

## **Cibericonografia e Comunicação: a Linguagem Iconográfica na Cibercultura<sup>1</sup>**

Naiade CAPARELLI<sup>2</sup>

Marcos NICOLAU<sup>3</sup>

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

### **RESUMO**

As práticas interacionais em rede têm se caracterizado nos últimos anos pela presentificação, nas telas digitais interativas, por uma linguagem cada vez mais iconográfica. A representação sígnica que se veio instaurando com os *emoticons* e, principalmente, para os *emojis* é parte do processo de iconização que a computação estabeleceu para as telas como uma comunicação instantânea e visualizável. A semiose dessa linguagem iconográfica mostra-se mais dinâmica, pela configuração de ícones, caracterizados de forma imagética, diagramática e metafórica, dada a rapidez com que os signos se transmutam e se sucedem nos diálogos em tela. O objetivo desse artigo é situar essa configuração semiótica no contexto da iconografia comunicacional da cibercultura, a que chamamos de *cibericonografia*.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação iconográfica. Linguagem na cibercultura. Semiótica. Cibericonografia.

### **1 INTRODUÇÃO**

Diante de um mundo conturbado por desentendimentos e desavenças culturais por falta de uma comunicação plena do seu significado de comunhão, a qual Wolton (2004) chamou de “comunicação formal”, o ser humano tem conseguido desenvolver linguagens globais, capazes de estabelecer relações sociais e econômicas eficientes, nesse caso, chamada por Wolton (2004) de “comunicação funcional”. É nesse contexto da “comunicação funcional” que nossos computadores, *tablets* e *smartphones* são integrados por linguagens híbridas e cada vez mais iconográficas, surgidas no âmbito da tecnologia digital, linguagem essa que denominamos de *cibericonografia*.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 6 – Interfaces Comunicacionais do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017

<sup>2</sup> Graduanda do Curso de Comunicação em Mídias Digitais da UFPB. Pesquisadora de Iniciação Científica – PIBIC/UFPB. E-mail: nai.caparelli@gmail.com

<sup>3</sup> Orientador: Professor Pós-Doutor do Curso de Comunicação em Mídias Digitais da UFPB e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB. E-mail: marcosnicolau.ufpb@gmail.com

As imagens ganharam grande repercussão pela facilidade de produção e difusão dos Meios de Comunicação de Massa durante o século XX. Mas, é o século XXI que está se confirmando como o século do ícone – essa imagem sintética e cada vez mais funcional nas telas dos computadores, *smartphones* e *tablets* –, pela facilidade de se transmutar em índice e símbolo no processo de semiose próprio da cibercultura.

Os meios de comunicação de massa, advindos da tipografia, como jornais, livros e revistas fizeram a escrita ganhar uma dimensão considerável. Mesmo com a invenção da fotografia, do cinema e depois da televisão, quando a imagem ganhou notoriedade informacional, a escrita estava predominando. Embora a linguagem escrita tenha reinado durante esses dois mil anos, devemos perceber que também por cerca de dois mil anos antes da escrita, existia essa linguagem iconográfica dos sumérios, dos fenícios e dos egípcios. A humanidade vivenciou essa era da comunicação iconográfica, que apresentou suas problematizações de reprodução, sendo substituída pela escrita fonética que originou a autonomia textual dos gregos em diferentes suportes.

Porém, é com o surgimento e evolução dos computadores que, ainda no século XX, a linguagem analógica migra para a digital sendo, sem dúvida, um aspecto crucial, não apenas para a integração e compatibilidade entre os meios de comunicação, mas também para que se pudesse desenvolver linguagens comuns. Ao constituir essa linguagem digital como base da comunicação contemporânea, a nossa civilização está completando um ciclo de significação imagética: da representação pictórica das paredes das cavernas às pinturas de grandes artistas; da imagem fotográfica ao cinema de película; dos meios eletrônicos às imagens digitais computadorizadas, percebemos esse trajeto histórico da imagem que tem seus períodos icônico, indicial e simbólico, conforme explicam Santaella e Nöth (2005).

Os monitores computacionais permitem a visualização de programas cujas interfaces apresentam estruturas muito parecidas aos demais equipamentos eletrônicos do dia a dia. A tela exibe em suas laterais, botões e barras ora constituída por ícones, ora por palavras e expressões que designam as ações a serem desencadeadas. Esse processo de digitalização das informações através da compressão de dados em linguagem binária quer sejam textos, sons, cores e formas permitiu que mensagens pudessem ser sintetizadas, guardadas, resgatadas e manipuladas a partir de qualquer lugar e em qualquer época, proporcionando, conseqüentemente, o surgimento do hipertexto que se instaurou dentro da Internet.

A hipermídia é uma extensão do hipertexto, pois não se limita à informação escrita, mas permite acrescentar aos textos não apenas os mais diversos

---

grafismos (símbolos matemáticos, notações, diagramas, figuras), mas também todas as espécies de elementos audiovisuais (voz, música, sons, imagens fixas e animadas). Em ambos os casos, o termo hiper se reporta à estrutura complexa alinear da informação. (SANTAELLA, 2001, p. 24).

Com o desenvolvimento das telas *touchscreen* e sua interface gráfica dinâmica para a hipermediação, a comunicação tornou-se ubíqua e onipresente. As mídias móveis, como *smartphones* e *tablets* passaram a fazer parte da vida das pessoas e hoje são em grande quantidade. O celular, e nesse contexto incluímos o *tablet*, parece exemplificar de forma evidente os estudos de Dominique Carré, publicado em 1997 e devidamente mencionado por Weissberg (1999), sobre as tecnologias móveis que se sustentam em uma característica básica, a mobilidade, desdobrada em duas principais qualidades: a ubiquidade e a onipresença.

Segundo Tellaroli e Squirra (2012), as telas dos computadores, chamadas por eles de “display digitais” em sua condição interativa, configuram-se como a principal base de acesso dos usuários aos processos informativos da modernidade; ao mesmo tempo em que as imagens podem ser captadas por inúmeros aparelhos, para serem vistas em diversos formatos e tamanhos. Na atualidade, as imagens estão presentes em todo o tipo de display, próximo ou distante do consumidor: no trabalho, nos transportes coletivos ou em casa, tanto em aparelhos estáticos quanto portáteis.

Para essa iconografia da cibercultura se consolidar no que conhecemos das atuais interfaces das telas *touchscreen*, precisou-se focar nos conceitos de ergonomia e usabilidade, a fim de simplificar cada vez mais a comunicação entre o homem e a máquina. Usaremos aqui o conceito da ISO, norma 9241-11, que define usabilidade como sendo a medida na qual um produto pode ser usado por usuários específicos para alcançar objetivos específicos com eficácia, eficiência e satisfação em um determinado contexto de uso. E a definição de Wisner sobre ergonomia, citada por Garbin (2010, p.19):

conjunto de conhecimentos científicos relativos ao homem e necessários à concepção de instrumentos, máquinas e dispositivos que possam ser utilizados com o máximo de conforto, segurança e eficiência. Durante a concepção de uma IHC devem ser levados em conta tanto o componente físico, como o mental das atividades humanas. Deste modo, deve ser dado enfoque no comportamento humano e valer-se dos resultados do estudo de estruturas cognitivas humanas, que são preponderantes no caso de tarefas informatizadas.

Essa cognição, aliada a ergonomia, cria uma ergonomia cognitiva, baseada na

“percepção que temos da realidade através das informações sensoriais ao se detectar, identificar e interpretar sinais, e que nos leva ao raciocínio, produzindo ideais novas a partir das adquiridas, e ao aprendizado” (GARBIN, 2010, p.19).

Em se tratando de comunicação pelas práticas interacionais na cibercultura, podemos perceber essa profusão de imagens que são iconizadas para servirem de matéria prima a uma semiose digital. A comunicação que se pratica pelos *emoticons* e *emojis* representam bem essa situação, tanto pela rapidez de seus usos quanto pela superficialidade que a coloca na condição de exacerbadora da comunicação funcional.

Portanto, o objetivo deste artigo é apresentar um estudo sobre como essa “comunicação funcional”, cada vez mais híbrida e versátil está se constituindo como uma *cibericonografia*, ou seja, uma iconografia própria das mídias digitais de nossa época, que se presentifica nas telas digitais *touchscreen*, cuja versatilidade interativa pode ser compreendida pelo processo de semiose em que ícones passam a ser facilmente indiciais e simbólicos ao mesmo tempo.

## 2 A LINGUAGEM DOS COMPUTADORES E SUA EVOLUÇÃO

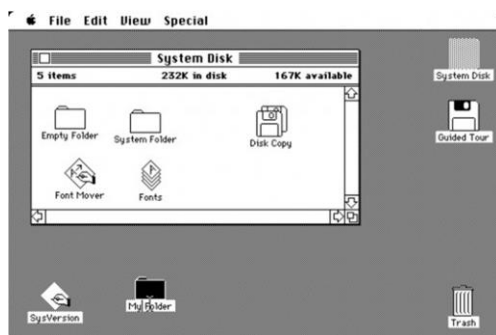
Bem mais antiga que as máquinas modernas, a linguagem de programação surgiu no início de 1840. No início, devido às limitações dos *hardwares*, os comandos designados às máquinas eram feitos através de cartões perfurados. Os buracos e obstáculos representavam o código binário para que um conjunto de cartões instrísse a máquina em sua tarefa. Até então as máquinas eram gigantescas e funcionavam de forma mecânica, não haviam telas e as repostas geralmente eram dadas por avisos luminosos ou por roldanas, sendo possível somente para pessoas instruídas manuseá-las.

Os *hardwares* dos computadores foram surgindo aos poucos. Com a invenção do teclado e da televisão (1920), a informação passou a ser digitada pelo usuário e exibida nas telas. Mas, foi somente nos anos de 1970 que os computadores começaram a diminuir de tamanho e a se popularizar, graças aos microchips. Surgiram os chamados computadores pessoais (em inglês PC – *personal computer*) e embora sua linguagem ainda fosse complexa e não padronizada, não era difícil para um leigo dominar o processamento da máquina. As telas exibiam linhas de comando e cada computador vinha com um manual de códigos próprios. O usuário deveria aprender a linguagem de programação a ser digitada na tela, que correspondia ao código binário interpretado pelo computador.

## 2.1 Interfaces de Máquinas

O surgimento das interfaces gráficas do utilizador (GUI – *Graphical User Interface*) marcam o início da era da *cibericonografia*. As GUIs surgiram para facilitar a interação entre o homem e o computador, diminuindo de forma gigantesca a curva de aprendizagem antes exigida pelas máquinas. Segundo Garbin (2010, p.43) “uma GUI substitui comando arbitrário, que precisariam ser memorizados, por manipulação direta, na qual ações são realizadas ao se mover objetos em uma tela e selecionando-os em menus”. O tipo de interação mais comum nesse modelo de interface é usando janelas, ícones, menus e mouse (WIMP – *window, icon, menu, pointing device*). Estava surgindo pela primeira vez dentro de interação homem-máquina, uma linguagem híbrida e funcional.

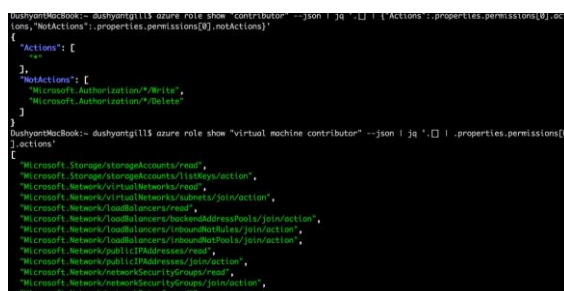
Figura 1: Screenshot da interface do Macintosh



Fonte: <https://onproductmanagement.wordpress.com/2008/02/13/goodbye-file-menu-hello-throbbing-orb/>

Até então os monitores das máquinas exibiam linhas de comando (CLI), normalmente uma tela preta com textos lineares na cor verde. Diferente da CLI, que exigia domínio técnico do usuário, com WIMP não era preciso decorar os comandos, o que tornava as telas muito mais familiares, simplificando o uso da máquina por pessoas leigas.

Figura 2: Exemplo de Interface de linhas de comando (CLI)



Fonte: <https://docs.microsoft.com/en-us/azure/active-directory/role-based-access-control-manage-access-azure-cli>

Apesar do conceito de interface gráfica ter surgido em 1963, com Douglas Engelbart e ter sido demonstrado pela primeira vez em 1968, bem como aponta Castells (2003, p.18), os computadores da época tinham pouco poder de processamento e imaginar um aparelho exibindo gráficos era ainda algo longe da realidade. Foi só nos anos 1970, com a Xerox PARC, que as interfaces de computador começaram de fato a serem implementadas. Os sistemas operacionais surgiam adjacente as interfaces e em 1984, com o lançamento do Macintosh, as GUIs ganharam repercussão mundial (GARBIN, 2010). Este é um marco importantíssimo para entender o início da universalização dos ícones das telas digitais.

Figura 3: Computador Pessoal Macintosh.



Fonte: <http://oldcomputers.net/macintosh.html>

O Lisa usou como base todos os conceitos da Xerox PARC para a criação de sua interface, representando o primeiro computador com sucesso de vendas a utilizar o recurso. Toda sua composição gráfica fazia analogia a objetos do mundo real. Com o sucesso do Lisa, os fabricantes de PCs começaram a investir em GUIs e entre os anos de 1985 a 1990 diversas interfaces surgiram (GEM, Amiga, Windows 1.0/2.0/3.0), inspirados no modelo da Xerox.

Desde então os estudos dedicaram-se, cada vez mais, a transformar a comunicação através da máquina, algo natural, idealizando acabar com a dicotomia mecânico/técnico, e tornando a interação homem-máquina mais próxima às comunicações instintivas do ser humano: gestos, fala e toque. Surgiu assim a interface NUI (*Natural user Interface* – Interface natural de usuário) “baseada nas habilidades não computacionais já existentes de um usuário, inatas ou adquiridas através da prática e vivência de comunicação, verbal ou não, com outros seres humanos e a interação com o ambiente ao seu redor” (OLIVEIRA; FERREIRA; FURST, 2013, p. 95), ou seja, uma espécie de comunicação que qualquer um pode dominar.

As NUIs estão principalmente nos nossos *smartphones* e *tablets* representando o futuro das interfaces.

Vemos assim que a interface tradicional é inconveniente quando tratamos das telas do futuro, não só pela ineficiência para se adaptar a dispositivos com *displays* pequenos, mas também pela concorrência de atenção exigida que existe dentro destas. Segundo Oliveira (2010, p. 182) os usuários já foram instruídos sobre como clicar e estão cada vez mais aptos a interagirem com as máquinas, porém o desafio agora é instruí-los sobre onde clicar.

## 2.2 A Internet e as Interfaces dos Softwares

O surgimento da Internet levou os computadores ao ápice nos anos 1990. Com a *www* (*world wide web*) desenvolvida por Tim Berners-Lee, foi possível obter e acrescentar informações de e para qualquer computador conectado através da rede, um sistema de hipertexto que mais tarde seria uma rede mundial, como afirma Castells (2003, p. 8): “a Internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global”.

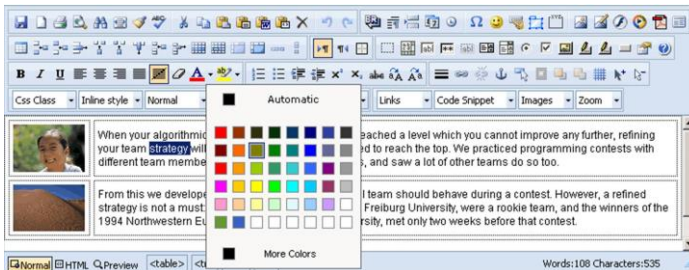
Graças a essa comunicação em massa, as informações conseguem alcançar internautas de diferentes partes do mundo, na forma de áudio, foto, texto e/ou até *softwares*. E não foi apenas a comunicação global que ajudou os *softwares* a se espalharem pelo mundo. Os interesses mercadológicos também tiveram seu papel fundamental. O mercado, a partir de agora, não queria apenas atender grupos restritos; o objetivo era alcançar um público de forma global, pela Internet. Assim, os produtos digitais começaram a surgir cada vez mais simples de se “manusear”, com uma “linguagem” de softwares que todos pudessem entender.

Com a instauração da globalização, em que interesses mercadológicos esforçam-se para o desenvolvimento de tecnologias que possam ser vendidas e usadas por todos os povos do planeta, estamos vendo surgir as condições para constituição de uma linguagem que se aproxima dos operadores de percepção inerente à natureza do pensamento humano. (NICOLAU, 2009, p. 3)

O editor do tipo WYSIWYG (sigla de *What You See Is What You Get*), em que, o que você vê é o que você tem na tela, foi um dos pioneiros a apropriar-se da iconografia digital para sua popularização. Nesse tipo de editor, as barras de ferramentas são compostas por botões que podem ser ícones, palavras ou expressões que indicam a funcionalidade exercida por cada um. “Criado por Charles Simonyi, eles foram usados inicialmente para editores de

textos, mas hoje substituem a linguagem em *html*, composta por *tags* que se apresentam como páginas codificadas nos aplicativos de documentos para a web”. (NICOLAU, 2009, p. 7)

Figura 4: Modelo melhorado de editor WYSIWYG



Fonte: Cute Editor for ASP.

É importante dizer também que a própria comunidade de usuários desejava padronizar suas formas de troca de informação. Essa linguagem mais intuitiva, ou seja, de fácil apreensão humana e alto poder cognitivo traz para toda a comunidade cibernética o que podemos tratar de um “idioma” universal dos programas. Essa linguagem global é um mix de sons, imagens e textos, além de misturar o significado de ícones, índices e símbolos (uma vez que a palavra “Cortar” em um programa de edição, além de ser um símbolo, passa também a ser um índice ao nos remeter a uma ação imediata, cuja função é “cortar” algo).

Com os WYSIWYG, o *feedback* da máquina para o ser humano aumentou de forma considerável. O computador passou responder aos comandos do usuário de forma instantânea, seja por efeito sonoro ou visual. Por este motivo a linguagem dos programas passou a ser aprendida por tentativa e erro e por intuição humana, fazendo com que este tipo de interface se popularizasse, pois facilitava o uso das ferramentas por qualquer pessoa. Uma vez que os *softwares* fossem eficientes na assimilação dessa linguagem transcultural, esta padronização das interfaces acabou por criar uma “gramática” global.

A partir disso, criou-se uma linguagem funcional desses aplicativos, compondo uma comunicação instrumental, que já se alastra por toda a rede mundial de computadores, devido a sua facilidade de produção e reprodução hipermediática. Esta “padronização” digital funcionou tão bem que se estendeu para além da interação entre homem e máquina, passando também a existir na comunicação entre os usuários.



### 3 A LINGUAGEM DOS *EMOTICONS* E DOS *EMOJIS*

Com a rede mundial de computadores e com o advento da Internet, a comunicação passou a se estender para o espaço virtual. Porém, foram os *smartphones*, os *tablets* e afins, que conseguiram unir os conceitos da comunicação no ciberespaço à mobilidade. Segundo Levinson (2004 *apud* SCHMITT, 2015, p.35) os dispositivos móveis conseguiram unir todas as necessidades e comportamentos humanos, a partir do momento em que permitiram a união da mobilidade física e informacional, ou seja, é possível mover-se e comunicar-se com quem se deseja, em qualquer lugar. Entretanto, diferente de uma comunicação interpessoal, que se apropria de gestos, entonação da voz e diversos recursos que auxiliam na emoção e no sentido do texto a ser construído, nas mensagens de texto esse sentimento muitas vezes é perdido. Dessa forma, surgiu o que viria se tornar uma “iconização das emoções”: os *emoticons* e posteriormente os *emojis*.

Figura 5: Exemplo do primeiro *emoticon*.



Fonte: Reprodução dos autores

*Emoticon* é um termo criado a partir das palavras inglesas *emotion* (emoção) e *icon* (ícone). Em outras palavras, eles servem para expressar emoções, o que se dá essencialmente por meio de caracteres tipográficos, deixando a conversa com mais personalidade. Eles nasceram quando a Internet dava seus primeiros passos. Moro (2016, p. 8) conta que os *emoticons* surgiram em 1982, como “uma ideia proposta pelo professor Scott Fahlman, da Universidade Carnegie Mellon (Pittsburgh, EUA), para diferenciar o uso de e-mails sérios para os quem continham alguma piada. O e-mail continha o seguinte conteúdo: Proponho a seguinte sequência de caracteres para os marcadores de piada: :-) Leia-o de lado”.

No entender de Brito (2008, p. 2):

Os emoticons são signos de imagem digital utilizados com frequência em Chats, principalmente pelos adolescentes, para expressar seus sentimentos. Além disso, são vistos pelos usuários da Internet como uma alternativa de interação comunicativa descomplicada, informal, lúdica; conseqüentemente, mais atrativa.

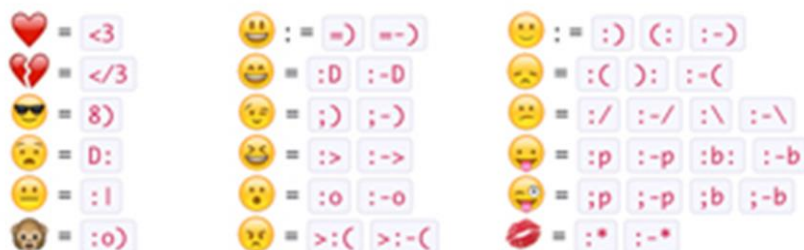
Já o *Emoji* tem origem japonesa e nasceu na década de 1990. Concebido por Shigetaka Kurita, que criou a palavra a partir das expressões japonesas “e” (imagem) e “moji” (personagem), o que chamamos em português de “pictograma”. Os *emojis* pertencem a uma biblioteca de figuras prontas e por esse motivo agrupam também figuras consideradas *emoticons*. (FREIRE, 2014).

Figura 6: Shigetaka Kurita, criador do Emoji, e alguns dos primeiros símbolos



Fonte: Freire (2014)<sup>4</sup>.

Figura 7: *Emoticons* e *Emojis*.



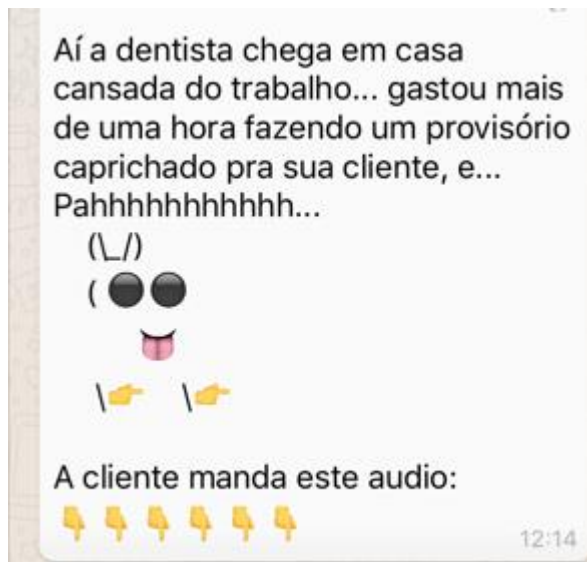
Fonte: <https://get.slack.help/hc/en-us/articles/202931348-Emoji-and-emoticons>

A ideia de serem considerados uma “língua global” vem do fato de que os *emojis* “podem ser caracterizados como símbolos universais, por exemplo, um pedaço de pizza” (SOUZA, MADUREIRA, 2015, p. 9). Assim essas linguagens híbridas, que constituem a *cibericonografia*, continuamente sobrepõem-se nos espaços da linguagem escrita, pela superficialidade e rapidez da comunicação de signos imagéticos e sonoros. Entretanto, elas não substituem a escrita como conhecemos, apenas enfatizam emoções, que antes eram demonstradas no jeito de falar e gesticular, nos textos que escrevemos, sendo ainda o contexto fundamental para que um *emoji* seja entendido. Nesse exemplo a seguir, percebemos como os

<sup>4</sup> Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/07/entenda-diferenca-entre-smiley-emoticon-e-emoji.html>. Acesso em: 12/04/2017

usuários misturam com facilidade, textos, emoji, emoticons e ainda acrescentam mensagens de áudio, como a frase final sugere. Parte do cãozinho é feita com sinais gráficos próprios dos *emoticons* e outra parte com *emojis*.

Figura 8: Mistura de elementos verbais, *emojis* e *emoticons* nas telas dos smartphones.



Fonte: Retirado do Whatsapp pelos autores

Podemos compreender a formação dos *emojis*, como a linguagem que transcendeu culturas e se espalhou pelas telas dos suportes de tecnologia digital, a partir dos pressupostos básicos da Semiótica peirceana<sup>5</sup>, com a designação da sua *gramática especulativa*. Nesse contexto, para compreender o mundo e nos comunicarmos uns com os outros, constituímos linguagens próprias dos nossos processos mentais. E estas linguagens são compostas por signos, que podem ser icônicos, indiciais ou simbólicos, dependendo do processo de semiose que lhes dão significados. E como os ícones, ainda segundo Peirce (1997), resultam em hipóícones, ou seja, em imagens, diagramas e metáforas, estas categorias participam de todas as formas de comunicação que desenvolvemos, notadamente aquelas utilizadas pelos meios de comunicação e pelas mídias digitais da atualidade.

No caso dos *emojis*, podemos perceber que se trata de uma linguagem ampla e transcultural, porque se utiliza de ícones universais, tais como a imagem do coração, uma face

<sup>5</sup> A Teoria Geral dos Signos foi desenvolvida pelo estudioso norte-americano Charles Sanders Peirce no período final do século IX. Para Peirce, os signos são parte de uma gramática especulativa que se divide em ícone, índice e símbolo, na composição das linguagens de um modo geral. À passagem dos ícones para os índices e os símbolos, em sua construção de significados, Peirce deu o nome de *semiose*. Ver: PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1997.

redonda sorrindo e com diferentes expressões emocionais, uma mão com dedo em posição de positivo, além de inúmeros estereótipos próprios das grandes cidades, vivenciados por diferentes povos espalhados pelo planeta.

O princípio que se estabeleceu para a iconização da linguagem nos computadores, como vimos anteriormente, parte da escolha de um ícone que vai representar um comando. Por exemplo, para salvar nossos arquivos, foi estabelecido o uso da imagem de um disquete. Como o passar do tempo, sequer pensamos mais na imagem e sim na sua função, clicando nele sempre que queremos salvar um arquivo, transformando-o em um índice – mesmo as gerações atuais que nunca viram um disquete, usam essa função de salvar automaticamente sem nem pensar na imagem que está ali. Porém, o disquete pode ser utilizado como um símbolo se for adotado em um contexto para representar a modernidade do digital, às vezes fazendo parte de uma logomarca – nesse caso o ícone recebe uma carga de significado a partir de um discurso de contexto propagandístico.

Voltando ao *emoji*, percebemos que, se as palavras precisam ser compreendidas por quem domina a língua na qual ela está escrita, as imagens transcendem essa fronteira do idioma. Considerando as exceções em que o *emoji* é específico de uma cultura, de modo geral, estes transitam pelas mídias interativas, pelos aplicativos, pelas redes sociais do mundo inteiro de forma facilmente reconhecidas. Isso porque são compostas por ícones – imagens facilmente identificadas, que ganham formatos e cores, muitas vezes, como dissemos, estereotipados. Suas representações são carregadas de expressões emotivas que designam as intenções de quem as enviou.

Nesse sentido, a grande adesão dos usuários a essa linguagem se dá porque ela permite economia de tempo e facilidade de expressão: para escrever um texto é preciso que se digite letra por letra e se junte palavra por palavra até formar uma frase minimamente compreensível da intenção do emissor. E isso demanda certo esforço quando se está sem tempo ou em situação de movimento, por exemplo - além disso, é uma linguagem que não exige o conhecimento da gramática do idioma.

Por fim, ao constatarmos que essa linguagem dos *emojis* - e mesmo dos *emoticons*, que são feitos com sinais gráficos da língua -, está dividindo com grande representatividade e complementaridade a linguagem escrita; ao reconhecermos que ela é composta de signos icônicos carregados de significados visuais, de forma híbrida inclusive com letras e sons, descobrimos que, de fato, é uma linguagem iconográfica que surgiu e foi desenvolvida no âmbito da cibercultura, pelo processo de midiaticização (SODRÉ, 2006), em que as relações

humanas passaram a ser tecnmediadas pela tecnologia do digital. Trata-se da percepção de uma *cibericonografia*, que veio se construindo com os ícones das telas do computador, criadas para interfaces gráficas e que se transformou em uma versátil linguagem que exacerbou a comunicação humana a um nível interativo jamais experimentada pelas civilizações anteriores ao surgimento da cibernética.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do fato de que as práticas interacionais da sociedade contemporânea se tornaram cada vez mais mediadas pela tecnologia digital dos *smartphones* e *tablets*, constituídas por processos comunicacionais de linguagens híbridas como a *cibericonografia*, resta-nos questionar se esse processo ajudará a humanidade a desenvolver uma comunicação melhor: a comunicação formal de que fala Wolton (2004), que pode transpor as barreiras culturais e se transformar em comunhão pelo respeito às diferenças e pela tolerância entre povos e nações.

A rede mundial de computadores instaurou, como vimos, uma comunicação funcional muito eficiente, voltada para interesses mercadológicos que sustentam a economia global encabeçada pelos países mais avançados. Porém, não tem sido capaz de estabelecer os consensos de convivência e tolerância entre culturas, permitindo ou fomentando as guerras localizadas em países do Oriente Médio, da África e outras regiões.

A *cibericonografia* é uma comprovação de que o século XXI é, de fato, o século dos ícones, que se carregam de sentidos e significados imediatos de comunicação das trivialidades do dia a dia de pessoas que transitam em culturas capitalistas consolidadas.

A partir dos pressupostos da Semiótica somos capazes de compreender como essas linguagens híbridas constituem uma *cibericonografia* cada vez mais ampla e global. Para além das imagens, os ícones resumem e sintetizam informações imediatas, que atendem à urgência da vida contemporânea, através de aparatos móveis que transitam conosco e funcionam a qualquer hora, onde quer que estejamos. Mas, como afirma Wolton (2004), acesso à informação e informação demais não são sinônimos de “Comunicação”, pelo que se compreende como “comunhão”. Por isso, o sentido de “eficiência” da *cibericonografia* deve ser reavaliado, para que não constitua a superficialidade dos relacionamentos que interessam apenas ao capitalismo.

A partir dessa primeira e oportuna etapa da pesquisa, seremos capazes de mapear e

estabelecer categorizações para reconhecer na *cibericonografia*, uma prática interacional, cuja linguagem está transformando os processos de comunicação humana, pelas interfaces gráficas entre pessoas, máquinas e culturas simultaneamente.

## REFERÊNCIAS

FREIRE, Raquel. **Entenda a diferença entre smiley emoticon e emoji**. 2014. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/07/entenda-diferenca-entre-smiley-emoticon-e-emoji.html>>. Acesso em: 28 nov 2016.

CARPANEZ, Juliana. **Emoji**. 2015. Disponível em: <<http://tab.uol.com.br/emoji/>>. Acesso em: 28 nov 2016.

BRITO, Audrey Danielle Beserra. Ano 4, n. 09, 2008. Disponível em: <http://www.letramagna.com/emoticons.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2016.

SCHMITT, Carolina. **Itaú e os emojis: discussões a partir da comunicação mobile dos jovens**. 2015. 79 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre).

MORO, Gláucio Henrique Matsushita. A Pictografia, Relações Culturais e Tecnológicas: A Iconografia Digital Como Modelo de Comunicação em Interfaces. *In: Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM*. Curitiba, 2016.

SOUZA, Letícia Lisieux Galvão de; MADUREIRA, Gisela. Da Pintura Rupestre Ao Uso De Símbolos Na Troca De Mensagens Instantâneas De Celular. *In: Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM*. Rio de Janeiro, 2015.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

OLIVEIRA, Felipe Francisco Ramos de. FERREIRA, Marlon Marques. FRUST, Alexandre. Estudo da usabilidade nas interfaces Homem-Máquina. **E-xacta**, Belo Horizonte, v. 6, n. 2, p. 93-105, nov. 2013. Disponível em: <<http://revistas2.unibh.br/index.php/dcet/article/view/1079/623>>. Acesso em: 24 nov. 2016.

GARBIN, Sander Maeda. **Estudo da Evolução das Interfaces Homem-Computador**. 2010. 90 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Engenharia Elétrica com ênfase em Eletrônica. Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo, São Carlos).

NICOLAU, Marcos. A ideografia global dos aplicativos de computador: uma linguagem funcional que transcende culturas no ciberespaço. **Culturas Midiáticas**, João Pessoa, v. 2, n. 1, jan/jun. 2009. Disponível em: < [http://www.insite.pro.br/2009/junho/ideografia\\_aplicativos\\_nicolau.pdf](http://www.insite.pro.br/2009/junho/ideografia_aplicativos_nicolau.pdf)>. Acesso em: 24 nov. 2016.

OLIVEIRA, Igor Aguiar. Interface de Usuário: A Interação Homem-Computador Através dos Tempos. **Revista Olhar Científico**, Ariquemes, v. 01, n.2, p. 178-184, ago/dez. 2010. Disponível em: <<http://www.olharcientifico.kinghost.net/index.php/olhar/article/view/28/29>>. Acesso em: 24 nov. 2016.

---

PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1997.

SANTAELLA, Lúcia. **A ecologia pluralista da comunicação**: conectividade, mobilidade, ubiquidade. São Paulo: Paulus, 2010.

\_\_\_\_\_. **Matrizes da linguagem e pensamento**: sonora, visual, verbal. São Paulo: Iluminuras, 2001.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. **Imagem**: cognição, semiótica, mídia. 4. ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SODRÉ, Muniz. **Eticidade, campo comunicacional e midiatização**. Rio de Janeiro, Mauad, 2006.

TELLAROLI, Taís Marina; SQUIRRA, Sebastião Carlos. Os displays digitais como ferramenta comunicacional supramidiática. *In: Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, v. 11, n. 22, 2012. Disponível em:

<[http://cascavel.cpd.ufsm.br/revistas/ojs2.2.2/index.php/animus/article/view/6727/pdf\\_1](http://cascavel.cpd.ufsm.br/revistas/ojs2.2.2/index.php/animus/article/view/6727/pdf_1)>. Acesso em 25/08/16.

WEISSBERG, Jean-Louis. **Présences à distance**: Déplacement virtuel et réseaux numériques. 1ª. Ed. Paris: L'Harmattan, 1999. 304 p.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília/DF: Editora da UNB, 2004.