

DESLOCAMENTOS COGNITIVOS – novos suportes para o pictograma

COGNITIVE SHIFTS – a new support for the pictogram

PROFº ME ANÍBAL FOLCO TELLES DE OLIVEIRA¹

Resumo

Os deslocamentos da comunicação estão em sintonia com a própria evolução do homem. A organização das cidades e de todos os serviços e produtos reformulados tendem a acompanhar as mudanças que ocorrem nas sociedades. Foi assim com a invenção da escrita, com a prensa de Gutenberg, com a Revolução Industrial e até hoje com a propagação digital. Hoje, o pictograma tem a capacidade camaleônica de se modificar ao gosto do usuário, ou seja, quem utiliza o programa para a navegação na internet pode escolher dentre algumas opções pré-definidas ou desenvolver sua própria versão da linguagem visual da interface e todos os desenhos de botões e caixas de textos do software.

Palavras-chaves: pictograma, deslocamentos, cognição.

Abstract

The displacements of communication are in line with the very evolution of man. The organization of cities and all reformulated products and services tend to follow the changes that occur in societies. So it was with the invention of writing, with the Gutenberg press, the Industrial Revolution and today with digital spread spectrum. Today, the pictogram has the chameleonic ability to alter the taste of the user, that is, who uses the program for browsing the Internet can choose from some preset options or develop your own version of the visual language of the interface and all drawings buttons and text boxes of the software.

Keywords: pictogram, displacement, cognition

Os rumos da evolução da comunicação estão em sintonia com a própria evolução do homem. A organização das cidades e de todos os serviços e produtos que as mantêm funcionando são de tempos em tempos reformulados para que possam acompanhar as mudanças que ocorrem nas sociedades. Foi assim com a invenção da escrita, com a prensa de

¹ * Designer Gráfico graduado e pós-graduado pelo Centro Univ. Belas Artes de São Paulo, mestre em Comunicação e Semiótica da PUC-SP sob orientação da profª drª Giselle Beiguelman. Professor de Tipografia, Design de Identidade Visual, Orientação ao TCC/TGI e Projeto de Design Gráfico Universidade Anhembí Morumbi e do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, onde também atua como coordenador do curso de Design Gráfico e Produto. Trabalha no mercado com o desenvolvimento de identidades visuais corporativas a partir da criação tipográfica e suas aplicações nos projetos. anibal.oliveira@belasartes.br

Gutenberg, com a Revolução Industrial e até hoje com a propagação digital.

A internet é capaz de unir pontos extremos no globo, e cada usuário participa dela como nó de uma rede interligada que cobre uma enorme área não-física. Nela, cada ação, por menor que possa parecer, pode causar conseqüências importantes para o destino da evolução. Recordando o que Steven Johnson nos apresenta, padrões maiores podem emergir de ações locais descoordenadas (2000, p.29) e, por isso ousa-se dizer que nos dias de hoje mesmo o usuário anônimo é protagonista da história e de acontecimentos que moldam o percurso dos fatos definitivos.

Ainda que elas sejam capazes de feitos extraordinariamente coordenados de alocações de tarefas, não há nenhum Plano Quinquenal no reino das formigas. As colônias estudadas por Gordon mostram um dos mais impressionantes comportamentos descentralizados da natureza: inteligência, personalidade e aprendizado emergem de baixo para cima, bottom-up. (JOHNSON, 2001, p.23).

Desde a Revolução Industrial as cidades exigiam a automação das máquinas pela dificuldade que os artesãos tinham de atender às necessidades da população. Movimentos emergentes organizaram as várias facetas da sociedade e fizeram-na se organizar em camadas produzindo resultados nos diferentes níveis. O meio digital dá condições do usuário estar conectado a mais de um conteúdo simultaneamente e o poder de compreensão de tantas informações ao mesmo tempo faz crescer ainda mais a velocidade de absorção e de geração de conteúdo. Tamanho volume de dados é capaz de criar uma dicotomia interessante para o público: as vantagens de um produto globalizado e de um produto exclusivo.

Hoje em dia não basta dizermos que o design se limita à idéia clássica da Forma e Função, como Bauhaus nos apresentava no início do século XX. Como também não parece ser suficiente afirmar que menos é mais, tão aclamado nos princípios da Escola de Ulm, responsável por tantos fundamentos do design que conhecemos hoje, inclusive porque ela foi base da primeira escola brasileira de design, a ESDI - Escola Superior de Desenho Industrial. Agregamos a isso um novo pensamento: o das novas mídias.

O suporte fornecido pela Internet para que milhares de pessoas no mundo pudessem trocar idéias gerou a globalização ideal. Não a globalização econômica em que os países do primeiro mundo levam vantagem sempre, mas uma união entre os povos em que quem pode ganhar mais são os países em desenvolvimento. Isso se deve justamente pelo fato de a informação ser acessível e rápida. Não existem mais motivos para um país como o Brasil estar atrás dos países desenvolvidos no que se refere ao acesso às informações. Temos uma chance histórica de nos alimentarmos das mesmas

fontes e melhor, ao mesmo tempo. (PELLANDA, 2000, p.144-145).

A sociedade digital pensa com outra fluidez, e por isso a nova estrutura de comunicação gera um novo modo de se viver, refletido em tudo o que possamos imaginar, e principalmente na indústria que tem que servir a este novo público consumidor, acostumado a receber novidades e tendências lançadas tão rapidamente.

A indústria produz menos unidades de vários modelos de peças com uma rapidez surpreendente, reciclando as tendências, lançando novos modelos e fazendo com que o consumidor obtenha produtos quase exclusivos. Na confecção multinacional Zara, cada modelo de peça de roupa chega às lojas em poucas unidades e quase não é reabastecido no ponto de venda, na verdade ele é substituído por outro modelo da coleção. Segundo Andrea Semprini², pesquisador italiano, trata-se de um novo grupo do mercado, o das marcas pós-modernas, do fast fashion, nova estratégia de marketing, muito recente no Brasil, que apresenta uma linha de produtos com alto nível em design a preços razoáveis, por causa da produção e da troca de estoque em ritmo tão acelerado que permitem que seu público compre uma peça de roupa numa lógica de consumo “para uma única vez”. Todo o processo, desde a criação até a compra do produto, é tão rápido quanto a comunicação na internet pelo MSN.

[...] Foi devido à necessidade de utilização de redes pelas novas organizações - grandes e pequenas - que os computadores pessoais e as redes de computadores foram amplamente difundidos. (CASTELLS, 2000, p.190).

Essa indústria foi se modificando pelas décadas, e grandes empresas de hardware e software se rendem ao que a internet hoje impõe ao mercado. A indústria fonográfica está repensando a comercialização de cd, pois a pirataria ou os milhares de downloads ilegais de música, no Kazaa³ ou afins, modifica mais uma vez o ambiente industrial. A Apple se encontra num embate judicial justamente por ter firmado um acordo com a anterior Apple gravadora e produtora musical, no qual se comprometia a não ter sua marca relacionada ao ramo de entretenimento e áudio, mas somente à produção de máquinas e programas de computador. Sabemos hoje que um dos maiores cases de venda da empresa é o iPod, pequeno dispositivo móvel que, facilmente conectado a um computador, pode armazenar

² Andrea Semprini é professor da universidade Paris 4-Sorbonne, da universidade de Iulm (Milão) e diretor do instituto Arkema onde presta assessoria a grandes marcas.

³ Kazaa é o software, com uma das suas versões livres, utilizado para busca e download de arquivos de vídeo, música e outros compartilhados com milhares de usuários ao redor do mundo sem algum tipo de fiscalização.

vários gigabytes – os modelos variam, e alguns acabam tendo capacidade maior que discos rígidos de muitos computadores de mesa – e que tem como principal função a de ser um potente mp3 player. A maior característica desse dispositivo é a de compilar seu repertório em arquivos de música formato digital mp3, muito adequado para a internet e possível de ser manipulado apenas no ambiente digital.

Sabemos que grandes invenções tecnológicas são resultados das grandes guerras e que estas nos serviram de campos de testes para conclusão do que pode ser utilizado na vida cotidiana. Qualquer que tenha sido a linha evolutiva para a situação atual da internet, a APARNET⁴, a Guerra Fria, o medo norte-americano de interceptação da comunicação pelos russos ou a criação primária de redes simples de comunicação industrial, sabemos hoje que tais tecnologias são indispensáveis por todas as espécies de convívio humano e social entre os povos e que modificam o modo que nos organizamos e nos relacionamos. Se cada um de nós é um nó que faz parte de uma complexa rede, onde cada um contribui para a construção de um repertório maior e para o “destino tecnológico e comportamental humano”, pode-se dizer que o fluxo de informação nela depositado irá sempre alterar os caminhos da comunicação entre os usuários dessa rede. Não nos importa mais o espaço físico, como diz Castells, “[...] a distância (ou intensidade e frequência da interação) entre dois pontos (ou posições sociais) é menor (ou mais frequente, ou mais intensa), se ambos os pontos forem nós de uma rede do que se não pertencerem à mesma rede” (2000, p.498).

No ambiente digital vemos algo semelhante no cotidiano ordinário. Casos como o do seriado *Lost*, exibido no Brasil pelo canal pago AXN, proporcionam a participação efetiva do seu espectador inclusive na trama do programa, como se cada capítulo tivesse sido imaginado especificamente por determinado espectador. O seriado, por ser gravado e editado pouco tempo antes de ir ao ar, dá liberdade para que o público influencie no destino dos personagens e em toda a história, pois *Lost* é responsável pelo surgimento de vários outros produtos que geram a polêmica e a discussão – e conseqüente alteração no roteiro –, e que vão além de brindes promocionais comuns à divulgação das sitcoms. Ele aproveita o momento digital para o lançamento de blogs de discussão, sites especulativos, game, pacotes especiais de DVD, criação e publicação de vídeos não-oficiais no YouTube, entre outros. Neles, o público define o destino dos acontecimentos criando novas oportunidades para o enredo principal, e, se bem aceitos pelos produtores do seriado, são incluídas à trama original podendo ir ao ar mais breve do que podemos imaginar. Além disso, talvez o mais importante

⁴ APARNET é a origem da internet atual. Utilizada pelo exército norte-americano já na década de 1960 para que pudessem se comunicar de maneira secreta e rápida.

seja entender que muito do suspense e da tensão que fazem de *Lost* uma das séries de maior audiência hoje deve-se ao fato de que a maior parte dos fatos que acontecem na história dos sobreviventes do voo 815 e de tudo o que circunda a ilha é jogada em vídeos e escrita na internet, por milhares de usuários e pelos próprios produtores, e que nunca irá ao ar. Uma grande mudança no modo como assistimos à tv, o espectador/usuário se modificou consideravelmente.

Se tantos participam da elaboração de *Lost* ao redor do mundo, quem é o responsável pelo seriado? Quem escreve a trama? A questão autoral é, portanto, uma das tantas discussões que a mídia nos traz.

Visto o que o Firefox permite ao usuário fazer com toda a interface e linguagem visual do programa, não caberia aqui dizer que o computador tem como modificar a nossa interpretação frente a uma nova realidade?

O pictograma tem a capacidade camaleônica de se modificar ao gosto do usuário, ou seja, quem utiliza o programa para a navegação na internet pode escolher dentre algumas opções pré-definidas ou desenvolver sua própria versão da linguagem visual da interface e todos os desenhos de botões e caixas de textos do software. Esses skins, como são chamados, podem ser obtidos por meio de downloads de sites que pipocam novidades para *firefoxmaníacos* ou desenvolvidos individualmente pelos usuários que seguem instruções minuciosas da Mozilla Foundation, empresa que gerencia e obtém os direitos do software.

Toda essa situação em torno do navegador gera milhares de softwares diferentes, pois cada usuário possui uma versão exclusiva do programa e, portanto, uma maneira diferente de executar a comunicação na internet. Além disso, surgem novas percepções para os significados mais antigos utilizados por uma convenção rígida e não interessada em saber como tantos usuários vêm a navegação, pois o conceito de *copyleft*⁵ faz com que o público gere novas soluções, distribua-as entre si e faça uso comum delas. Se “o poder de se pensar e agir em rede, como um conjunto de pessoas trabalhando junto, pode quebrar barreiras e monopólios” (CASTELLS, 2000, p.144) for entendido como tantos usuários ao redor do mundo discutindo e pondo no ar uma imensa quantidade de novos pictogramas para o acionamento das funções de navegação na internet, e que isso ocasiona a quebra de novos paradigmas e o questionamento de antigas convenções não mais cabíveis à atual realidade,

⁵ *Copyleft* é um trocadilho com o termo *copyright* usado para preservar os direitos do autor. É uma forma de proteção dos direitos autorais – e não direitos de uso – com a intenção de que não sejam colocadas barreiras à utilização da obra. Permite que suas modificações sejam livres, passando adiante a liberdade de copiá-lo e modificá-lo novamente.

teremos mais um motivo para afirmar que o convívio em rede é responsável pela evolução individual e coletiva da comunicação global. Por isso, o Firefox é considerado um software democrático, no qual eu desenvolvo meus botões e pictogramas para internet – como os sugeridos no capítulo à frente – e os utilizo de maneira exclusiva ou coletiva – caso mais usuários se identifiquem com eles –, como bem entendemos a mídia, como melhor nos convém.

Este artigo trata das situações de hoje, nas quais vemos o pictograma aplicado a novas interfaces digitais. É cada vez mais comum vermos animações com pictogramas em diversas situações cômicas ou advertidas. Além de vinhetas para tv, vídeos descompromissados publicados por internautas ao redor do mundo vão, a cada edição, se aperfeiçoando, tanto quanto ao roteiro como à técnica utilizada. O XiaoXiao – www.xiaoxiao.com – e os videoclipes de One Eyed Man mostram justamente o crescimento desse tipo de manifestação na web, e, apesar de utilizarem personagens que não são exatamente os pictogramas que conhecemos, fazem do “homem-palito” ou do “homem-de-um-olho-só” animações com um caráter próximo do sinalético e tão sintaticamente simplificado quanto o pictograma que vemos nas placas de orientação e identificação de ambientes.

Segundo Lev Manovich 2000, nos diversos níveis de comunicação trabalhamos, ainda que no computador, com dados que se compilam em nossos repertórios como parte de nossa formação cultural, são textos, fotografias, filmes, músicas e por que não novamente pictogramas? Talvez o pictograma não tivesse a oportunidade de um dia ser animado se não fosse pelo advento da internet e das novas tecnologias digitais da atualidade. E, como o texto verbal escrito, ele se mostra como uma interface que apresenta uma mensagem necessariamente apoiada num repertório cultural de um povo, não fosse assim o pictograma para feminino poderia ser facilmente utilizado e compreendido na Índia e em outros países nos quais indivíduos de sexo masculino se vestem com saia absolutamente de maneira comum.

A distribuição de todas as formas de cultura se torna arquivada no computador, nos encontramos “interfaceando” predominantemente dados culturais, como textos, fotografias, filmes, música, ambientes virtuais. Resumindo, não estamos mais lidando com uma interface do computador, mas com a interface da cultura codificada em forma digital. (MANOVICH, 2001, p.70).

Nos dois casos, tanto na internet ou vinhetas de tv como nos pictos do browser de internet, são trabalhadas uma dicotomia importante para a discussão: a representação

bidimensional x a representação tridimensional. Talvez nas animações exista um resultado mais significativo, pois, além do apelo cômico, há um consenso geral de que essas cenas obrigam o público imaginar coisas não explícitas por causa da limitação de detalhamento no desenho pictográfico, fazer relações de significados não claros que prendem a atenção. O espectador é obrigado a exercitar uma nova capacidade que não existe no cinema: a abstração, para que ele possa entender que o personagem está gritando, ou está agonizado. Obrigar-se a fazer tais relações deixa claro que essa não é uma amostra da realidade, ou uma representação fiel da situação, mas exige do observador um grau de capacidade para conexões e um repertório mínimo para manter o entendimento da mensagem como um todo. Por se tratar de uma interface cultural, isso acontece naturalmente. Diferente do cinema dos anos 20, quando a construção e desenvolvimento de uma cena mostrava absolutamente todos os passos dos personagens até a ação que de fato era fundamental para o desenrolar da história, nos roteiros atuais é assumido que o público entende certos cortes e lacunas entre uma cena e outra, sem que haja perda da lógica dos fatos.

No caso dos pictogramas no browser, a abstração deve acontecer no mesmo sentido, isto é, o observador terá que reconhecer qualidades comuns ao seu repertório diário. Se a sociedade se adapta facilmente a uma comunicação plural, em que diferentes camadas simultâneas emitem informação, além de trabalhar planos, seria interessante encontrar a profundidade e ordem em que essas informações caminham. Deve-se representar o ambiente da internet sem vincular isso a referências ultrapassadas de um meio que não retrata a realidade, afinal, há praticamente duas décadas os usuários são obrigados a conviver com termos e “ícones” criados no início da Era Digital, período em que o que mais se aproximava do que enxergamos no monitor do nosso computador era uma página de revista aberta.

Referências Bibliográficas

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. Tradução de Roneide Venancio Majer com a colaboração de Klauss Brandini Gerhardt. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

FIREFOX [S.I.]: Mozilla Firefox, 2006. Disponível em: <<http://www.firefox.com>>. Acesso em: 23 fev. 2007, 16h30.

HISTÓRIA da Internet no Brasil, a. [S.l.: s.n.]. Disponível em: <<http://www.abranet.org.br/home/historiadainternet/menu.htm>>. Acesso: em: 8 jul. 2006, 20h26.

JOHNSON, Steven. Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

_____. Emergência: a dinâmica da rede em formigas, cérebros, cidades e softwares. Tradução de Maria Carmelita Pádua Dias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

MANOVICH, Lev. The language of new media. 2.ed. Massachussets: The MIT Press, 2000.

PELLANDA, Eduardo Campos. Pensamento em rede. In: PELLANDA, Nize Maria e PELLANDA, Eduardo Campos (Org.). Ciberespaço: um hipertexto com Pierre Levy. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2003. p. 140-146.