
ICONICIDADE E SUA FUNCIONALIDADE

PRADO, Cleide Aparecida¹
BARBOSA, Josiane de Freitas¹
LIMA, Sandra Valéria Barbosa de Souza¹

Recebido em: 2011-01-27 Aprovado em: 2011-04-13

ISSUE DOI: 10.3738/1982.2278.545

RESUMO: A priori, este trabalho tem como objetivo demonstrar o princípio da iconicidade em sua funcionalidade, trabalhando com a linguagem da imagem e de como essa está carregada de signos icônicos. Esses signos é que ajudam a unidade da mensagem a ser bem elaborada e consequentemente mais criativa. Essa funcionalidade será apresentada através de alguns conceitos sobre a semiótica no que diz respeito à comunicação não verbal, visando à importância da iconicidade contida nas imagens sobre o tabaco. Será comprovado através desses conceitos o potencial icônico dos signos não verbais e de como o elemento iconicidade garante ao enunciador a interpretação da ideia interpretada pelo receptor, garantindo assim a eficiência das mensagens. Portanto, este trabalho será desenvolvido baseado nos conceitos teóricos de Blikstein (1992), Pierce (1989), entre outros, serão interpretadas imagens altamente icônicas, veiculadas pela internet, também serão apresentadas opiniões obtidas por três informantes do corpo administrativo da Fundação Educacional de Ituverava, contendo a visão de cada um sobre as imagens selecionadas para este trabalho.

Palavras-chave: Semiótica. Iconicidade. Imagens.

SUMMARY: First of all, this work aims to demonstrate the principle of icons in its function, working with the language of imagery and how it is filled with iconic signs. These signs are what help the integrity of the message to be well developed and therefore more creative. This function will be presented through some concepts of semiotics relating to non verbal communication, taking into account the importance of symbolism contained in the images referring to tobacco. The iconic potential of these non verbal signs shall be proven through these concepts, as well as, how the iconic element aids in obtaining a precise interpretation of the intended message. Therefore this work shall be developed based on iconic concepts according to Blikstein (1992), Pierce among others, and upon highly iconic images of images found on the internet, also opinions will be obtained from three members of the administrative body of "Fundação Educacional de Ituverava", containing their views of the images chosen for this work.

Keywords: Semiotics, Icons, Images.

INTRODUÇÃO

Para esse trabalho escolhemos entre todas as linguagens, que fazem parte do mundo contemporâneo, uma que é essencialmente icônica: a linguagem visual. Dessa maneira, o objetivo do trabalho é mostrar que a mensagem pode ser eficiente sem a necessidade de qualquer manifestação verbal. Nessa visão, explicitamos que a iconicidade é uma propriedade essencial para a construção de mensagens que através dela conseguimos uma comunicação altamente competente. Segundo Blikstein (1992), não é suficiente transmitir informações corretas e claras, devemos também elaborar mensagens que atraia o leitor, capazes de prender a sua atenção. Para isto, podemos utilizar alguns elementos de atração ou, os

¹ Licenciatura em Letras

chamados **ganchos**, para “pescar” ou “agarrar” o leitor. Temos dois tipos de elementos de atração:

- Ganchos Quentes;
- Ganchos Frios

Ainda apoiados em Blikstein (1992), se uma mensagem é complicada, pesada; imediatamente haverá um **esquentamento**, o que provocará no leitor um cansaço, um desinteresse em saber o que a mensagem está transmitindo. Já com o gancho frio, a mensagem torna-se menos densa, com ilustrações descontraídas, sendo assim temos como resultado uma mensagem de fácil entendimento. considerando essas duas técnicas, o gancho considerado mais competente para chamar e atrair a atenção do leitor é o gancho frio.

Parece ter ficado evidente que, para ser eficaz, a mensagem não deve ser muito sobrecarregada de informações, podendo-se traduzir as informações verbais ou lingüísticas em imagens ou desenhos visuais.

Faz-se necessário lembrar que nosso **olhar** estará voltado para os signos não verbais, sobre linguagem visual e não sobre a linguagem verbal. Obviamente, esse trabalho não pretende apresentar a vasta e complexa teoria da comunicação icônica, são apenas algumas observações e considerações sobre a competência dos ícones sobre uma mensagem.

A metodologia deste trabalho se baseia nas interpretações de imagens acessadas on line ou buscadas na internet.

O tema escolhido das imagens a serem trabalhadas foi o tabagismo. Para o trabalho foi selecionadas três imagens e baseando nessas imagens se faz conveniente elaborar um questionário², a fim de colher opiniões de pessoas³ sobre a mensagem possível de se depreender da observação de imagens.

Ao final desse trabalho ficará clara a importância do signo icônico nas mensagens visuais, tendo como hipótese básica de trabalho, a ideia já tão propalada de que uma imagem pode valer mais do que mil palavras.

1 CONCEITOS OPERACIONAIS BÁSICOS – QUADRO TEÓRICO

Iniciaremos este tópico com algumas considerações sobre semiótica ou semiologia, pois se faz necessário esses pressupostos básicos e imprescindíveis para qualquer reflexão sobre o trabalho com iconicidade desta pesquisa.

Segundo Buysens, (1974), “[...] A semiologia pode definir-se como o estudo dos

² Apêndice

³ Funcionários do corpo administrativo de uma Instituição Ensino Superior

processos de comunicação, isto é dos meios utilizados para influenciar outrem e como tais reconhecido por aquele que queremos influenciar”.

Essa definição de Buysens (1974) deixa claro que as imagens utilizam-se da semiótica para influenciar seu enunciatário.

A mesma linha de pensamento tem a definição de Greimas Courtés (1989).

“Em semiótica visual a imagem é considerada uma unidade de manifestação auto-suficiente, como um todo de significação, capaz de ser submetido à análise”.

Essa afirmação só vem reforçar que a imagem icônica é suficiente para transmitir uma mensagem, sem a necessidade, muitas vezes, de nenhuma manifestação verbal.

Cabe aqui também, para melhor entender a teoria da comunicação não verbal, explicitar o conceito de **signo**.

Segundo Greimas (1989)

Signo é uma unidade, do plano da manifestação, constituída pela função semiótica, isto é, pela relação de pressuposição recíproca (ou solidariedade), que se estabelece entre grandezas do plano de expressão (do significante), e do plano de conteúdo (do significado), no momento do ato da linguagem.

Os signos têm caráter icônico e figurativo que se deve a uma relação de dependência entre expressão (imagem) e o conteúdo (conceito), dando abertura para interpretação.

Para Blikstein (1992), o signo icônico não depende tanto do conhecimento do código linguístico, pois a relação entre o significante visual e o significado é tão próximo, tão motivado que a descodificação é imediata, quase instantânea.

Chega-se então à conclusão de que o signo icônico trabalha com a verossimilhança e, quanto mais bem elaborada a figura em relação aos signos icônicos, mais eficiente será a mensagem. Daí a importância da iconicidade.

Tendo em vista esses conceitos chega-se a conclusão de que tanto o enunciador e, também, o enunciatário devem dominar estratégias linguísticas que lhes permitam enfrentar o enunciado, seja ele verbal ou não verbal.

O primeiro utiliza-se elementos persuasivos para chegar até o enunciatário. Já o segundo lança mão da abstração para o entendimento do enunciado, nesse caso, aqui analisado, as imagens de cigarros.

De acordo com Givon (1989),

“Uma experiência codificada é mais fácil de ser armazenada, recuperada e comunicada, se o código for maximamente isomórfico a essa experiência”.

Segundo Greimas (1989), para Pierce, entende-se por ícone um signo definido por sua relação de semelhança com a “realidade” do mundo exterior. A iconicidade parte do plano abstrato para o plano do real, pois ela acontece no nível abstrato de nosso psicológico, já que é

através dos ícones(imagens) que conseguimos fazer a abstração das ideias contidas nos enunciados não verbais.

Antes das análises das imagens, é necessário deixar claro que a **abstração** não depende de qualquer manifestação verbal, ela pode ser feita através das imagens.

Abstração é a capacidade de abstrair partindo do irreal para o real. Sem essa abstração, não há qualquer tipo de linguagem, ela é como uma ponte entre o imaginário e a realidade.

Aqui fica claro mais uma vez a competência leitora dos signos icônicos, já que eles mantêm uma estreita relação com a realidade, podendo então ser abstraídos pelos **enunciatários**, já que, como já foi dito, a iconicidade acontece no nível abstrato do nosso psicológico.

Todos esses conceitos foram apresentados para que a seguir possamos fazer algumas análises de imagens icônicas.

A partir desse arcabouço teórico analisaremos as três imagens relacionadas ao tabagismo, cujas mensagens se expressam pela carga de iconicidade contida em cada uma delas, sem a necessidade de um signo verbal.

2 ANÁLISE DO CORPUS

A imagem, apresentada a seguir, mostra que a linguagem é absolutamente visual, não sendo necessário o uso de nenhuma palavra. Pode se dizer que foi usada a técnica **ganchos frios**, resultando uma imagem simples, porém eficaz pelo grau de aversão que provoca.



Figura 1 - Cigarro acesso substitui perna humana

Fonte: Internet.Google. Cigarros e Tabagismo.

Ao se deparar com essa imagem agressiva, o sujeito sofre impacto por visualizar uma perna humana representando uma ponta de cigarro, a qual remete imediatamente quanto o tabagismo é prejudicial à saúde, uma vez que a mensagem é praticamente instantânea, há o reconhecimento dos males provenientes do cigarro.

Segundo a opinião da informante x, a imagem retrata uma realidade que é de conhecimento de todos, mas ignorada por muitos.

Para estes, fumar é uma mistura de liberdade e prazer; mas ao contrário do que pensam, é uma forma lenta de suicídio, com conseqüências maléficas e dolorosas.

Quem fuma, não consegue perceber o óbvio: sua vida, sua saúde queimando e evaporando como fumaça.

Uma das formas eficientes de gerenciar a produção de imagem é o uso do signo, pois quanto mais habilidosa a construção da imagem, mais eficiente será a mensagem



Figura 2: Cigarros e Tabagismo

Fonte: Internet.Google..

Pode-se notar, na Figura 2, boca humana de lindo formato vermelho, em que se evidencia uma necrose labial, o carvão arredondado faz lembrar a ponta do cigarro sem chama, causador da ferida que destrói a beleza dos lábios carnudos.

Essa interpretação se dá pelo uso do signo que tem caráter icônico e figurativo, ou seja, uma relação entre imagem e conceito, muitas vezes, as imagens sobre produtos têm pouco impacto no sentido de mobilizar o fumante a pensar em parar de fumar e também no de desestimular não fumantes a adquirirem o hábito.

Dessa maneira, essa imagem se apresenta eficaz, já que causa algum tipo de reação emocional negativa, como repulsa ou medo.

De acordo com o informante y, a imagem apresentada, observamos a definição do contorno dos lábios, que aparenta uma mulher jovem, que possui vaidades naturais de mulher, mas que traz estampado nos seus lábios a marca deixada pelo descuido do vício (tabaco), que outrora, essa marca sempre ficara cravado no seu interior, e apenas se manifesta pelo seu hálito, exalando o seu odor e deixando o seu rastro por onde for, assim como deixou a sua marca à mostra.

O ícone tem uma relação de semelhança com a realidade do mundo exterior, ficando comprovado mais uma vez que a iconicidade é, então, o elemento essencial para a construção de mensagem visual.



Figura 3: Cigarros e Tabagismo.

Fonte: Internet.Google.

Através da Figura 3 observa-se que o ícone representado, uma caveira formada pela fumaça do cigarro pode-se abstrair a ideia de perigo e repugnância contida nessa imagem, está disposta de maneira que realmente nos leva a ideia de morte contida no ícone da caveira.

A medida em que a imagem nos permite essa interpretação, sem dúvida, chegamos à conclusão que ela é realmente ameaçadora e evidencia os malefícios que o tabaco provoca no organismo humano.

Para a recepcionista z, num primeiro momento, ao observar a figura, o que se vê é o contorno mórbido de uma caveira e seus chifres, decifrando que o cigarro é perigo iminente, e tal mal que causa fica mais do que comprovado. O fundo preto denota ainda mais o lado fúnebre e a fumaça parece ser o sopro da vida se esvaindo.

CONCLUSÃO

Tivemos aqui a oportunidade de analisar, identificar e pesquisar a iconicidade e sua funcionalidade, e provar como as imagens trabalhadas são altamente carregadas de informações, embora não expressas em palavras.

Ainda que esse trabalho mostre de maneira bastante sucinta o mecanismo da iconicidade, pretendeu-se demonstrar a importância e a habilidade dos ícones na construção das imagens aqui abordadas e que através deles houve a compreensão e interpretação das mesmas.

As análises realizadas por três pessoas sobre as imagens deixam claro que a força do ícone é muito grande e eficaz para que o emissor possa passar a ideia da mensagem ao receptor.

Foi um trabalho muito gratificante, pois percebemos na prática realmente a importância da iconicidade no convencimento sobre o consumidor ao determinado produto, ou não.

Encerramos assim nossas reflexões com o seguinte trecho:

“Em semiótica visual a imagem é considerada como uma unidade de manifestação auto suficiente, como um todo de significado, capaz de ser submetido a análise” (GREIMAS; COUTES)

REFERÊNCIAS

- ABREU, A. S. Iconicidade e descrição gramatical do português. **Letras**, Campinas: PUCCAMP, v.18, p.7-15, 1999.
- GREIMAS, A. J.; COURTÉS, J. **Dicionário da semiótica**. 9.ed. São Paulo: Cultrix, 1989.
- BLIKISTEIN, I. **Técnicas de comunicação escrita**. 20.ed. São Paulo: Ática, 1992.
- BUYSENS, E. **Semiologia, comunicação e lingüística**. 2.ed. São Paulo: Cultrix, 1974.
- PAULA, V. M. C. de. **Manual para elaboração e apresentação de monografias**. Ituverava: FEItuverava, 2005.
- ROLAND, B. **Elementos da semiologia**. 3.ed. São Paulo: Cultrix, 1964.
- SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23.ed.rev.e atual. São Paulo: Cortez, 2007.

APÊNDICES

APÊNDICE - A - Entrevista (Corpo Administrativo da Fundação Educacional de Ituverava).

B1. Qual a primeira impressão da figura abaixo?



A imagem retrata uma realidade que é de conhecimento de todos, mas ignorada por muitos.

Para estes, fumar é uma mistura de liberdade e prazer; mas ao contrário do que pensam, é uma forma lenta de suicídio, com conseqüências maléficas e dolorosas.

Quem fuma, não consegue perceber o óbvio: sua vida, sua saúde queimando e evaporando como fumaça.

*Informante X - Alessandra Pereira do Nascimento
Secretária - Colégio Nossa Senhora do Carmo*

2. Qual a primeira impressão da figura abaixo?



Pela imagem apresentada, observa-se a definição do contorno dos lábios, que aparenta uma mulher jovem, que possui vaidades naturais de mulher, mas que traz estampado nos seus lábios a marca deixada pelo descuido do vício (tabaco), que outrora, essa marca sempre ficara cravado no seu interior, e apenas se manifesta pelo seu hálito, exalando o seu odor e deixando o seu rastro por onde for, assim como deixou a sua marca a mostra.

E com o passar do tempo, lhe mostrará a dor sem amor.

Informante Y - Reinaldo de Almeida
Supervisor de Recursos Humanos - Fundação Educacional de Ituverava

3. Qual a primeira impressão da figura abaixo?



Em primeiro momento, ao observar a figura, o que se vê é o contorno mórbido de uma caveira e seus chifres, decifrando que o cigarro é perigo iminente, e tal mal que causa fica mais do que comprovados. O fundo preto denota ainda mais o lado fúnebre e a fumaça parece ser o sopro da vida se esvaindo.

*Informante Z - Vânia Regina Barbosa Porto Gomiero.
Recepcionista - Fundação Educacional de Ituverava.*