realização pessoal.

Assim, será possível estabelecer um relacionamento com os demais de sua equipe, seus auxiliares, gestores e toda hierarquia correspondente da empresa, de forma que todos falem a mesma “língua”. Para tal, é importante que haja comunicação correta e livre entre todos os colaboradores, uma vez que a comunicação é elemento essencial de sobrevivência em qualquer sociedade e para que funcione em um contexto organizacional é preciso empenho de todos.

A busca constante pelo conhecimento trará resultado para a organização e também a realização pessoal do colaborador. É um ciclo que traz benefícios para todas as partes, pois quando o homem se conhece ele passa a se comunicar e expressar de forma simples,

clara e livre, logo, se relaciona bem em equipe, produz de maneira satisfatória, adquire conhecimento, troca experiências com outros colegas e é capaz de liderar e gerir equipes. Conseqüentemente, traz resultados tornando-se satisfatório para a organização e para fins pessoais.

Quando os autores Nonaka e Takeuchi (1997, 2004) abordam a diferença do conhecimento tácito e do explícito, se baseando na dualidade do oriente e ocidente, é possível perceber como ambos na verdade se completam e são importantes. Não há como separar do indivíduo suas emoções das suas experiências. Quando a organização vê o seu colaborador de forma mais humana, entende que para que ele traga resultados satisfatórios é necessário alinhar seus conhecimentos teóricos com suas habilidades pessoais.

É importante observar que algumas pessoas possuem facilidade maior em aprender determinadas tarefas, enquanto outras pessoas já são mais ágeis e aplicam melhor seus conhecimentos de forma técnica. Portanto, cabe ao gestor compreender que cada um possui um perfil profissional e que juntos, ambos podem ser benéficos para a empresa bem como para a realização pessoal de cada colaborador. Entender essas questões é a chave para uma boa gestão de equipes e é por meio da comunicação eficaz que se pode alcançar isso, logo, trazer a comunicação ampla e direta para o ambiente empresarial é a forma mais satisfatória de entender o indivíduo na sua totalidade.

Para a elaboração deste trabalho através do método escolhido, foram pesquisadas fontes de várias áreas do conhecimento, desde gestão empresarial até mesmo a linguística para que fosse possível estabelecer a relação que ambos os conhecimentos têm e como juntos podem agregar ainda mais valor ao contexto organizacional.

Fica, então, evidente que a aprendizagem e o conhecimento são elementos constantes e fazem parte da vida de todo ser humano em várias fases da sua caminhada profissional e pessoal. E para finalizar, parafraseando Mikhail Mikhailovich Bakhtin, filósofo russo e pesquisador das linguagens humanas: “Não há nada terminado sobre a terra” e todo conhecimento é passível e de se transformar, se adaptar e evoluir.

REFERÊNCIAS

- ALVIM, M. B. **A relação do homem com o trabalho na contemporaneidade**: uma visão crítica fundamentada na gestalt-terapia. Disponível em: www.revispsi.uerj.br/v6n2/artigos/pdf/v6n2a10.pdf. Acesso em: 25 jun. 2021.
- BERLO, D. K. **O processo de comunicação**. 8. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- CARVALHO, M. S. **A trajetória da internet no Brasil**. Rio de Janeiro, 2003.
- DIZARD Jr, W. **A nova mídia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.
- GALLO, S. **Guia do CBBS**. Editora Campus, Rio de Janeiro. 1992
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. ampl. atual. São Paulo, SP: Aleph, 2009.
- LACOMBE, F. Recursos humanos: princípios e tendências. São Paulo: Saraiva, 2005.
- MOWDAY, R. *et al.* The measurement of organizational commitment. **Journal of Vocational Psychology**, v. 14, p. 224-247, 1979.

MINAYO, M. C. Ciência, técnica e arte: o desafio da Pesquisa Social. *In*: MINAYO, M. C. (Org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2001, p. 9-30.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. **Criação de conhecimento na empresa**: como as empresas japonesas geram dinâmica de inovação. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. **Gestão do conhecimento**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário da comunicação**. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

SANTOS, R. E. **As teorias da comunicação**: da fala à internet. 4. ed. São Paulo: Paulinas, 2013.

SIVIERO, V. M. **Comunicação interpessoal**. (Pós-graduação em Administração) – Faculdades Salesianas de Lins, Lins. 2001.

STANTON, M. **A evolução das redes acadêmicas no Brasil**. Disponível em: <https://memoria.rnp.br/newsgen/9806/inter-br.html>. Acesso em: 20 jun. 2021.

WINCH, P. G.; NASCIMENTO, S. S. **Estudos da linguagem**. Vitória da Conquista, p. 221, 2012.