

A Web como espaço urbano imagético

**Paper apresentado no I Congresso Internacional Mídias:
Multiplicação e Convergências, realizado pelo Senac-SP,
em São Paulo, de 26 a 30 de outubro de 2004**

POLLYANA FERRARI TEIXEIRA

**Professora do Departamento de Comunicação e Filosofia da PUC/SP e
doutoranda na ECA/USP**

pollyana@polipress.com.br

Partindo do pressuposto que Comunicação, Mídia e Cultura não se separam, iremos mostrar que o ser humano sofreu retroação quando inventou a escrita, aprendendo a criar seqüências lógicas para explicar o pensamento linear. Com a chegada da Web como manifestação cultural, aflorou-se espontaneamente no ambiente virtual uma eterna negociação de formatos, fruto de um design de comunicação embasado na imagem gráfica. A linguagem digital lida com pedaços, feixes de códigos. E, a partir da escamação desses feixes, iremos mostrar que a Internet está causando uma simplificação do código de signos, o que acreditamos resultar num retorno quase orgânico ao código primário. Não podemos nos esquecer que o imagético é muito mais visceral que o textual – remete diretamente ao código primário e às interpretações e correlações do cérebro humano. Para Winfried NÖTH, o potencial semiótico da palavra e da imagem como mensagens abertas e a tipologia das relações possíveis entre ambas explora os seguintes aspectos: redundância, dominância, complementaridade e discrepância. Essa tipologia é, então, colocada em cheque para introduzir relações mais ricas e operativas, como as de espaço e tempo, e as relações semióticas de iconicidade, indexicalidade e simbolicidade. A Web, enquanto código terciário – fruto de um grande aparato tecnológico –, traz várias questões acerca dos simbolismos e das construções das diversas Teorias da Imagem. Quase sem saber, a Internet mantém diariamente em suas páginas bidimensionais vínculos com a unidade biológica do homem e, ao mesmo, tempo, com a diversidade cultural de cada sociedade. Isso porque os códigos imagéticos também são códigos culturais e ciclicamente alternam com os anseios das sociedades.

A nossa sociedade, predominantemente focada na escrita, está cedendo espaço para o mundo imagético. Para embasarmos esta inovadora proposta iremos recorrer à algumas definições propostas por LÉVY (1994:51). Para ele, as técnicas de controle das mensagens podem ser classificadas em três grupos: somáticas, midiáticas e digitais.

O primeiro grupo utiliza-se de presença efetiva como, por exemplo, as performances “ao vivo” de fala, dança, música etc. Já as midiáticas servem para fixar e reproduzir as mensagens, conseguindo maior alcance e melhor difusão, como no caso das bijuterias, pinturas, selos, carimbos, escrita, entre outros. “Ao permitir a reprodução e a difusão em massa dos textos e imagens, a prensa inaugura a era da mídia. Esta conhece seu apogeu entre o final do século XIX e a metade do século XX, graças à fotografia, à gravação sonora, ao telefone, ao cinema, ao rádio e a televisão”, explica LÉVY (1994:52). Mas nosso olhar irá se debruçar somente para o digital ao longo deste estudo, mostrando que o digital paira soberano acima da mídia. “O digital

autoriza a fabricação de mensagens, sua modificação e mesmo a interação com elas, átomo de informação por átomo de informação, *bit* por *bit*” LÉVY (1994:53)

Alguns autores afirmam que a recepção das narrativas nos meios digitais se dá por camadas e que cada uma delas representa um tipo de interação. A primeira camada ou a primeira forma de diálogo é aquela homem/máquina, quando, por exemplo, o público se coloca diante de uma instalação e começa a pilotar os botões buscando interpretar os signos, os sinais e finalmente a proposta do autor. A segunda, muito mais complexa – com a rede mundial servindo de teia – exige empenho e a decifração dos códigos e das mensagens. Esta nunca é fácil ou mesmo linear; muitas vezes leva o leitor a caminhos sem volta, passeios aleatórios e um verdadeiro ziguezague de cliques e escavações.

Para exemplificar melhor, iremos recorrer a um artigo de Umberto ECO, “A literatura contra o efêmero” (publicado no jornal *Folha de S. Paulo*, em 18 de fevereiro de 2001, no caderno *Mais*, página 12). “O hipertexto eletrônico nos permite viajar dentro de um novelo textual (seja uma enciclopédia inteira ou a obra completa de Shakespeare) sem necessariamente ter de ‘desenrolar’ toda a informação que ele contém, penetrando-o como uma agulha de tricô num novelo de lã”, diz ECO.

O digital, ao contrário da comunicação escrita que se encerra no momento da impressão, potencializa o alcance e amplia as opções de leitura, permitindo que o leitor assumira o papel de comando; reformulando as telas hipertextuais que contém textos, imagens, simulações interativas e bases de dados em produtos personalizados, sob medida. “Uma máquina que estava destinada a mastigar números, começou a mastigar tudo: da linguagem impressa à música, da fotografia ao cinema. Isso fez da cibernética a alquimia do nosso tempo e do computador seu solvente universal. Neste, todas as diferentes mídias se dissolvem em um fluxo pulsante de *bits* e *bytes*”, diz LUNENFELD (1998: 37).

Para entendermos todas estas transformações, faz-se necessário voltarmos à década de 80 quando houve uma intensificação de misturas entre linguagens e meios, resultando em um “caldo” cultural híbrido recheado de fotocopiadoras, videocassetes, aparelhos do tipo *walkman* e *walktalkie* – tudo devidamente embalado pela remarcável indústria de *videoclipes* e *videogames*. O surgimento do controle remoto, por exemplo, também foi um marco na mudança de comportamento do leitor, que passa de um receptor passivo para um ativo, promovendo, por exemplo, mudanças de formatos e adaptação dos programas das TV abertas, que foram se adequando ao *zapping* do telespectador. Também não podemos esquecer de mencionar a chegada das locadoras

de vídeo – fenômeno que colaborou para a construção de uma sociedade da mídia a partir do momento que permitiu a “escolha do que assistir hoje”.

Para CASTELLS (2000: 362-367) “a nova mídia determina uma audiência segmentada, diferenciada que, embora maciça em termos de números, já não é uma audiência de massa em termos de simultaneidade e uniformidade da mensagem recebida. A nova mídia não é mais mídia de massa no sentido tradicional do envio de um número limitado de mensagens a uma audiência homogênea. Devido à multiplicação de mensagens e fontes, a própria audiência torna-se mais seletiva”. O que nos interessa aqui é a seletividade da escolha da informação por parte do leitor, que escolhe a imagem em detrimento do texto na grande maioria dos casos, porque estamos falando do usuário de Internet, que é um leitor jovem, na grande maioria entre 18 e 27 anos, que nasceu e cresceu assimilando este caldo cultural da sociedade da mídia.

Com a chegada da Internet gráfica, inauguramos um novo conceito de informação, na qual procuramos apresentar uma reflexão sobre questões fundamentais destas transformações: real, atual, virtual, o simulacro, a alteridade; todas elas desenvolvidas em um campo fértil para mapearmos o imaginário tecnológico quanto à ambígua conjunção entre o moderno e o arcaico. Iremos beber na ambiência da rede e depois analisaremos com um olhar distante (de fora) as diversas formas de leitura e interpretação visual do mundo imagético oferecido diariamente na Web. Mesmo a leitura de um texto na Web é imagético, pois quando se observa um link (sublinhado) esse passa a ser um ícone representante de um novo caminho a seguir, uma nova imagem a desbravar. Recorremos a metáfora de ECO quando diz que puxamos um fio de um novelo ao invés de desenrolar a lã.

O olhar seleciona o hipertexto a ser clicado, e nesta escolha, que demora poucos segundos, podemos afirmar que toda uma bagagem cultural, pessoal de cada indivíduo, aflora como a adrenalina que deixa o corpo eriçado num momento de perigo. Para escolher este fio de lã em detrimento daquele ao lado, somos obrigados, organicamente, a recorrer à linguagem das cores, à psicologia cognitiva e mesmo às construções e edições jornalísticas, capazes de criar textos atrativos ao olhar. Toda a bagagem cultural do século XX se liquidifica e nos “cospe” *links* aparentemente simples, mas que ao serem clicados nos levam a labirintos complexos. “Em torno de nós, não longe de nós, se desenha um encadeamento de reflexões, de impressões, de atenções e de respostas – toda uma simplificação, ampla, múltipla, no limite do anonimato – que empurra, obstinadamente, a determinar entre a “linguagem das imagens” e a “linguagem das palavras”, uma intransponível linha de demarcação, para

a qual o traçado não deixaria lugar para as formas intermediárias, assim como para as inclusões inerentes e trocas recíprocas (...) nisso a imagem se coloca como uma aposta, e é contra a palavra”, afirma METZ (1993 (in) *Sciences de l’information et de la communication*, org. Daniel Bounoux¹[1]).

Arriscamos a face neste estudo quando dizemos que estamos no limiar de uma revolução midiática, mas vale a pena correr o risco, mesmo sabendo que os questionamentos atuais esbarram num envelhecimento dos importantes diagramas de pensadores como Charles Sanders Peirce, que analisados com um olhar do século XXI nos deixa lacunas quanto aos conceitos de semelhança e analogia. SAUSSURE avançou quando fez a contraposição da analogia com a questão do signo “motivado”²[2]. Já para METZ, “nossa tentativa procede da convicção de que a semiologia da imagem se fará *ao lado* desta dos objetos lingüísticos. E, por vezes, numa interseção com ela, porque essas mensagens são mistas. Ou seja, não se trata somente das imagens para as quais o conteúdo manifesto comporta menções escritas, mas, igualmente, das estruturas lingüísticas que estão imersas na obra e na própria imagem”³[3].

Para o médico psiquiatra e professor da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, Henrique Schützer DEL NERO, “pensamento, ou cognição, é o que unifica homens e máquinas, sendo-lhes a razão formal, regra de inferência e outras tantas. A forma que embasa o pensamento é a mesma nos dois casos. Não havendo, portanto, distinção que possa se manter entre um computador ideal e o cérebro humano”.

Para Lúcia LEÃO (2001) “a construção da teia mundial envolve o trabalho de diversas mentes, distribuídas em diversas páginas (...) não se encontram localizados em um ponto central e específico. Ao contrário, é no caráter de auto-geração que a Internet se desenvolve”. E é este caráter de auto-geração que Jorge Luís Borges já nos falava em *La Biblioteca de Babel*: “O universo (que outros chamam de Biblioteca) é composto de um número indefinido, e talvez infinito, de galerias hexagonais, com vastos poços de ventilação no centro, cercado por varandas baixíssimas. De qualquer

¹[1] Tradução livre da Profa.Dra. Maria Eliana Facciolla Paiva (ECA/USP).

²[2] Reproduziremos aqui a nota de rodapé 4 (Do Símbolo), escrita por Christian Metz e traduzido pela Profa. Dra. Maria Eliana Facciolla Paiva, para contextualizar a questão dos “signos motivados”. Do símbolo (= significação arbitrária), C. S. Peirce não distingue somente o ícone (= significação analógica), mas também o índice (= significação por inferência causal). Percebemos que o ícone e o índice, em termos de Saussure, serão signos “motivados”.

³[3] Tradução livre da Profa. Dra. Maria Eliana Facciolla Paiva.

hexágono, vêm-se os pisos inferiores e superiores: interminavelmente” (BORGES, 1989:465).

As reflexões aqui propostas apontam para grandes rupturas decorrentes da introdução da Internet na vida cotidiana das pessoas. Novas formas de leitura e de relação do homem com a expressão artística ou jornalística apontam para o aparecimento de uma nova cultura, a cibercultura. Uma cultura imagética que está introduzindo – diariamente no quociente coletivo – elementos capazes de promover uma ruptura nas formas existentes no ocidente durante os últimos quatrocentos anos.

O que objetivamos mostrar neste estudo é que, além da duplicidade proposta por Baudrillard, também acreditamos num mundo tríplice, ou seja, temos uma carga psíquica da sociedade industrial (que permanece como lembrança de nossos pais); vivenciamos atualmente a sociedade da mídia e nos preparamos para a sociedade informacional, que ainda não podemos afirmar que chegou. Estamos em transição de valores, culturas, expressões e, conseqüentemente vivenciamos em silêncio o retorno ao imagético. Não à oralidade do início das civilizações, mas a uma imersão capaz de reproduzir fragmentos de um fractal digital que abriga imagens que contêm textos, fotografias, emoções, sensações, odores, animações e o que mais a tecnologia for capaz de suprir. A partir do momento que delegamos à máquina o poder de ser nosso cérebro, nossa *database* universal, passamos a utilizá-la como fonte de informação e retro-abastecimento de dados, causando uma absorção muito fragmentada, em forma de feixes de luz.

Para MURRAY (1997:72–73), mesmo à curto prazo as perspectivas são atraentes. “Estamos no limiar de uma convergência histórica quando romancistas, dramaturgos e cineastas movem-se rumo a histórias multiformes e formatos digitais: cientistas da computação começam a criar mundos ficcionais; e a audiência segue em direção ao palco virtual. Como adivinhar o que virá depois? A julgar pelo panorama atual, podemos esperar um enfraquecimento contínuo dos limites entre jogos e histórias, entre filmes e passeios de simulação, entre mídias de difusão (como televisão e rádio) e mídias arquivísticas (como livros ou videotape); entre formas narrativas (como livros) e formas dramáticas (como teatro ou cinema); e mesmo entre o público e o autor”.

A pergunta importante e que nos fez mergulhar nesta “investigação” parte das contribuições de SAUSSURE sobre o signo “motivado” e abre lacunas enormes sobre a questão do motivado e o que motiva o leitor ativo deste século XXI. Não pretendemos responder todos estes questionamentos neste estudo, mas apenas propor uma construção quase arqueológica, que mistura bagagem cultural do que fomos no

passado e as aflições da sociedade que está se construindo à nossa frente. Não estamos aqui falando de uma cibercultura que tenta repor a figura do homem no centro, como propunham, por exemplo, os desenhos de Leonardo da Vinci. Estamos falando em adquirir uma postura harmoniosa e complementar com a máquina, ampliando nossa capacidade de percepção, e ao invés de ir contra o novo, ir ao encontro do novo mundo imagético.

Referências bibliográficas

CAPRETTINI, Gian Paolo. *Código, Imagem, Alegoria, Signo – Enciclopédia Einaudi n. 31*. Lisboa, Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1994.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. Rio de Janeiro, Editora Paz e Terra, 2000.

COUCHOT, Edmond. *A tecnologia na arte da fotografia à realidade virtual*. Porto Alegre, Editora UFRGS, 2003.

FLUSSER, Vilém. *Filosofia da Caixa Preta: Ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. Relume-Dumará, Rio de Janeiro, 2002.

LÉVY, Pierre. *A Inteligência Coletiva: por uma Antropologia do Ciberespaço*. São Paulo, Edições Loyola, 1994.

LUNENFELD, Peter. *À procura da ópera telefônica*, in: GIANNETTI, C. e ROMERO, Lilia P. (eds). *Ars Telemática*, Lisboa, Editora Relógio D' água, 1998.

MURRAY, Janet. *Hamlet on the holodeck: the future of narrative in cyberspace*. Cambridge, Mass., The MIT Press, 1997

SANTAELLA, Lucia. *Culturas e artes do pós-humano – da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo, Editora Paulus, 2003.
