

Implicações sociais da comunicação gráfica:

O analfabetismo visual

L. C. Fascioni, M. L. Horn Vieira - DesignLAB

Departamento de Expressão Gráfica - CCE

DesignLAB - Laboratório de Design

Universidade Federal de Santa Catarina

88040-900 - Florianópolis (SC) - Brasil

Tel.: (+ 55 48) 331 6609

Fax: (+ 55 48) 322 0987

E-mail : mlvieira@mbox1.ufsc.br

Homepage: <http://www.cce.ufsc.br/~milton>

Resumo:

Boa parte dos profissionais não ligados às artes e às comunicações, tendem a ser, por definição e formação, analfabetos visuais. Se a alfabetização verbal e escrita não foi atingida com rapidez nem facilidade, o que se dizer da alfabetização visual, mais sofisticada e complexa?

Uma pessoa alfabetizada visualmente é alguém capaz de ver algo além do simples enxergar e compreender significados complexos. Como na alfabetização verbal, a visual também possui níveis de excelência _ existem diferenças profundas entre alguém que apenas sabe ler e escrever e outra culta. Na alfabetização visual, a cultura é adquirida por meio de educação e aquisição de repertórios.

Em uma sociedade que valoriza tanto a imagem como a atual, uma profusão de imagens bombardeia o cidadão comum criando espaços para induzir gostos, preferências e interpretações sem uma cuidadosa análise crítica. Em categorias profissionais onde a conexão direta com a linguagem visual não é clara, o que se observa é uma grande lacuna. Quando a tarefa é comunicar produtos de complexo entendimento, essa deficiência fica ainda mais ressaltada nos resultados finais das peças gráficas.

O presente trabalho apresenta alguns conceitos básicos da sintaxe visual e discute questões sobre a importância do alfabetismo visual.

Palavras chaves: alfabetismo, visual, sintaxe, comunicação, cultura, gestalt.

Introdução

Segundo [Dondis, 2000], “*visualizar é ser capaz de formar imagens mentais*”, fenômeno que descreve a fantástica capacidade do ser humano não só de se lembrar de características visuais em determinada situação (um caminho, por exemplo), mas também de criar a visão de uma coisa desconhecida. O processo de criar imagens mentais contribui, muitas vezes, para a busca de soluções práticas utilizando unicamente conceitos. Por essa linha de raciocínio, a evolução da linguagem começa em imagens, avança para pictogramas, cartuns auto-explicativos, unidades fonéticas até finalmente chegar ao alfabeto, considerado *a matemática do significado* [Dondis, 2000]. Sem dúvida, a linguagem verbal tem sido uma poderosa ferramenta de comunicação, mas não se basta. Continuamos utilizando a linguagem visual cada vez com mais intensidade, algumas vezes caminhando irresponsavelmente para resultados imprevisíveis.

[Dondis, 2000] ainda enfatiza a importância dessa questão quando afirma que “A visão é natural; criar e compreender mensagens visuais é natural até certo ponto, mas a eficácia, em ambos os níveis, só pode ser alcançada através do estudo”.

A relação entre o homem e a imagem através dos tempos

Segundo [Hoving, 2000], a mais antiga caverna pré-histórica pintada, descoberta em 1994 no sudeste francês, possui desenhos de até 31.000 anos de idade. São mais de 300 cavalos, rinocerontes, leões, búfalos e mamutes, sós ou em grupo. Outros achados ostentam figuras monumentais, com quase 5 metros de comprimento, gravadas diretamente na rocha [Ostrower, 1996]. As áreas

contornadas por linhas e os sulcos e eram preenchidos com corantes naturais e materiais importantes para a dieta humana, como gordura animal. Os locais decorados, eram, em geral, cavernas, grutas e galerias subterrâneas, escuras, perigosas (*habitat* de animais selvagens) e de difícil acesso. Dadas as dimensões dos desenhos e a dificuldade e o risco em produzi-los, é de se perguntar que necessidade incontornável era essa a do *homo sapiens* em produzir imagens, não obstante todos os perigos e obstáculos que teria que enfrentar para fazê-las. Seriam as imagens utilizadas como um recurso auxiliar à caça? Seriam os animais divindades ou símbolos? Teriam algo a ver com a fertilidade? Ou era apenas (se pode-se dizer assim) arte pela arte? Perguntas que continuam sem resposta até os dias atuais, mas que remetem a uma reflexão sobre a humanidade e a sua relação com a imagem gráfica.

Na antigüidade, esse intrigante assunto foi abordado novamente, sempre relacionando a comunicação visual com funções, importância, conceitos e interpretações diversas. Segundo Platão [Wind, 1997], a arte, e por conseguinte, a imagem, tinha “(..) *O poder de transformar o homem seduzindo-lhe a imaginação. É precisamente pela aparência que podeis capturar a mente daqueles que não darão ouvidos aos vossos teoremas* (..)”.

Para [Kandinski, 1996], “(..) Há cegos de nascença. Cegos física ou espiritualmente. Para ambos, a pintura é nociva. Há homens em estado letárgico que podem despertar, se não fecharem os olhos deliberadamente (..)”.

Nunca antes na história da humanidade, fomos submetidos a tanta carga visual como agora. Os meios são cada vez mais poderosos e não param de se multiplicar. Hoje é possível de se obter informações visuais produzidas pelo homem em quase qualquer lugar do planeta. Mas nem por isso a comunicação visual tornou-se mais madura ou fácil. A relação continua mal resolvida e cada vez mais incompreendida, especialmente para profissionais confrontados com uma linguagem com a qual não possuem qualquer familiaridade. Para [Dondis, 2000], “*O consumidor da maior parte da produção dos meios de comunicação educacionais não seria capaz de identificar (para recorrermos a uma analogia com o alfabetismo verbal) um erro de grafia, uma frase incorretamente estruturada ou um tema mal formulado*”.

Noções de semiologia

Na comunicação visual, como nos outros processos comunicativos, o esquema básico da comunicação é constituído de um **remetente** e um **destinatário** que se utilizam de um **canal** para transmitir uma **mensagem**, muitas vezes distorcida por **ruídos**. Existem opiniões que estabelecem fortes relações entre o canal e a mensagem, como a de Marshall McLuhan, na célebre frase “o meio é a mensagem” [Coelho, 1985].

A captação da mensagem pelo destinatário está diretamente relacionada com a intersecção entre os repertórios do emissor e do destinatário [Neto, 2000], onde, por **repertório** entenda-se o conjunto de significados possíveis de determinado signo. Assim, quanto mais conhecimento, experiência ou vivência a respeito de determinado assunto, maior é o repertório que se tem sobre ele. Os repertórios também estão diretamente relacionados com a cultura, as convenções sociais, o contexto histórico.

Em geral, quanto maior o repertório, menor é a audiência, ou seja, menor o número de destinatários capazes de encontrar significações para a mensagem. O inverso também é verdadeiro, isto é, quanto menor o repertório (mais básico, mais simples) maior é o número de destinatários capazes de interpretar a mensagem, ou os signos que a compõem. Mas o que são signos?

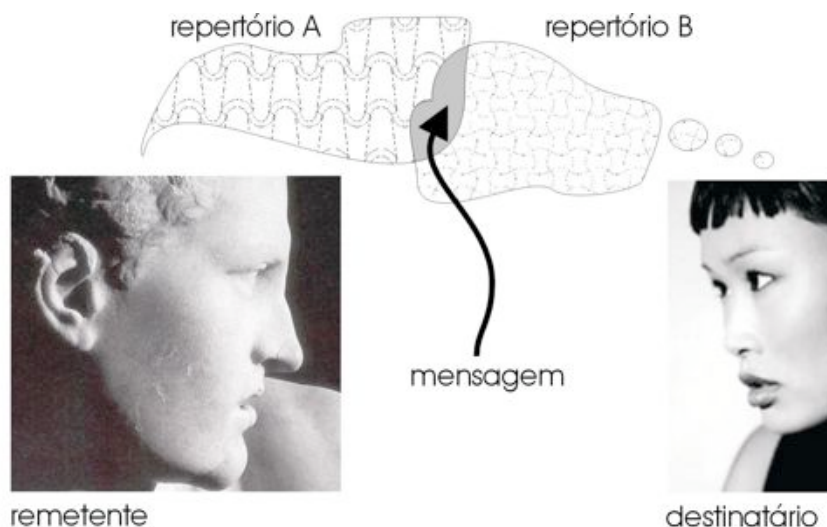


Figura 1: Processo de comunicação

Signo

Tudo aquilo que representa algo para alguém.

Classificação do signo em relação ao objeto que ele designa**Tabela 1: Classificação dos signos**

Signo	Significado	Exemplo
ícone	Relação direta entre o signo e o objeto designado	esquema, fotografia
índice	Relação entre o signo e o objeto indireta	fumaça como signo indicial de fogo, sorriso, de alegria
símbolo	Relação entre o signo e o objeto se estabelece por uma convenção	sinal vermelho do semáforo, sinal de trânsito

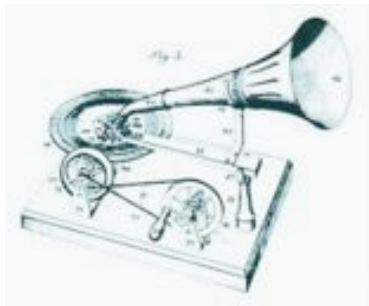


Figura 2. Ícone



Figura 3. Índice



Figura 4. Símbolo

Elementos básicos da comunicação visual

“(..) Há um dado deveras surpreendente! Se fôssemos perguntar de quantos vocábulos se constitui a linguagem visual, de quantos elementos expressivos, a resposta seria: de **cinco**. São cinco apenas: a **linha**, a **superfície**, o **volume**, a **luz** e a **cor**. Com tão poucos elementos, e nem sempre reunidos, formulam-se todas as obras de arte, na imensa variedade de técnicas e estilos (...)” [Ostrower, 1996].

1. A linha

O ponto é a unidade de comunicação visual mais simples possível, e pode ser considerado um caso particular de linha — o ponto é uma linha de comprimento mínimo. Da mesma forma, pode-se dizer que uma linha nada mais é do que uma cadeia de pontos. Os pontos possuem grande poder de atração visual sobre o olho. Na natureza, as formas arredondadas são mais comuns, pois, em estado natural, a reta e o quadrado são verdadeiras raridades.

2. A superfície

Também chamada de forma, existe basicamente em três versões: o quadrado, o círculo e o triângulo equilátero. Todas as outras podem ser obtidas a partir da combinação dessas três formas básicas. Cada uma delas possui características bastante específicas, podendo lhes serem atribuídos vários e diversos significados. Estes podem ser ocorrer por associações, vinculações arbitrárias, ou

mesmo por nossas próprias percepções. Assim, podemos associar retidão, honestidade ou enfado a um quadrado; infinitude, proteção e perfeição a um círculo, e assim por diante [Dondis, 2000]. As superfícies também podem ser abertas e expressar direções: o quadrado pode indicar as direções horizontal e vertical; o triângulo, a diagonal e o círculo, a curva.

3. O volume

O volume, assim como a luz e a cor, ultrapassa o limite bidimensional. O volume é obtido adicionando-se elementos visuais aos já existentes, como, por exemplo, a adição de duas retas diagonais para unir dois quadrados. O efeito espacial obtido é chamado volume. Assim, qualquer volume representa um conjunto de planos em superposições diagonais [Ostrower, 1996].

4. A luz

A forma como o olho percebe uma representação gráfica está diretamente relacionada com a quantidade de luz e a posição de onde ela é irradiada. A luz produz a variação tonal e “(..) é graças a ela que vemos o movimento súbito, a profundidade, a distância e outras referências do ambiente. O valor tonal é outra maneira de descrever a luz. Graças a ele, e exclusivamente a ele, é que enxergamos (..)” [Dondis, 2000].

5. A cor

Enquanto o tom (ou a luz) está diretamente relacionado a questões de sobrevivência, como enxergar, a cor tem mais afinidade com as emoções. Cada uma das cores tem inúmeros significados associativos e simbólicos. Assim, a cor oferece um vocabulário enorme e de grande utilidade para o alfabetismo visual [Dondis, 2000].

Na linguagem visual, como vemos, os elementos não podem ser manipulados como seriam as palavras de uma frase em linguagem verbal. Ao contrário das palavras, os elementos visuais não possuem significados preestabelecidos _ só passam a determinar alguma coisa se relacionados a um contexto formal. Assim, os significados dos elementos visuais ficam em aberto, pois dependem exclusivamente do contexto em que estão inseridos, e, mesmo assim, com grande variedade de interpretações, dependendo dos repertórios disponíveis. Eis aí a grande dificuldade do trabalho de alfabetização visual: é necessário um grande repertório de contextos para possuir a capacidade de interpretar diferentes signos visuais e, principalmente, ter uma boa noção do repertório comum à maioria das pessoas em uma determinada cultura, a fim de obter sucesso na comunicação. Para se aculturar visualmente, é necessário, antes de mais nada, cultivar o hábito de ver e apreciar tudo o que nos rodeia.

As leis da Gestalt

Várias disciplinas têm buscado uma explicação para o significado na comunicação visual.. Um dos trabalhos mais significativos nesse campo é o desenvolvido por uma escola de psicologia experimental chamada Gestalt, criada no início do século XX. Segundo [Gomes, 2000], “*a teoria da Gestalt, extraída de uma rigorosa experimentação, vai sugerir a resposta ao porquê de umas formas agradarem mais e outras não*”. A abordagem da Gestalt opõe-se ao subjetivismo, pois se apóia na fisiologia do sistema nervoso para explicar a relação sujeito-objeto no campo da percepção.

Basicamente, o movimento, no seu sentido mais amplo, significa uma integração de partes em oposição à soma do todo. Para a Gestalt, quando olhamos uma imagem, não vemos as partes isoladas, mas as relações entre elas. Ehrenfels, filósofo vienense e precursor da psicologia da Gestalt faz a seguinte analogia para explicar a teoria: “*se cada um de doze observadores ouvisse um dos doze tons de uma melodia, a soma de suas experiências não corresponderia ao que seria percebido por alguém que ouvisse a melodia toda*” [Dondi, 2000].

Forças que regem a percepção da forma




Para a Gestalt, são de dois tipos as forças que agem sobre a percepção: as **externas**, que são constituídas pela estimulação da retina através da luz proveniente do objeto exterior e têm origem no objeto que olhamos; e as **internas**, que organizam as formas em uma ordem determinada e têm origem na própria estrutura do cérebro.



Princípios que regem as forças internas

Esses princípios explicam por que vemos as coisas de uma determinada maneira e não de outra e são descritos na tabela de Princípios [Gomes, 2000].

Tabela 2. Princípios da Gestalt.

Princípio	Definição	Exemplo
SEGREGAÇÃO	É a capacidade perceptiva de separar, identificar, evidenciar ou destacar unidades formais em um todo compositivo ou em partes do todo.	Um cenário abaixo pode ser Segregado em pirâmide, areia, céu e pessoas. Mas o céu pode ser segregado em fundo azul e nuvens brancas. As pessoas podem ser “decompostas” em peças de roupas. Pode-se repetir o processo sucessivamente até se esgotar a percepção das unidades visíveis ou considerá-las suficientes para uma leitura visual. 
UNIFICAÇÃO	Consiste na igualdade ou semelhança de estímulos visuais, verificando fatores de harmonia, equilíbrio, ordenação visual e coerência da linguagem ou estilo.	Um objeto pode ser usado como exemplo de unificação pelos fatores de proximidade e semelhança, além do equilíbrio e o alto grau de ordenação. 

Princípio	Definição	Exemplo
FECHAMENTO	O fechamento visual da forma se dá pela continuidade em uma ordem estrutural definida, ou seja, por meio de agrupamento de elementos de maneira a constituir uma figura total mais fechada ou completa.	<p>Uma figura de cor única sobre um fundo é um bom exemplo de fechamento. Notar que não é necessário haver um fechamento físico, contornando o objeto. Trata-se aqui de um fechamento apenas sensorial, integrando as partes.</p> 
CONTINUIDADE	É a impressão visual de como as partes se sucedem através da organização perceptiva da forma de modo coerente, sem interrupções na sua trajetória.	<p>A repetição ordenada de objetos é uma boa representação de como as unidades se organizam de forma a obter um efeito de continuidade.</p> 
PROXIMIDADE	Efeitos óticos próximos uns dos outros tendem a serem vistos juntos, e, por conseguinte, a constituírem um todo ou unidades dentro do todo.	<p>Nos trilhos de uma linha ferroviária, as linhas, apesar de confusas, podem ser segregadas aos pares pelo paralelismo, que lhes confere exatamente o fator de proximidade. Os dormentes, uniformes, reforçam a harmonia e o equilíbrio.</p> 

Princípio	Definição	Exemplo
SEMELHANÇA	A igualdade de forma, cor, tamanho, peso, direção e outros desperta a tendência da construção de unidades, isto é, de estabelecer agrupamentos semelhantes.	Um conjunto de pessoas uniformizadas, mesmo com ligeiras variações de cor e tamanho, possuem semelhança pela forma. 
PREGNÂNCIA DA FORMA	Esta é a lei básica da percepção visual da Gestalt. Quanto melhor for a organização visual, em termos de facilidade de compreensão, rapidez de leitura ou interpretação, melhor será a pregnância.	Imagens complexas e difíceis de entender, como escudos com excesso de unidades compositivas, possuem baixa pregnância, pois o observador precisa se esforçar para compreender a figura, sempre correndo o risco da ambigüidade. 

Além das leis da *Gestalt*, muitas vezes são também consideradas outras categorias conceituais como harmonia (ordem e regularidade), desarmonia (desordem e irregularidade), equilíbrio (peso, direção, simetria e assimetria), desequilíbrio e contraste (luz/tom, cor, vertical, horizontal, movimento, dinamismo, repouso, passividade, proporção, escala e agudeza).

Conclusões

A importância do alfabetismo visual, mais premente nos dias atuais do que em toda a história, pode ser belamente resumida pela questão formulada por Gatteno [Dondis, 2000]: “*Há milênios o homem vem funcionando como uma criatura que vê e, assim, abarcando vastidões. Só recentemente, porém (..) ele foi capaz de passar da rudeza da fala (..) enquanto meio de expressão, (..) para os poderes infinitos da expressão visual, capacitando-se assim a compartilhar, com todos os seus semelhantes e com enorme rapidez, imensos conjuntos dinâmicos*”.

De toda maneira, como já dito, o processo de alfabetização visual não é simples e nem de fácil implementação, pois a representação gráfica não é inata, precisa ser aprendida. Para um aborígine, o processo de decodificar uma simples foto implica em um processo de aprendizagem da representação sintética da dimensão e da perspectiva. Para o homem moderno, o fato de ver não está relacionado ao compreender. Muitas vezes, o fato de gostar ou não de uma imagem se dá mais pelo seu repertório e por gostos pessoais influenciados largamente por convenções sociais, usos e costumes do que propriamente pelo uso de critérios adequados a uma boa comunicação.

O sistema visual, básico e perceptível a todos os seres humanos existe, mas é complexo. Urge que profissionais das mais diversas áreas, em especial aos das empresas de base tecnológica, mais globalizadas que as demais, busquem incansavelmente o conhecimento necessário à construção de mensagens visuais claras e universais. O alargamento dos mercados, atingindo as mais diversas línguas e culturas exige um alafabetismo visual que propicie esse entendimento. Por uma questão, até mesmo, de sobrevivência.

Referências bibliográficas

- HOVING, Thomas. **Arte para dummies**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2000. 379 p.
- OSTROWER, Faiga. **Universos da arte**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 10ª edição, 1996. 358 p.
- WIND, Edgar. **A eloqüência dos símbolos**. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 1997. 272 p.
- DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2ª edição, 1997. 236 p.
- GOMES, João Filho. **Gestalt do objeto**. São Paulo: Editora Escrituras, 2000. 127 p.
- KANDINSKY, Wassily. **Curso da Bauhaus**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1996. 221 p.
- COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1985. 109 p.
- NETO, Leon Fahri. **Comunicação e semiologia**: curso de Comunicação e Propaganda, maio-junho de 2000.