

## Da Pintura Rupestre Ao Uso De Símbolos Na Troca De Mensagens Instantâneas De Celular<sup>1</sup>

Letícia Lisieux Galvão de SOUZA<sup>2</sup>

Gisela MADUREIRA<sup>3</sup>

Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro, RJ

### Resumo

Este trabalho busca analisar a origem das linguagens, a relação entre as imagens rupestres, a iconografia religiosa e os primeiros ícones virtuais para entender a comunicação humana, as mudanças de escrita, das tecnologias de mensagens e a comunicação icônica. Além disso, tem como objetivo mostrar como este tipo de linguagem se configura no mundo real e no ambiente virtual como uma forma de comunicação publicitária.

**Palavra-chave:** linguagem, comunicação icônica, origem dos ícones, *emojis*.

### Introdução

O ser humano sempre utilizou dos mais diversos meios para trocar informações através de símbolos. Porém, com as tecnologias digitais, o modo tradicional de escrita teria ficado obsoleto pela utilização de símbolos como os Emojis.

Este estudo, tem como objetivo de analisar a comunicação icônica ao longo da evolução humana, das pinturas rupestres até os Emojis e questionar se as imagens falam mais do que palavras superadas por símbolos mais modernos e se tal mudança faria o ser humano comunicar-se através de uma linguagem mais clara e universal. Outra questão seria se o significado dos índices permaneceria com o mesmo significado ao se submeter os ícones a situações diversas. Assim, através da semiótica, serão estudados a aplicação do signo na sociedade e como os símbolos seriam percebidos quando há uma redefinição constante dos índices.

A metodologia utilizada para tanto será a pesquisa em livros, artigos científicos, vídeos e mídia convencional, adequados aos assuntos em questão.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Graduada no Curso de Publicidade e Propaganda da UNESA-RJ, e-mail: leticialisieux@hotmail.com<sup>2</sup>

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da UNESA-RJ, e-mail: giselamadureira@estacio.br

Primeiramente será estudada a origem da linguagem humana, através das pinturas nas cavernas. O contexto histórico seguirá para uma breve análise da iconografia da Igreja medieval como forma de comunicação, para chegar aos primeiros ícones virtuais. Para tanto serão analisados os trabalhos de autores como Santaella, Chauí, Briggs e Burke, Gondim, Souza, Machado, Harari, Martino, entre outros. Dentro da contextualização teórica, serão valiosas as teorias de Bertomeu, Jenkins, Lévy e Brito sobre as mudanças da comunicação até a era digital, do início das mensagens instantâneas e da síntese através da criação de símbolos através do teclado. Por último, será investigada a origem dos Emojis como exemplo de comunicação icônica da atualidade e como eles sobrevivem fora do ambiente virtual. Para tanto serão valiosos autores como Schnoebeln e Fonte & Caiado. Desse modo, o pressuposto será o de que a linguagem icônica ganha força de forma a adaptar-se aos novos meios e novas necessidades de comunicação.

Este trabalho destina-se a estudantes de Comunicação e de outras áreas das Ciências Humanas que almejam compreender a comunicação icônica desde as cavernas até a atualidade.

### **A origem da linguagem e semiótica nas cavernas**

O ser humano tem a capacidade física para gerar linguagem, de se comunicar com outros da mesma espécie e interagir com o mundo a sua volta de alguma maneira, mas é somente com o convívio em sociedade que ele se torna capaz de aprender o sistema de símbolos ou de sinais para estabelecer uma comunicação com seus semelhantes.

Na abertura da sua obra *Política*, Aristóteles afirma que somente o homem é um “animal político”, isto é, social e cívico, porque somente ele é dotado de linguagem. Os outros animais, escreve Aristóteles, possuem voz (*phone*) e com ela exprimem dor e prazer, mas o homem possui a palavra (*logos*) e, com ela, exprime o bom e o mau, o justo e o injusto. Expressar e possuir em comum esses valores é o que torna possível a vida social e política e, dela, somente os homens são capazes (CHAUÍ, 2000, p.172).

A língua é uma composição de signos e símbolos que ocorrem através de fatos culturais, de as condições históricas, econômicas, geográficas e políticas. Desta forma, pode-se dizer que a língua é uma necessidade interna para transmissão de experiências através de discursos com significado. CHAUÍ destaca, "a linguagem é um sistema de signos ou sinais usados para indicar coisas, para a comunicação entre pessoas e para a expressão de ideias, valores e sentimentos". (CHAUÍ, 2000, p.177)

Existem muitas possibilidades de estudos de comunicação, mas quando se trata de representações icônicas, os estudos semióticos avaliam a mensagem que está além do

cenário imediato. A semiótica funciona como um mapa lógico que traça caminhos através das análises dos signos. A ideia é que uma mensagem pode ter inúmeras decodificações, e de que o sistema de comunicação esteja sujeito a diversas interpretações baseada no conhecimento de cada indivíduo.

Na visão de PEIRCE, a semiótica tem como premissa a lógica guiar as diferentes operações entre signo, objeto e interpretante, para possibilitar a diferenciação de signos a partir de tricotomias. Dentre os conceitos que embasam a sua teoria, destacam-se: ícone, índice e símbolo. Na mesma linha, Ícone é o modo como o signo se representa, sua forma. Índice é o que o signo representa, seu sentido. Símbolo é a associação entre a forma e o sentido, seu significado.

Teorias apontam que o modo encontrado pelo homem primitivo de desenvolver linguagem teria sido através das pinturas feitas com tintas naturais nas paredes das cavernas. A comunicação através das artes rupestres partilha informações sobre o habitat e carrega consigo a vivência do emissor a respeito do mundo, rituais religiosos, lutas e a história dos seus antepassados. Sob o olhar semiótico, as pinturas são ícones, signos que representam algo ligado diretamente ao momento em que foram representadas como caças, animais, rituais sexuais. Logo, o desenho é o signo que representa um animal, mas não é um animal, é uma interpretação do homem primitivo.

O ícone é a representação imediata do objeto representado no tempo. Não existe ícone do passado ou do futuro que possa levar esse nome, porque o ícone está sempre vinculado ao momento da representação. O ícone congela o tempo do significado. Quando se olha fotografias antigas, o tempo do ícone se mistura com o tempo presente, geralmente provocando alguma reação em quem está olhando. (MARTINO, 2010, p.114)

GONDIM também afirma que, as figuras pintadas ou gravadas que não podem ser decodificadas pelos estudos, são consideradas meros grafismos, pois não é possível identificar seus índices. Deste modo, fica claro que trata-se de manifestações primárias de comunicação e uma análise subjetiva torna-se inviável, fora do contexto histórico em que foram pintadas. Vale mencionar que a escola semiótica apresenta teorias que auxiliam na compreensão dos signos e por consequência sua decodificação.

### **O poder da igreja através dos ícones**

O homem diante da natureza tem a necessidade de fabricar explicações sobre a morte, a chuva, a dor, o bem e o mal. Duas maneiras para explicação desses fenômenos eram a região

e os mitos. Segundo SOUZA, o limite entre os dois é muito difícil de perceber. De um modo geral, a religião e o mito se complementam na tentativa de buscar a resposta sobre o que acontece no mundo que circunda o homem. Em síntese, a religião, ou a crença em algo, está presente em todos os grupos sociais. Isso não quer dizer que todas as pessoas sejam religiosas, mas quer dizer que não existe sociedade que não possua algum tipo de crença e rituais.

Entre os séculos I e VIII, imagens, em especial estátuas, os santos, entidades e pinturas em vitrais eram formas de comunicação e propagação da religião. Assim, sob o olhar da semiótica, todos esses meios ilustravam a história das figuras celestes para aqueles que não sabiam ler são consideradas ícones. Os símbolos sagrados eram de importantes para a sociedade.

Cada ícone religioso possui um índice diferente, pois cada um representa uma santidade diferente. BRIGGS e BURKE relatam que algumas dessas imagens de santos, principalmente xilogravuras, ilustravam um halo e/ou uma pomba acima das cabeças para representar a presença do Espírito Santo. As pinturas em vitrais, vidros decorados das janelas das igrejas, relatavam história sobre a criação do mundo, os mistérios da religião, os bons e maus exemplos. Muitas dessas representações se tornaram universais já que, em tese, a religião é considerada uma das maiores forças unificadoras da humanidade.

No entanto, GONDIM salienta que os signos só têm representatividade para aqueles inseridos na cultura em que os símbolos pertencem e que podem mudar segundo as culturas. Assim, o que representa algo para uma pessoa, pode não representar nada para outra. Por essa razão, as cruzadas geraram incompreensão entre a religião e as crenças.

Em ambas as crenças, a arte religiosa tem a função de transmitir mensagens. Desse modo, compreende-se o ícone não apenas como arte decorativa, mas como meio de comunicação entre o homem e os dogmas da religião, e a importância do estudo dos signos, através da escola semiótica, para a decodificação das mensagens.

### **Computadores e ícones virtuais**

Em benefício da comunicação, foram desenvolvidas tecnologias que permitiram ao homem estar em vários lugares ao mesmo tempo e que sua mensagem chegasse a todos os cantos do mundo através do telégrafo, rádio e da televisão. As primeiras máquinas digitais eram complexas e, para utilizá-las, era necessário conhecimento sobre linguagem de programação ou memorizar comandos escritos para executar as ações virtuais, limitando a usabilidade. Logo, o uso da ferramenta era difícil. LÉVY enfatiza que, com a complicação

do mundo virtual, um novo tipo de forma surge, o signo, com sentidos complexos que não existiam no mundo animal. Em 1984, o lançamento do primeiro Macintosh da Apple, com interface gráfica intuitiva, possibilitou que o conteúdo não fosse apenas texto em uma tela preta e letras verdes, e sim, ícones e imagens amigáveis.

Desta forma, os símbolos foram introduzidos no mundo virtual. O usuário que não dominasse o sistema operacional, a partir dessa nova interface, era capaz de “navegar” usando o conhecimento dos signos para decifrar os comandos. O usuário passa a fazer conexões com símbolos presentes no mundo real. Por exemplo, na tela inicial aparecia o ícone de uma LATA, com o índice de lixeira. O ambiente virtual se tornou uma representação do mundo físico.

Com a Internet as informações eram divididas em "pacotes de informação" pelo sistema emissor e eram refeitas pelo sistema receptor. Nos anos 90, o homem passou a usar os recursos tecnológicos como extensões de sua própria mente. De acordo com MELLO, o ambiente digital é onde o que não é físico adquire vida e forma. Neste contexto, os "mapas mentais", que são associações de ideias, até então capacidade exclusiva do ser humano, são incorporados ao sistema virtual e geram uma rede integrada.

Com o advento da internet, aprofundou-se a comunicação entre pessoas que estão geograficamente distantes e criou-se um intercâmbio cultural para além do que os outros meios de comunicação poderiam oferecer. Com efeito, a formação de cultura deixa de ser referência da localização geográfica do ser humano. Desse modo, o sistema de signos que compõe as línguas ao redor do mundo também se tornou global, principalmente a dos ícones.

### **Mudança de hábito, da escrita para fala e volta para escrita**

A evolução humana é marcada pelas várias formas que o ser humano encontrou para entender o mundo e introduzir na sociedade. As linguagens, juntamente com a religião, fomentaram a revolução dos hábitos e foram base para um tipo de inteligência coletiva desconhecida até então no mundo animal. O modo mais popular de comunicação era oral até meados do ano 1000, quando a escrita começou a ser difundida dentro das organizações religiosas. Com a invenção da prensa de Gutenberg, em 1450, os livros começaram a ser popularizados, o que possibilitou à forma de comunicação letrada, que utilizava o alfabeto, chegar a todas as partes da Europa e depois ao mundo. Ler deixou de ser um privilégio da alta sociedade e do Clero, e o livro tornou-se um meio de armazenamento e transmissão do conhecimento.

Por muitos anos, um pedaço de papel foi a melhor maneira de garantir que a informação chegasse com segurança e precisão ao destinatário. De acordo com BRIGGS e BURKE, juntamente com um sistema regular de transmissão de mensagens: o sistema postal, assim chamado porque envolvia o estabelecimento de postos com homens e cavalos estacionados ao longo de algumas estradas ou "rotas de correio." As antigas técnicas de aprendizado, que reuniam grupos de pessoas ao ar livre para compartilhar os ensinamentos, seriam remodeladas. No entanto, os registros seriam a memória, o meio de eternizar e propagar as ideias e teorias elaboradas pelos mestres.

Entretanto, a Revolução Industrial transformou os hábitos comunicacionais e trouxe uma nova proposta de comunicação oral, antes a interatividade era face a face e, com o auxílio da tecnologia, pessoas fisicamente distantes dialogavam normalmente e interagiam voz a voz com o advento do telefone, inventado por Alexandre Graham Bell. O homem continuou a propagar o conhecimento adquirido da mesma forma como nos primórdios da oralidade. Porém, os recursos tecnológicos permitiam que ele compartilha-se suas vivências através da voz, mesmo em lugares muito distantes.

No entanto, a mobilidade dessa tecnologia tornou-se uma necessidade, o que resultou na criação de um aparelho portátil. Esses aparelhos atendiam a necessidade do homem de deslocar-se e manter contato com outros indivíduos que possuíssem o mesmo recurso. Em paralelo ao avanço do telefone móvel, iniciou-se a criação dos computadores móveis e, posteriormente, a internet, com transmissão de dados entre dos pontos, foi reconfigurada mais uma vez. No entanto, mesmo com toda a tecnologia para possibilitar outros tipos de comunicação, o homem não deixa que a comunicação oral se perca, como afirma LÉVY,

A persistência da oralidade primária nas sociedades modernas não se deve tanto ao fato de que ainda falemos (o que está relacionado com a oralidade secundária), mas à forma pela qual as representações e os maneios de ser continuam a transmitir-se independentemente dos circuitos da escrita e dos meios de comunicação eletrônicos. (LÉVY, 1993, p.63)

O conteúdo virtual fez com que a comunicação através dos meios digitais fosse híbrida. O homem usa tanto a audição quanto a visão. Assim, escrita e fala ficam interligadas novamente em um único meio de comunicação, e tornam próximos ambientes físicos distantes.

**Início da tecnologia de mensagem (icq/ msn; sms; mms e *smartphones*)**

A troca de informações via internet criou força com o sistema de mensagens instantâneas por ser um meio que possibilitava a troca de textos em tempo real entre pessoas, de lugares extremos do planeta. Os usuários estabelecem diálogos virtuais e fazem dos recursos tecnológicos extensões do seu pensamento. Isso reforça a teoria da aldeia global de McLuhan, ao prever que o homem iria deixar de ser influenciado apenas pela sua sociedade de origem, como acontecia nos primórdios, mas teria "à mão" inúmeras referências de influência, para construir assim um círculo de afinidades com pessoas e culturas distintas, e romper as barreiras físicas. O sistema pioneiro em mensagens instantâneas foi o ICQ, que posteriormente foi substituído pelo MSN Messenger. Ambos tinham como característica a troca de mensagens curtas através da internet. Quando usado para fins pessoais o sistema era considerado um meio de entretenimento.

Os celulares ampliam as possibilidades de comunicação para além da oralidade, uniram várias tecnologias em um só aparelho. O SMS permitia que os usuários enviassem mensagens em até 180 caracteres e o MMS, para além dos 180 caracteres, possibilitou o envio de conteúdo multimídia como: áudio, imagem e vídeos. A disseminação da internet criou recursos mais dinâmicos para o indivíduo que tem necessidade de se manter conectado a todo o momento. Os *smartphones* (telefones inteligentes) com acesso à internet funcionam como uma janela para todos os cantos do mundo, por eliminarem as fronteiras físicas e as informações são rapidamente transmitidas, mundo está na palma da mão.

As telas coloridas e ícones que facilitam a compreensão dos comandos também colaboram com a popularização dessa nova tecnologia entre pessoas de todas as idades. Para SATO, "o lançamento do iPhone da Apple, com sua tela *touchscreen*, promoveu uma proposta de interação com o usuário por meio da ponta dos dedos."(SATO,2011, p. 65) A experiência com a interface mais amigável e intuitiva mudou o conceito de comunicação icônica, pois todos os recursos disponíveis no aparelho eram identificados através de ícones. Os símbolos utilizados para identificação tornaram-se populares no ambiente tecnológico, que passam a fazer parte também da comunicação em outros ambientes que não só o virtual.

### **Junção de ícones para formar um símbolo**

O advento da Internet e da troca de mensagens instantâneas via SMS ou chat online propiciou novas práticas comunicativas que, segundo BENEDITO, são guiadas pela intuição e pela necessidade de expressar além do texto. Assim, proporcionam meios de transmitir a



emoção com as devidas entonações e agregam informações ao texto que, até então, não conseguiam ser expressadas com tanta precisão através da comunicação escrita.

O uso do SMS limitou a mensagem a 180 caracteres o que gerou a necessidade de abreviação das palavras e formas de expressão de maneiras que não são gramaticalmente corretas. Por exemplo, internet para "net", beijos por "bjs", você por "vc", toda a forma de otimização dos caracteres é válida na linguagem virtual.

Vale ressaltar que a comunicação interpessoal física, a comunicação realizada por duas pessoas no mesmo espaço físico, é composta de recursos não verbais que ajudam a decodificar as emoções do emissor e influenciam no sentido da mensagem. Com a limitação de caracteres, um dos recursos encontrados para expressar esses sentimentos e entonações da oralidade sem comprometer a transmissão da mensagem, devido a distância entre os indivíduos, foi a combinação de sinais do teclado, até então usados com outras finalidades, para ilustrar as diversas ocasiões. Essas combinações de sinais são conhecidas como *Emoticon*.

O uso do MSN Messenger aperfeiçoou a linguagem virtual. O aumento do limite de caracteres possibilitou que as mensagens fossem maiores e ampliou as formas de preencher as lacunas entre a comunicação verbal e escrita com desenhos que reproduziam as expressões humanas (\*\_\*), símbolos (☺), onomatopeias como ronc, miau, quá e a variação do uso de letras maiúsculas para simular alteração no tom de voz (EI, DA PARA PARAR?), negrito ou sublinhado para destacar alguma palavra ou parte do texto.

Com o MSN, os *Emoticons* evoluíram de apenas combinação de sinais para imagens ou ícones mais completos e simples de decodificar que a junção dos sinais. Como pode-se notar, os sinais servem como atalhos para os *Emoticons*, ou seja, para representar as emoções do usuário. O recurso tornou-se uma característica na linguagem digital e sobreviveu mesmo com o fim do programa de comunicação instantânea o MSN Messenger. Assim, os *Emoticons*, as carinhas amarelas que representam os sentimentos e emoções dos usuários, estão presentes em outras redes sociais.

### **O que são os *Emojis***

Todos esses recursos para reproduzir a espontaneidade, instantaneidade, interação sincronizada e a velocidade das expressões orais são conhecidos como elementos do vocabulário "internetês" ou *Netspeak*. Dentre eles, destaca-se o *Emoji*, que são ícones japoneses utilizados no mundo virtual, principalmente em *smartphones*, em chats e e-mails



para representar rostos, tempo, veículos, edifícios, comemorações, comidas e bebidas, sentimentos e atividades, ou seja, servem como ferramenta para ampliar a comunicação. A palavra *Emojis* é a tradução de um pictograma que significa e = imagem + mó = escrita + ji = caractere escrita através de imagens.

Shigetaka Kurita, em 1990, desenvolveu os conceitos dos primeiros “*emoticons* orientais” para a empresa de telecomunicações DoComo que visava atender ao público jovem japonês. De acordo com MULLER, atualmente os ícones asiáticos são administrados pela Unicode, uma empresa sem fins lucrativos que tem o propósito de analisar novas propostas de *Emoji*, desenvolver, ampliar e prover um padrão de representação de ícones em softwares. Quando um novo ícone é aprovado, empresas de tecnologia como Google, Apple e Windows desenvolvem a própria versão do ícone. Por isso, o ícone que é enviado, às vezes não é o mesmo a outra pessoa recebe, porque cada empresa tem sua própria ilustração sobre determinado ícone. Através de um número único, cada símbolo é exibido de forma similar independentemente da plataforma que é utilizada. O padrão Unicode é adotado por grandes empresas como Apple, HP, IBM, Microsoft, SAP, entre outros.

O WhatsApp Messenger, criado em 2009 por Brian Acton e Jan Koum, é um aplicativo que possibilita a trocar mensagens através do celular/*smartphone*. FONTE e CAIADO apontam os recursos utilizados pelos novos meios de comunicação virtual, como som, vídeo, imagens e texto como maneiras semióticas de diálogo. Os *Emojis* fazem parte do discurso multimodal, pois contribuem para a comunicação com um pacote de ícones que os usuários instalam em seus aparelhos como opção de teclado e, com isso, podem utilizá-los como complemento do texto em redes. O aplicativo está disponível nas lojas virtuais para todos os sistemas operacionais de *smartphones*: IOS, Android e Windows.

De acordo com BRITO, o uso de imagens torna o texto digital mais interessante e menos cansativo. São importantes não só para a navegação de programas e comunicação entre pessoas de idiomas diferentes e alguns podem ser caracterizados como símbolos universais, por exemplo, um pedaço de pizza. Segundo o autor, os ícones são instrumentos eficazes para manter uma conversa interessante, já que a construção do significado é feita simultaneamente entre ambas as partes. E, ao contrário do que todos pensam, os *Emojis* não substituíram os *Emoticons*. Pode-se chamar de *Emoticon* todos os ícones que descrevem expressões faciais ou posturas corporais, os outros ícones que não transmitem emoção ou atitude são classificados como *Emojis*. Portanto, pode-se dizer que todo o *Emoticon* é um *Emoji*, mas nem todo *Emoji* é um *Emoticon*.

A necessidade de personalizar os ícones deu margem a recursos para o usuário sentir-se melhor representados como tom de pele e bitmojis que permitem a possibilidade de criar um avatar, ou seja, boneco virtual com suas características, com expressões previamente programadas.

### **Comunicações semiótica através dos *Emojis***

Segundo MARTINO, a semiótica é a ciência que estuda a relação entre os signos e significados na elaboração de sentido. As teorias de comunicação que prevê o uso de símbolos pode ser considerada plural, pois a intertextualidade faz com que o indivíduo pense na noção de signo primeiro, para que somente depois analise o que está no texto, as imagens retêm a atenção do leitor. Assim, os ícones devem apresentar características predominantes para que consigam ser associados às expressões humanas correspondentes aos seus índices.

Os diversos significados encontrados para os ícones são consequência da situação e da cultura, cada exemplar tem significado e conta uma história por si só. Quando organizados em uma sequência é possível decodificar um texto sem ter sido pronunciado nenhuma frase. As sentenças elaboradas por ícones demandam um amplo conhecimento da linguagem oral e escrita para que possam ter coerência. Os estudos semióticos também apontam que as pessoas precisam estar inseridas no mesmo contexto social para entenderem da mesma maneira os símbolos. As interpretações são baseadas no que o indivíduo já viveu, na sua bagagem cultural, como afirma MARTINO, "o significado do signo é dado a partir do código ou referência no qual ele está inserido. Um signo pode ter vários significados conforme o código contra o qual é contrastado."

Um exemplo, de variação de significado é observado com o ícone de um homem em que saem raios da cabeça. Quando seguindo o senso comum, poderia ser entendido como a representação de um homem que teve ideias repentinas, está pensativo ou atento a algo que está acontecendo. No entanto, segundo a UNICODE, significa um homem inclinando o troco em reverência. O significado atribuído aos ícones *Emojis*, apesar de alguns aparentemente evidentes, são subjetivos. Cada indivíduo pode interpretar os ícones de maneira diferente. Segundo MARTINO,

Os signos não existem fora das relações sociais, não estão nem fora do tempo nem fora da história. O pensamento e a linguagem estão vinculados ao espaço em que foram produzidos, não são sistemas autônomos de significação como se tivessem vindo do nada. A maternidade do signo está nos seus vínculos com a sociedade onde ele se origina. Os signos acompanham as dinâmicas da sociedade, mas não há nada automático no processo. (MARTINO, 2010, p.123)

O uso frequente da linguagem virtual pela sociedade alimenta questionamentos sobre a mutação da língua e a decadência do modo formal da escrita, como o uso equivocado da gramática com abreviações indevidas. O indivíduo que tem dificuldade para descrever suas emoções, encontram nos ícones japoneses um método para acrescentar às suas frases, a emoção que não consegue expressar em palavras. O sentimento está pronto no teclado e unido a algumas palavras contam uma história. SCHNOEBELN diz que a língua sempre mudou e sempre mudará, a mudança de hábitos gramáticos não retrocede a comunicação. O homem não está mais ignorante com o uso dos símbolos no lugar das tradicionais palavras.

Cada forma de comunicação tem sua validade e complexidade, dependendo dos grupos sociais, do contexto e das necessidades"[...] Ele aponta dois usos muito diferentes para os *Emojis*: agilizar uma conversa entre amigos ou servir de ferramenta para amenizar uma discussão. (TRIVINO, *apud*. CARPANEZ. 2015.)

Os *Emojis* como atalhos encontrados pelo homem que instigam a comunicação e fazem com que a mente esteja sempre em um ciclo semiótico. Quando o indivíduo busca dentre todos os ícones disponíveis aquele que assemelha-se com o sentimento, objeto, ação, animal ou forma que deseja-se transmitir, ele está, na verdade, codificando em ícones pictográficos o que seria descrito em palavras ou gestos. Quando a mensagem é recebida, é necessário analisar o contexto em que os signos foram empregados, ou seja, o que a outra pessoa quis dizer quando escolheu aquele *Emoji* em meio a tantos outros para que a interpretação seja realizada de forma coerente. Em todo esse processo a mente é exercitada intensamente.

Os ícones do estilo japonês ganharam tal proporção que são usados não só no ambiente virtual. Fora das redes sociais, os símbolos garantiram seu espaço como códigos a 25 anos.

### ***Emojis sobrevivem ao ambiente offline, os ícones no espaço não virtual***

A comunicação icônica tornou-se uma hipermídia, está presente em as linguagens escritas, desde os primórdios com a pintura rupestre até o *Emoji*. O indivíduo utiliza ícones para expressar, relatar, propagar e exemplificar suas experiências. As novas tecnologias ampliaram a quantidade de símbolos existentes e reformularam a visão do homem com o mundo, desenvolvem novos imaginários e, ao mesmo tempo, redefinem conceitos. A rede semântica de significados dos ícones evoluiu com a humanidade e, o que antes tinha um significado, passa a ter outro com o tempo. Por exemplo, uma ilustração feita pelo homem

primitivo na pedra, que representaria um objeto similar a uma faca, no contexto histórico servia para proteção e sobrevivência. Hoje uma ilustração similar enviada pelo WhatsApp tem significado diferente, representa violência e/ou maldade. O homem mudou e os significados de seus símbolos evoluíram junto com ele. Hoje um ícone não necessariamente representa o seu significado literal.

Nesse contexto, o homem transformou o virtual em realidade material, os *Emojis* ganharam espaço no mundo real, no comércio, no esporte, na televisão e, principalmente, na publicidade de grandes corporações. No esporte, uma ação da Associação Feminina de Tênis, a WTA (sigla em inglês), reuniu tenistas do mundo que imitaram as expressões dos *Emojis* mais populares. É possível encontrar também almofadas, objetos de decoração, blusas, doces sobre *Emoji* e tatuagens. Além do significado que cada ícone possui por si só, agora agregados aos outros objetos eles passam a representar não só um momento, uma emoção, mas ajudam a construir personalidade.

Na publicidade, a primeira empresa no Brasil a fazer alusão aos ícones japoneses foi a empresa de telefonia TIM. O diálogo encenado em um de seus vídeos publicitários, mostra claramente a diferença entre o uso do ícone e quando ele é descrito literalmente. MARTINO afirma que não é possível descrever com palavras um símbolo ou uma imagem e obter o mesmo efeito. Deste modo, fica claro que as empresas de telecomunicações assimilaram as transformações no modo de comunicação e para vender seus serviços estão adequando os pacotes aos conceitos de comunicação virtual.

O banco Itaú foi além da referência aos ícones. A empresa utilizou os *Emojis* para ilustrar as situações do cotidiano e propagar a ideia que o Itaú foi feito para o consumidor no mundo digital, ou seja, o banco percebeu a mudança de hábito do seu consumidor e procurou fidelizar os clientes mostrando que ele está adaptado às novas rotinas e linguagens. Ao todo, 15 vídeos retratam perfis diferentes de clientes e todos usam a mesma linguagem de *Emojis*. O banco trabalhou com outdoors, anúncios de revista e mobiliários urbanos e até nas redes sociais. Facebook, Twitter e site também interagem com os usuários através dos ícones.

Por fim, fica claro que a comunicação mudou. Os símbolos, ao longo da história humana, tiveram sua importância e seus momentos de "glória" e, dado o cenário tecnológico, voltaram a exercer posição de destaque na comunicação, além de exercerem influência no processo comunicativo.

E conforme JENKINS ressalta, os meios de comunicação são sistemas culturais e que alguns métodos de comunicação entram em desuso. Contudo, os meios persistem e a

informação fica cada vez mais complexa, ou seja, assim como o MSN e o SMS (que já entraram em desuso), o WhatsApp e os *Emojis* são métodos de comunicação e é possível que daqui a alguns anos eles estejam obsoletos. Porém, a comunicação oral e escrita estarão sempre permeando os meios de comunicação e adquirindo novas formas. A linguagem evolui assim como o homem, e como toda evolução algumas perdas são necessárias. No entanto, a cada dia ficam mais complexas a fim de atender a demanda da sociedade.

### **Considerações Finais**

A partir dos pressupostos levantados, pode-se concluir que, o homem tem necessidade de transmitir experiências através de discursos com significado e que a semiótica funciona como um mapa lógico que conduz o pensamento humano a diversas interpretações baseada no conhecimento individual sobre os signos que compõem o sistema de códigos.

O ser humano utiliza ícones para expressar, relatar, propagar e exemplificar suas experiências, porém, mesmo que auxiliem a comunicação escrita não a substituem. No entanto, a rede semântica muda de acordo com o momento, as circunstâncias e as tecnologias empregadas. Assim, são diferentes a pintura rupestre, a iconografia religiosa medieval e a iconografia virtual dos Emojis, três momentos estudados neste trabalho. Porém todos têm significado a partir da ótica do observador e dependem da vivência para terem um índice.

Desse modo, pode-se concluir que mesmo com a globalização, os ícones virtuais não se tornam linguagem universal por não serem compreendidos da mesma forma, mas conforme seus índices são combinados com o contexto da mensagem e as referências culturais.

Os Emojis são recursos linguísticos capazes de manter uma conversa, pois a construção do significado é mútua entre emissores e receptores, mas não substituem a comunicação oral ou mesmo escrita, bem mais complexas. Entretanto, refletem o modo de comunicação de uma época, talvez estranho para gerações anteriores.

A pesquisa demonstrou que o signo tem aplicações sociais distintas que propiciam experiências distintas desde as cavernas até os Emojis utilizados em comunicação virtual. Portanto, os ícones são capazes de propagar informações independentemente do canal e da época em que são utilizados.

O ser humano adapta-se ao meio e sua necessidade de estar presente em vários momentos e em vários lugares derruba barreiras físicas à comunicação. Assim, quando utilizados de forma consciente, os ícones aumentam as possibilidades de transmissão de

informações. Além disso, apesar das mudanças constantes, os meios não se eliminam se completam, e a comunicação oral e escrita permeiam os meios com novas formas.

Longe de esgotar as possibilidades de estudo sobre os ícones virtuais da sociedade contemporânea, este trabalho busca instigar futuras pesquisas com objetivo de analisar outras tendências comunicacionais, uma vez que as possibilidades são inúmeras e sempre cheias de novos significados.

## Referências

BENEDITO, J. **Dicionário da internet do telemóvel**. Centro Atlântico Ltda., 2003. Disponível em: <<http://www.centroatlantico.pt/titulos/solucoes/imagens/excerto-ca-dic-internet-e-telemovel.pdf>>. Acesso em: 08 de maio de 2015, 15:40:10.

BRIGGS, A.; BURKE, P. **Uma história social da mídia**. Rio de Janeiro, Ed. Zahar, 2006.

BRITO, A. **O discurso da afetividade e a linguagem dos emoticons**. [s.l]: Letra Magna, 2008. Disponível em: <[http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos\\_teses/LinguaEspanhola/artigo\\_s/art\\_audrey\\_brito.pdf](http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos_teses/LinguaEspanhola/artigo_s/art_audrey_brito.pdf)>. Acesso em: 30 de maio de 2015, 09:11:20.

CARPANEZ, J. **Quer que desenhe?** Disponível em: <<http://tab.uol.com.br/emoji/>>. Acesso em: 16 de maio de 2015, 17:10:00.

CHAUÍ, M.. **Convite à Filosofia**. São Paulo.Ed. Ática. 2000.

FRONZONI, R; CAIADO, R. **Práticas discursivas multimodais no WhatsApp: uma análise verbo-visual**. [s.l]: Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo, 2014. Disponível em: <<http://www.upf.edu.br/seer/index.php/rd/article/view/4147/3089>>. Acesso em: 14 de maio de 2015, 16:33:55.

GONDIM, C. G. **Pintura rupestre: Representação da imaginação do homem primitivo**. [s.l]: Revista Temática, 2012. Disponível em: <[http://www.insite.pro.br/2012/Abril/pinturas\\_rupestres\\_homem.pdf](http://www.insite.pro.br/2012/Abril/pinturas_rupestres_homem.pdf)>. Acesso em: 04 abr. 2015, 08:45:22.

HARARI, Y.N. **Sapiens: Uma breve história da humanidade**. Porto Alegre, RS: L&PM, 1. ed. 2005.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo. Aleph.2008.

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência: O Futuro do Pensamento na Era da Informática** Disponível em: < <http://pt.scribd.com/doc/17394163/As-Tecnologias-da-Inteligencia#scribd> >. Acesso em: 13 maio. 2015, 10:15:00

LÉVY, P. **O ciberespaço como um passo metaevolutivo**. Porto Alegre: Revista FAMECOS, 2000. Disponível em: <

<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewArticle/3081> >. Acesso em: 22 abr. 2015, 22:13:34.

MACHADO, I. **O ponto de vista semiótico.** [s.l]:[s.e],[s.d] In: <[http://www.academia.edu/4216947/O\\_ponto\\_de\\_vista\\_semi%C3%B3tico](http://www.academia.edu/4216947/O_ponto_de_vista_semi%C3%B3tico)>. Acesso em: 04 abr. 2015, 14:10:33.

MARTINO, L.C. O ponto de vista semiótico. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C; FRANÇA, V. V. (Orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências.** 9 ed. Petrópolis, Vozes, 2010

MELLO, P.C.B. Criação virtual e multimídia. In: BERTOMEU, J. V. C (Orgs.). **Criação virtual e multimídia.** [s.l], Ed. Cengage. 2009.

MULLER, L. **Nova versão do Unicode vai deixar significado de emojis mais claros.** TecMundo, 18 mai 2015 - 13h 32. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/internet/80049-nova-versao-unicode-deixar-significado-emojis-claros.htm>>. Acesso em: 26 de maio de 2015, 12:00:00.

SANTAELLA, L. **Semiótica Aplicada.** São Paulo: Ed Thompson Learning, 2002.

SANTAELLA, L. **Transmutações da escrita em suporte digital.** Santa Cruz do Sul: Revista Signo, 2012. Disponível em: <<http://online.unisc.br/seer/index.php/signo/index>> Acesso em: 27 abr. 2015, 21:10:29.

SATO, S. K. **A estética publicitária da inovação smartphones e tablets.** [s.l]: Revista Pensamento & Realidade, 2011. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/pensamentorealidade/article/view/8078>>. Acesso em: 12 de maio de 2015, 10:11:00.

SOUZA, S. M. R. **Um outro olhar: Filosofia.** São Paulo: FTD, 1995.

UNICODE. **Projecto de Relatório Técnico Unicode # 51.** Tradução própria Texto original. Disponível em: <[http://www.unicode.org/reports/tr51/#Emoji\\_Candidates](http://www.unicode.org/reports/tr51/#Emoji_Candidates)>. Acesso em: 26 de maio de 2015, 17:32:44.