

A importância da iconografia e dos pictogramas na comunicação do dia-a-dia¹

Fernando Alexandre Araújo de Oliveira²

Gabriela Barbalho³

Luiza Gameiro dos Santos⁴

Marcos Vinícius Santos de Sousa⁵

Priscilla Kimie Urushima de Azevedo⁶

Fabian Ubarana⁷

Universidade Potiguar, Natal, RN

RESUMO

A informação de maneira imagética, na história da comunicação humana, tem se mostrado eficiente e poderosa, principalmente pelo fato de gerar um rápida interpretação, assim, não fica difícil de acreditar que a assimilação por imagem é algo inerente aos seres humanos. O Design de Informação tem função de sintetizar contextos e torná-los informações assertivas, para isso, recorre-se ao apelo visual. A comunicação visual tem um caráter funcional, estratégico, cognitivo e educativo, podendo ser uma rica fonte para análise e discussão da semiótica quando aplicada a cidadania e a tecnologia. O presente artigo discute a importância do que é a linguagem visual e apresenta como produto um filme de animação desenvolvido pelos estudantes de Design Gráfico da Universidade Potiguar.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação, Pictogramas, Ícones, Linguagem Visual, Design Gráfico.

1 INTRODUÇÃO

Todos os seres que vivem coletivamente precisaram encontrar uma forma de se comunicar com seus companheiros, seja para a localização dos membros do grupo numa determinada área, seja para avisar um perigo iminente ou para demonstrar sentimentos, entre outros. No estudo da história dos seres humanos, sabemos que diferentes formas de comunicação foram desenvolvidas com o passar do tempo.

Acredita-se que existiu um código sonoro entre os primeiros homínídeos e que eles identificavam rastros de outros animais através de cheiros e sinais, como pegadas. Com a descoberta da pigmentação, passaram a registrar fatos cotidianos nas paredes rochosas de

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria VI - Rádio, TV e Internet, Modalidade RT 05 Produção Audiovisual para mídias digitais (avulso ou seriado).

² Aluno graduado do Curso de Design Gráfico, email: fernandoara21@gmail.com

³ Aluno graduado do Curso de Design Gráfico, email: gabrielabarbalho@gmail.com

⁴ Aluno graduado do Curso de Design Gráfico, email: luizagameiro@hotmail.com

⁵ Aluno graduado do Curso de Design Gráfico, email: marcos.zabumba13@hotmail.com

⁶ Aluno líder do grupo e graduado do Curso de Design Gráfico, email: priskimie@gmail.com

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Design Gráfico, email: fabianubarana@unp.br

grutas e cavernas e assim evoluiu a comunicação gráfica, com a escrita cuneiforme, os hieróglifos, até o alfabeto romano que conhecemos hoje. Apesar dos diversos idiomas falados no mundo todo e de suas respectivas representações verbais, como o chinês, o árabe, o alemão, o inglês, ainda podemos encontrar um ponto em comum entre eles, o registro figurativo das ideias no uso de ícones e pictogramas.

Frutiger (2007, p.88) afirma que “os pictogramas são a origem de todas as escritas resultantes de um desenvolvimento natural”. Dondis (2007, p.18,19) acredita num “alfabetismo visual”, uma vez que existe “um sistema visual, perceptivo e básico, que é comum a todos os seres humanos” e que nós “apreendemos a informação visual de muitas maneiras. A percepção e as forças sinestésicas, de natureza psicológica, são de importância fundamental para o processo visual”. Ele ainda afirma que existem diretrizes para a construção de composições visuais, chamadas de “Sintaxe da linguagem”, que podem ser usadas para criação de mensagens mais claras e de melhor compreensão.

O nosso objeto de estudo é a linguagem não verbal na forma de ícones e pictogramas. A pesquisa tem caráter bibliográfico, tomando como base os conceitos de Donis A. Dondis e Adrian Frutiger sobre a linguagem visual e os sinais gráficos de linguagem. A forma representativa na transmissão de informação através do uso de imagens sempre se mostrou eficiente na história da humanidade. O objetivo é demonstrar a importância do Design de informação como um desdobramento do design gráfico e o poder da informação associada à linguagem não verbal na transmissão de mensagens concisas e de rápida interpretação pelo leitor, de informações no dia-a-dia.

2 OBJETIVO

Este projeto tem como objetivo apresentar a importância da comunicação não verbal e como o designer pode contribuir para o desenvolvimento de peças com melhor legibilidade. Para isso, foi desenvolvido um pequeno filme de animação com o intuito de apresentar, de forma divertida e alegre, a importância da boa leitura e compreensão dos ícones e pictogramas do sistema de sinalização e as consequências a falta de atenção ou incompreensão dos sinais gráficos.

3 JUSTIFICATIVA

Os sistemas de sinalização tem por objetivo “produzir uma reação imediata no observador” (Frutiger, 2007, p. 315). A sinalização precisa se destacar no ambiente, uma

vez que a informação contida nela é essencial para seus leitores, por isso ela se torna praticamente inevitável no ambiente visual.

Segundo Frutiger (2007, p. 315), os sinais se tornaram os principais elementos da época moderna. O homem se desloca com maior velocidade e nossas reações devem ser rápidas e ágeis, quase sem pensar e só estabelecendo relações. Um dos maiores exemplos de sinais que afetam as percepções é os de trânsito, devido a sua importância contra o caos dos veículos.

A sinalização geralmente possui uma área restrita para transmitir a mensagem, por isso deve ser concisa e precisa. E para poder atingir um maior número de pessoas, um sistema de códigos foi desenvolvido, para que a informação seja transmitida, sem necessitar de um conhecimento prévio. Faz parte desse sistema as formas das placas, as cores utilizadas e o uso de pictogramas.

Duas razões são apresentadas por Frutiger (2007, p. 318), como responsáveis pelo uso cada vez maior dos pictogramas nos sinais direcionais e informativos. A primeira consiste na limitação necessária da dimensão das placas. E a outra, é a própria linguagem. Seria inviável para os motoristas que cruzam fronteiras, por exemplo, terem que se deparar com placas políglotas e cheias textos.

Crescemos com figuras, imagens e esquemas elementares, marcados e gravados em nosso subconsciente, que constantemente influenciam no nosso horizonte e nossa imaginação, afirma Frutiger, (2007, p. 04). Esta concepção faz com que a ordem seja estabelecida e fique mais fácil entender o caos. O uso de elementos, como os sinais e pictogramas, facilita o entendimento, diminuindo o caos e fazendo com que a ordem, que é de certa maneira parte do homem, prevaleça.

A sinalização tem como objetivo maior comunicar, mas, além disso, produzir e proporcionar uma reação imediata ao seu observador. Devido a essa necessidade de transmissão imediata das mensagens, é que esses elementos de ordem, devem ser utilizados na sinalização. Por isso tamanha importância dos símbolos e ícones na comunicação.

Em 1920 iniciou-se um movimento que se propunha a desenvolver uma “língua mundial sem palavras”, que “continuou durante os anos 1940 e ainda hoje tem influências importantes” (Meggs, 2009, p. 423). O primeiro organizador desse sistema de símbolos foi o sociólogo Otto Neurath (1882-1945), que havia sido sensibilizado, a partir do contato com afrescos egípcios, diagramas e ilustrações, pela forma como “as ideias e os fatos podiam ser transmitidos por meios visuais” (Meggs, 2009, p. 423).

A partir das mudanças sociais e econômicas pós Primeira Guerra, Meggs (2009) cita que Neurath percebeu a demanda por uma comunicação mais clara, que permitisse o público compreender importantes problemas sociais da época. Para isso, foi desenvolvido um sistema de pictogramas elementares, desprovidos de qualidades decorativas e totalmente funcionais, para apresentar dados complexos, principalmente estatísticos.

Esse sistema ficou originalmente conhecido como Método de Viena e após 1934 passou a se chamar Isotype (International System of Typographic Picture Education; Sistema Internacional de Educação pela Imagem Tipográfica). O processo de desenvolvimento dos pictogramas acontecia a partir de uma “Equipe de Transformação”, responsável por converter dados verbais e numéricos numa espécie de leiaute, que era entregue a artistas gráficos que desenvolviam os símbolos gráficos. “O sistema Isotype seria a forma de comunicar, para um público não especializado, os conceitos complexos das ciências” (Lima, 2008, p. 37).

De acordo com Lima (2008, p. 40), o sistema Isotype era composto por “signos” que poderiam ser modificados de acordo com o contexto da informação a ser descrita. Os símbolos pictográficos deveriam ser autoexplicativos, extremamente sintéticos e sem muitos detalhes. Sua confecção deveria seguir algumas convenções propostas por Neurath como por exemplo:

- “1. Um signo ou símbolo deve ser usado para representar certa quantidade de coisas, e um número maior de símbolos para um número maior de coisas. (um problema surge aqui quando frações precisam ser representadas.)
2. Os símbolos devem ser do mesmo tamanho e devem ser espacejados igualmente; alguns símbolos básicos podem ser combinados.
3. Em circunstâncias normais a escala de tempo de um gráfico deve ser demonstrada em um eixo vertical, e as quantidades e somas na horizontal. Gráficos devem ser lidos de cima para baixo, e da esquerda para a direita, preservando o movimento natural dos olhos na leitura de prosa.
4. Perspectiva não deve ser utilizada. Quando coisas precisam ser representadas em três dimensões então modelos ou desenhos isométricos devem ser usados.” (Lima, 2008, p. 40-41)

Meggs (2009) apresenta que o grupo Isotype contribuiu de forma significativa para a comunicação visual com formalização de uma linguagem pictográfica, através de um sistema de conexão de imagens para criação de uma estrutura ordenada e significativa e o desenho de pictogramas simplificados, impactando o design gráfico pós Segunda Guerra com “pesquisas para o desenvolvimento de sistemas de linguagem universal e o uso generalizado de pictogramas em sistemas de sinalização e informação” (p. 424).

O Design Gráfico possui três funções básicas, de acordo com Hollis (2001): Identificar; Informar e Instruir; Apresentar e promover, ou seja, dizer o que determinada coisa é, qual a sua relação com outras coisas e divulgá-la para que outros a conheçam e se interessem por ela. A principal atribuição do designer é compor mensagens visuais que estejam “numa linguagem que o público alvo reconheça e entenda” (Hollis, 2001, p. 2).

O design da informação tem o papel de selecionar, organizar e apresentar a informação ao público de forma eficiente e com exatidão na sua representação e os símbolos gráficos, em relação as mensagens escritas, tem a vantagem de serem uma linguagem livre e suficiente para tornar uma informação acessível, mesmo sem o conhecimento da língua local.

A partir desse panorama, percebeu-se a necessidade de incentivar e conscientizar as pessoas a interpretarem e compreenderem os sistemas de sinalização, mostrando de imagem também se lê e precisa ser clara na mensagem que deve transmitir. Para demonstrar as consequências da falta de atenção com os sistemas de sinalização, foi desenvolvido um curta de animação, cujo cliente fictício é o Governo Federal, no qual pessoas enfrentam situações de risco que poderiam ter sido evitadas se estivessem mais atentas as sinalizações.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O processo de construção do curta de animação começou com o roteiro, no qual foi decidido quem seriam as personagens e por quais situações elas passariam. Nesse momento, também foi possível decidir como seriam usadas as vozes e os movimentos de câmera. O próximo passo foi o desenho dos *storyboard*, através do qual foi possível testar se a sequência do roteiro era interessante e como seria a apresentação das cenas.

Buscamos algumas referências visuais (ver anexo) para trabalhar o conceito do filme no teatro de papel, no qual todo o cenário é desenhado em duas dimensões, mas a disposição das lâminas que compõem o cenário criam a sensação de profundidade aos elementos. Outra referência importante foi o projeto “Dumb ways to die”, uma animação educativa criada para o Metro da Austrália, ensinando comportamentos que devem ser tomados próximos aos trens. Nossa estética foi inspirada no Flat Design, e nas cores pastéis e nos ícones do projeto “The Noum Project”.

Antes de iniciar o processo de animação e arte final das personagens e cenários, o grupo realizou pequenos testes de animação com uma técnica chamada *animatic*, na qual

utiliza-se um rascunho de animação para testar os movimentos das personagens, da câmera e cronometrar o tempo de cena. A animação foi feita com o *software After Effects*.

Com os tempos de cena acertados, passou-se para a construção de cenário e personagens. O desenho foi feito com o *software Illustrator*, a partir das referências do *storyboard*. Os elementos foram então passados para o *After Effects*, para que as animações de movimentos pudessem ser definidas. O título do filme, no início do vídeo, foi construída no *Maya*, programa de construção de objetos em 3D.

A trilha sonora do filme foi gravada no estúdio de rádio da Universidade Potiguar. Para a base instrumental, utilizamos um baixo, uma guitarra e uma bateria, interpretados por um membro do grupo e seu irmão. Para os vocais, outros quatro integrantes do grupo participaram da gravação. Para facilitar a compreensão do nosso filme, acrescentamos uma legenda para a letra da música, que foi incluída com o programa *Adobe Premiere*.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O produto final foi um filme de animação em 2D, com duração de um minuto e vinte e seis segundos, para o cliente fictício Governo Federal. A ser veiculado nas mídias como campanha de conscientização da população para dar mais atenção as placas e sinalizações.

6 CONSIDERAÇÕES

Este trabalho se propôs a apresentar um panorama do papel do design na comunicação. A velocidade com a qual trocamos informações hoje transformaram a maneira de comunicar. As imagens traduzem palavras de forma rápida e sintética e elas passaram a ser a principal forma de transmitir informação e a representação pictórica é a síntese da linguagem não verbal.

Buscou-se demonstrar, através de exemplos e conceitos a relevância dos ícones e pictogramas na nossa sociedade e como o designer precisa compreender as sutilezas dos significados das formas para manter o canal ativo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DONDIS, Donis A. Sintaxe da linguagem visual. Donis A. Dondis: Tradução Jefferson Luiz Camargo. 3ª Edição, São Paulo: Martins Fontes. 2007 (coleção a) (Cap 1, 2).

FRUTIGER, Adrian. Sinais e Símbolos: desenho, projeto e significado / Adrian Frutiger: Tradução Karina Janninni. 2ª Edição, São Paulo. Martins Fontes, 2007. (Introdução; Parte 2, I e II; Parte 3, X).

HOLLIS, Richard. Design gráfico: uma história concisa; Tradução Carlos Daudt. São Paulo: Martins Fontes, 2001. 1ª Edição.

MEGGS, Philip B., PURVIS, Alston W. História do design gráfico. Tradução Cid Knipel. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

MUNARI, Bruno. Design e comunicação visual: contribuições para uma metodologia didática. Tradução Daniel Santana. São Paulo: Martins Fontes, 2001. 1ª Edição, 2ª Tiragem.

ROMANINI, Vinícius. Design como comunicação: uma abordagem semiótica. In: Design: Quo Vadis? I Seminário do Curso de Design da FAUUSP, 2011, São Paulo. Design: Quo Vadis? Anais do I Seminário do Curso de Design da FAUUSP. São Paulo: FAUUSP, 2008. v. I. p. 75-80. Disponível em <http://www.designemartigos.com.br/design-como-comunicacao-uma-abordagem-semiotica/> Acesso em 19/03/2013.

LIMA, Ricardo C. Otto Neurath e o legado do ISOTYPE. Revista Brasileira de Design da Informação 01/2008; 5(2):36-49. Disponível em: http://www.infodesign.org.br/revista/public/journals/1/No.2Vol.5-2008/ID_v5_n2_2008_36_49_Lima.pdf?download=1&phpMyAdmin=H8DwcFLEmv4B1mx8YJNY1MFYs4e Acesso em 19/03/2013.

<http://logobr.org/branding/underground-londre-design-manuais/> (Acesso em 26/04/2013)
<http://www.tfl.gov.uk/assets/downloads/corporate/lu-signs-manual-issue04.pdf> (acesso em 26/04/2013)

The Noun Project <http://thenounproject.com/about/> Acesso em 17/03/2013

Anexo 01



Anexo 02

