

CENTRO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR REINALDO RAMOS
FACULDADE REINALDO RAMOS
CURSO DE BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

JOSÉ GALDINO DOS SANTOS NETO

A FLORESTA DE SIGNOS NO FACEBOOK
Uma Abordagem Semiótica de Ferramentas Comunicacionais
da Maior Rede Social Já Criada

Campina Grande/PB

2014

JOSÉ GALDINO DOS SANTOS NETO

A FLORESTA DE SIGNOS NO FACEBOOK
Uma Abordagem Semiótica de Ferramentas Comunicacionais
da Maior Rede Social Já Criada

Trabalho Monográfico apresentado à
Coordenação do Curso de Publicidade e
Propaganda da Faculdade Reinaldo Ramos –
FARR, como requisito parcial para a obtenção
do grau de Bacharel em Comunicação Social,
com habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientador: M.Sc. Glauco Fernandes Machado

Campina Grande/PB

2014

Faculdade Cesrei
 Biblioteca "Min. Demócrito Ramos Reinaldo"
 Reg. 01744 = M000279
 Local: _____
 Doação: ☒ _____
 Ex.: _____ Obs: _____
 Data: 18/12/2014

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA DA CESREI

S237f

Santos Neto, José Galdino dos.

A floresta de signos no facebook: uma abordagem semiótica de ferramentas comunicacionais da maior rede social já criada / José Galdino dos Santos Neto. - Campina Grande, 2014.

51 f.

Monografia (Graduação em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda) Faculdade Reinaldo Ramos-FAAR - Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos-CESREI.

Orientador: Prof. Me. Glauco Fernandes Machado.

1. Semiótica 2. Facebook - Self. 3. Comunicação Humana. 4. Signos. I. Título.

CDU 81'42(043)

JOSÉ GALDINO DOS SANTOS NETO

**A FLORESTA DE SIGNOS NO FACEBOOK – UMA ABORDAGEM
SEMIÓTICA DAS FERRAMENTAS COMUNICACIONAIS DA MAIOR REDE
SOCIAL JÁ CRIADA**

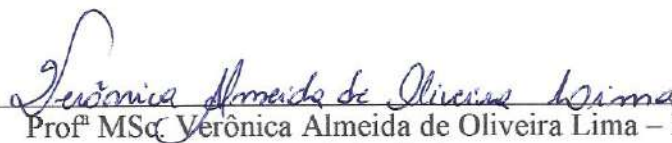
Aprovado em 29 / 05 / 14.

Nota 9,3

BANCA EXAMINADORA



Prof. MSc Glauco Fernandes Machado – FARR
Orientador



Profª MSc Verônica Almeida de Oliveira Lima – FARR
1º Avaliador



Prof MSc Fábio Ronaldo da Silva – FARR
2º Avaliador

Dedico esse trabalho a todos os
usuários de redes e mídias sociais, sejam eles
profissionais da propaganda, docentes,
discentes ou técnicos, assim como a todos os
pesquisadores amantes do ciberespaço.

AGRADECIMENTOS

A Deus, que me sustenta, tem misericórdia de mim e me dá a razão para existir.

À Faculdade CESREI, com toda a sua equipe, que, através de seu desempenho efetivo, proporcionou em minha vida uma mudança de paradigma.

Ao meu orientador, Glauco Machado, pelo seu tempo, seu empenho e boa vontade ao suportar a carga de estresse que a labuta nos impôs e pela paciência, sem a qual este trabalho não seria concluído de forma satisfatória.

Ao Professor M.Sc. Fábio Ronaldo, que me ensinou uma maneira, pelo viés estético, de perceber as imagens.

A M.Sc. Verônica Almeida de Oliveira Lima, pelo suporte no pré-projeto, apresentando soluções e ampliando paradigmas.

A M.Sc. Sílvia Almeida, pela revisão do texto monográfico.

E a todos os amigos nas turmas que interagiram comigo ao longo dos períodos decorridos.

“Vivemos menos no meio das coisas do que numa ‘floresta de símbolos’, (...) e estes tornam o mundo familiar para nós, interpondo entre ele e nós uma ordem dos signos, mais manejável e leve do que a das coisas.”

Daniel Bournoux

RESUMO

O presente trabalho se debruça sobre os signos do Facebook, analisando, sob o prisma semiótico, ferramentas comunicacionais da maior rede social já criada. O referencial teórico e a metodologia foram enriquecidos pela Semiótica de Charles Peirce (2012) e outros semióticos, em um passeio através do conceito de signos, cores, sons e formas da rede social, especificamente dos ícones de sua interface gráfica. Semioticamente, o processo de significação compreende três níveis de percepção — os quais Peirce chama de: Primeiridade, Secundidade e Terceiridade — e também uma divisão sêmica de três etapas — que compreendem as relações estabelecidas do signo com ele mesmo; com o objeto; e com seu significado. As relações que o signo estabelece com ele mesmo se dividem em três níveis de percepção: o primeiro nível trata de suas qualidades, texturas, sons e formas; o segundo nível trata do conjunto de qualidades, texturas, sons e formas; e o terceiro nível evoca as leis que regem o signo. As relações estabelecidas entre o signo e o objeto são: de iconicidade (onde o signo sintetiza ideias), de indicialidade (em que o signo aponta para o objeto) e de relações simbólicas (onde o signo evoca as convenções para ser compreendido). As relações do signo com o seu significado se iniciam com a palavra que o designa, por exemplo a palavra “Curtir”; em seguida com a afirmação sobre o sentido de curtir, uma ação que denota gostar. O terceiro nível de percepção em relação ao significado do signo é o do argumento de certeza sobre o significado do signo: neste exemplo, tem-se a certeza de que a palavra “curtir” tem em relação ao seu sentido na rede social o significado de concordância e não é apenas uma afirmação. A escolha do conjunto de signos a serem analisados baliza-se no trabalho de Raquel Recuero (2009) sobre redes sociais na internet. Tendo em vista a impossibilidade de análise de todos os signos encontrados na rede social, o recorte contempla os três principais signos e suas funções. O primeiro signo é a interface gráfica da página de adesão, que é responsável pela criação do *Self*; o segundo é uma ferramenta de busca de amigos com a qual o ator da rede passa a adicionar amigos e começa sua criação de laços sociais; o terceiro signo compõe um conjunto de dois ícones — *status* e adicionar foto/vídeo — que possibilitam ao ator da rede a exposição pública de si mesmo. Objetiva-se, portanto, solucionar o seguinte questionamento: Como os signos do Facebook promovem interação semiótica entre o mundo biológico e o mundo virtual, facilitando a navegação e proporcionando a criação do *Self*.

Palavras-chave: Facebook. *Self*. Análise Semiótica.

ABSTRACT

This monograph focuses on the signs of Facebook, analyzing, under the semiotic perspective, communication tools of the largest social network ever created. The theoretical framework and methodology were enriched by the semiotics of Charles Peirce (2012) and other semiotic theories, on a tour through the concept of signs, colors, sound and forms of social networking, specifically the icons of its graphical interface. Semiotically, the process of signification comprises three levels of perception — which Peirce calls: Firstness, Secondness and Thirdness — and also a semiotic division three steps — which include the relationships established with the sign itself; with the object; and its meaning. The relationships established with the sign itself is divided into three levels of awareness: the first level comes to their qualities, textures, sounds and shapes; the second level is the set of qualities, textures, sounds and shapes; and the third level evokes the laws governing the sign. The relationship established between the sign and the object are: iconicity (where the sign synthesizes ideas), of indexicality (where the sign points to the object) and symbolic relationships (where the sign evokes the conventions to be understood). The relationship of the sign to its significance begin with the word which means, for example the word "Like"; then with the statement about the meaning of enjoying an action denoting like. The third level of perception in relation to the meaning of the sign is the certainty about the meaning of the sign argument: in this example, there is the certainty that the word "like" has in relation to its effect on the meaning of social network agreement and is not just a statement. The choice of the set of signs to be analyzed beacon on the work of Rachel Recuero (2009) on social networking sites. Given the impossibility of analyzing all the signs found in the social network, the clip features the three main signs and their functions. The first sign is the graphical interface of the membership page, which is responsible for creating the Self; the second is a search engine of friends with whom the actor network shall add friends and start creating your social ties; the third sign composes a set of two icons — add status and photo/video — enabling the actor network public exhibition of his Self. Objective is, therefore, address the following question: As the signs of Facebook promote semiotic interaction between the biological world and the virtual world, providing easy navigation and the creation of the Self.

KEY-WORDS: Facebook. *Self*. Semiotics analysis

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Nicho policrômico - Toca do Boqueirão da Pedra Furada.....	14
Figura 2: Tábua de cera romana.	17
Figura 3: Estela da Abóbada.	17
Figura 4: Formatos de dispositivos.....	35
Figura 5: Messenger do Facebook para a) Android; b) iOS; c) celulares antigos.....	36
Figura 6: Messenger do Facebook para laptops e desktops.	36
Figura 7: Programação do ícone “Curtir”.	37
Figura 8: Ícone “Curtir”.	37
Figura 9: Página de adesão do site Facebook.....	38
Figura 10: Perfil de usuário do site Facebook.....	39
Figura 11: Ferramenta “Localizar amigos” do site Facebook.....	41
Figura 12: Alerta de notificação do site Facebook.	42
Figura 13: Bate-papo do site Facebook.	42
Figura 14: Ferramentas de exibição do Self.....	43
Figura 15: Postagem depreciativa da Professora Rosa Marina Meyer.	44
Figura 16: Ferramentas Curtir, Comentar e Compartilhar do site Facebook.....	45

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1 CAPÍTULO I: A SAGA DOS SIGNOS NA COMUNICAÇÃO HUMANA.....	14
1.1 Os signos nas cavernas	14
1.2 Os tabletes romanos	16
1.3 Sociedade da informação e a revolução digital	18
1.4 Convergência das mídias.....	19
1.5 O ciberespaço.....	20
1.6 As redes sociais.....	21
2 CAPÍTULO II: OS SIGNOS POR PEIRCE E OUTROS OLHARES	23
2.1 Categorias e tricotomias	25
2.1.1 Primeira tricotomia - Signo/Representâmen em relação a si mesmo.....	26
2.1.2 Segunda tricotomia – Signo em relação ao objeto.....	27
2.1.3 Terceira tricotomia – Signo em relação ao interpretante	29
3 CAPÍTULO III: OS SIGNOS DO FACEBOOK.....	32
3.1 A função das interfaces gráficas	33
3.2 A função dos signos do Facebook	36
3.3 A primeira página do Facebook.....	37
3.4 A página inicial, a iconicidade e o indício do <i>Self</i>	38
3.5 A interação e a criação de laços.....	40
3.6 Os referentes simbólicos das postagens e a exposição pública do <i>Self</i>	43
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	46
REFERÊNCIAS.....	49

INTRODUÇÃO

O curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade Reinaldo Ramos – FARR, destina-se a formar bacharéis em Publicidade. E é nesse universo que estão sendo examinadas ferramentas comunicacionais destinadas a aproximar o cliente do produto. O produto compreende um objeto tangível ou intangível que é apresentado por ações publicitárias com o fim de induzir a uma ação de compra.

As mídias evoluíram e convergiram para o mundo digital, e o processo de persuasão mudou com essa nova maneira de produção e consumo de informação. Agora, não apenas as mídias tradicionais, televisivas, radiofônicas e impressas, são suficientes para aproximar o consumidor do produto. As mídias sociais e redes sociais digitais aglutinam as mídias tradicionais numa confluência nunca vista antes na história da comunicação.

Esse novo ambiente midiático desafia o profissional da área de comunicação visual e propaganda, além de outras áreas afins, no que diz respeito ao processo criativo, desde o *briefing* até a concepção final dos signos. Para criar um pequeno *Favicon*, por exemplo — um ícone capaz de identificar a marca de uma página de web em uma redução de 16 x 16 pixels o equivalente a 5,64 x 5,64 mm —, é preciso se ter ideia do tamanho e da legibilidade da marca ou signo sem perder a eficácia de significados.

Ao atentar para os mínimos detalhes das mídias contemporâneas — exclusivamente das redes sociais e especificamente do Facebook — a concepção de signos deve ser pensada tomando-se referências desta rede que se preocupa com o mais simples desenho até o mais bem elaborado ícone. Com ícones bem elaborados, podem-se produzir ferramentas comunicacionais de efeito para as novas mídias, enxergar o universo virtual através de um prisma específico. A rede social Facebook abriga uma floresta de signos exclusivamente contextualizados para o propósito da interação. *Floresta*, segundo o dicionário Soares Amora (1999), refere-se também a “grande quantidade”, embora inicialmente o termo neste trabalho tenha como referência a expressão de Daniel Bounoux (1999, p.49), que diz: “Vivemos menos no meio das coisas do que numa ‘floresta de símbolos’(...)”.

É ciente dessa realidade que este estudo monográfico aborda as novas ferramentas comunicacionais das redes sociais, especificamente do Facebook. Fazendo um recorte, este trabalho se debruça sobre os signos do Facebook. Trata-se de uma análise Semiótica que tem seu aporte teórico em Peirce e outros semióticos. Serão analisados pelos aspectos qualitativos, capazes de estimular os sentidos em relação à percepção, tendo em vista que os signos podem

ter cor, luminosidade, textura, linhas e formas, figuras e composição, movimento, som, volume, proporção etc., enfim, aspectos que podem sugerir associações de ideias, evocar similaridades e aludir relações metafóricas (SANTAELLA; NÖTH, 2010).

Tomando como base o campo de estudo de análise de imagens, este estudo de caso analisa os signos do Facebook que se apresentam em sua interface de diversas formas, podendo ter caráter de ícone, índice e símbolo. Nesse sentido, é objetivo deste trabalho analisar como os elementos visuais e sonoro do Facebook funcionam como signos que ligam os mundos biológico e virtual. O problema a ser pesquisado fica expresso da seguinte maneira: Como os elementos visuais no processo de criação do ator na rede, formando um *Self*, comunicam para esse candidato a usuário?

O fundamento teórico deste estudo se baliza nos conceitos da Semiótica de Charles Sanders Peirce e outros pesquisadores da matéria. Especificamente, o trabalho se debruça sobre três itens da rede social Facebook, que são: a página inicial, reservada à inscrição do candidato a ator da rede social, e como esse primeiro contato do usuário da rede tem caráter icônico; a opção de localizar amigos e o bate-papo, de caráter indicial por apontar ao ator da rede os indícios necessários para criação de laços com a possibilidade de adicionar amigos e interagir com eles através de conversas, compartilhamento de texto e hipertextos e hipermídia; e os referentes simbólicos das postagens que expõem o *Self* do ator da rede, uma vez que o ator da rede pode expor imagens, textos e vídeos.

Desse modo, a pesquisa ainda trata das formas, das cores, dos desenhos associativos e do som presentes na rede social. Assim, as etapas semióticas inerentes à percepção ficam bem fundamentadas. Ou seja, essas etapas compreendem: Primeiridade, que trata da primeira fase da compreensão; Secundidade, que aponta para um sentido de conhecimento do objeto, que neste caso, são os signos do objeto; e Terceiridade, que compreende uma semiose, ou seja, uma compreensão maior da utilização da rede social em questão de acordo com a abordagem dos signos no capítulo dois. Não foram abordados neste trabalho os 81 níveis da semiótica, uma vez que esta monografia tornar-se-ia demasiadamente extensa e complexa.

Outra teoria que trata de processos comunicacionais é a Semiologia aplicada pelo linguista Ferdinand de Saussure, que não se adequa a este trabalho por não possuir divisões de signos como a teoria de Peirce, e por seu conceito de interpretação basear-se em um modelo diático. Uma metáfora para diferenciar a Semiologia em relação à Semiótica é o processo de troca de mercadorias conhecido como escambo, em que não existe um símbolo, mas apenas a

interação de dois agentes; já no processo de troca com uma moeda, existe um terceiro fator simbólico, assim como acontece na Semiótica.

Conceitos teóricos de Psicologia também são ventilados sem aprofundamento neste trabalho. São os conceitos de Raquel Recuero (2009) que tratam da construção do *Self* quando o ator da rede social cria o perfil; do estabelecimento de laços sociais (interação) quando os atores da rede trocam informações; assim como a exposição do *Self* nas redes sociais através das postagens de imagens e comentários.

Um breve passeio sobre a presença dos ícones na humanidade é feito de forma sintética no primeiro capítulo, onde nota-se que a comunicação humana produz e consome informação de acordo com as tecnologias inerentes a cada período histórico. Serão abordadas as antigas impressões dos primeiros humanos nas cavernas e a utilização de códigos em tabletes de argila, assim como as revoluções de reprodução de conhecimento, como na invenção da prensa tipográfica. A sociedade pós-industrializada, com sua revolução digital e a criação de novos ambientes e novas tecnologias, produz e troca informações num ambiente integrado por pessoas e máquinas, o ciberespaço. Os signos do ciberespaço são ferramentas comunicacionais, assim como os signos das linguagens analógicas.

No segundo capítulo, destaca-se a Semiótica enquanto arcabouço teórico que fundamenta a análise nos signos e símbolos das redes sociais. Abordaremos as categorias e tricotomias da teoria pierceana para direcionar a compreensão dos sentidos das ferramentas comunicacionais e ícones de navegação do Facebook.

O último capítulo é dedicado à análise dos objetos de pesquisa: a página de acesso ao Facebook, bem como seus botões e ícones de navegação. Trataremos sobre os signos que permeiam a rede social, com foco nas funções das interfaces gráficas, nos referentes sócio-culturais das interações entre os usuários da rede e na construção e exposição do *Self*.

Esse capítulo recorre ao trabalho de Raquel Recuero e três de seus conceitos em relação às redes sociais. O primeiro conceito, a construção do *Self*, se apresenta na criação do perfil, a qual só é possível através da adesão do usuário à rede, ao tornar-se membro dela. O segundo conceito trata dos laços sociais que se iniciam quando o ator da rede adiciona um amigo à sua rede de amigos e, em seguida, começam as interações através de bate-papos e das trocas de informações. O terceiro conceito, ou seja, a exposição do *Self*, se efetiva através de postagens e comentários que poderão ter aprovação ou não dos agentes interativos. A análise semiótica analisa os signos com suas características em relação a cores, ícones e som.

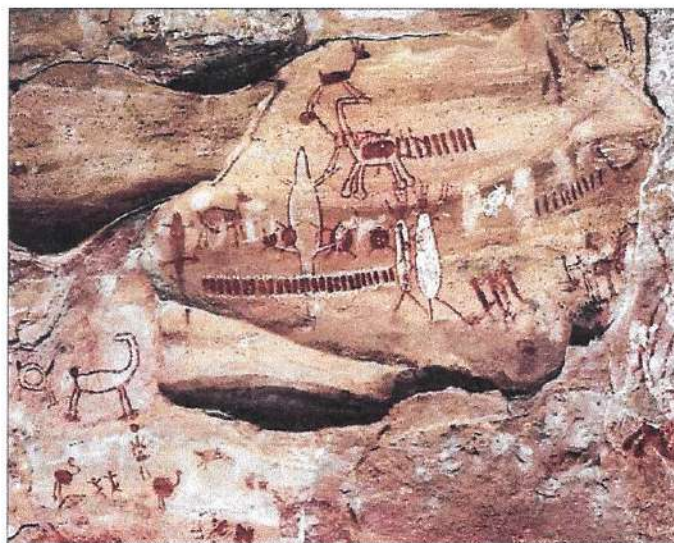
1 CAPÍTULO 1: OS SIGNOS NA COMUNICAÇÃO HUMANA

Iniciamos esta pesquisa considerando que o ser humano deve sua humanidade e ascendência a certo regime simbólico, não descendendo do símio (BOUGNOUX, 1999). Entendendo essa capacidade humana de codificar e decodificar signos este capítulo discorre sobre os primeiros signos humanos desde as cavernas até a revolução digital quando o ser humano duplicou o mundo físico através dos signos no mundo virtual.

1.1 Os signos nas cavernas

Assim é possível perceber a importância dos signos na história da comunicação humana através dos tempos observando o legado pictórico deixado em vários registros espalhados pelo mundo. Desde a mais simples impressão de mão humana nas cavernas até o mais sofisticado sistema linguístico, o ser humano utiliza essa ferramenta comunicacional em suas interações em sociedade.

Figura 1: Nicho policrômico - Toca do Boqueirão da Pedra Furada.



Fonte: FUNDHAM, 2014.

Falar das redes sociais é refletir sobre o homem e suas interações em sociedade, e é nesse contexto que estão inseridos os signos, que se apresentam como ferramentas comunicacionais que tornam as relações humanas mais fáceis e dinâmicas.

Há 20 mil anos, as sociedades humanas começaram a usar os símbolos. Foi nesse período que, segundo Robert Foley (1998, p.259), “surgiram as estruturas sociais de larga escala e que o uso social dos símbolos se torna amplamente estabelecido”. Esses indícios de

humanidade contavam o dia a dia das primeiras sociedades. Nas paredes das cavernas, os homens deixavam seus “perfis” quando desenhavam traços simbólicos de humanos caçando ou até mesmo quando imprimiam usando suas próprias mãos como “carimbos”, o que se pode ver nos registros deixados em várias pinturas rupestres. Esses primeiros signos provam que o ser humano codifica e decodifica mensagem desde os primórdios, o que os diferencia dos outros animais

O período que vai de cem mil a vinte mil anos atrás assistiu ao estabelecimento do repertório de comportamentos plenamente modernos. No entanto, foi apenas nos últimos vinte mil anos que muitas das coisas que costumamos associar aos humanos modernos fizeram sentir seu pleno impacto. Foi durante esse período que ocorreu a diversificação cultural cujas consequências ainda hoje podem ser observadas. Essas populações humanas tiveram um impacto significativo sobre os recursos naturais e sobre os ambientes, e uma combinação de fatores ambientais e demográficos embasaram a guinada para a produção de alimentos, que veio a transformar de forma radical o mundo biológico e cultural. Em termos sociais e cognitivos, foi durante esse período que surgiram as estruturas sociais de larga escala e que o uso socialmente extensivo de símbolos se torna amplamente estabelecido. (Foley, 1998, pp.258-259)

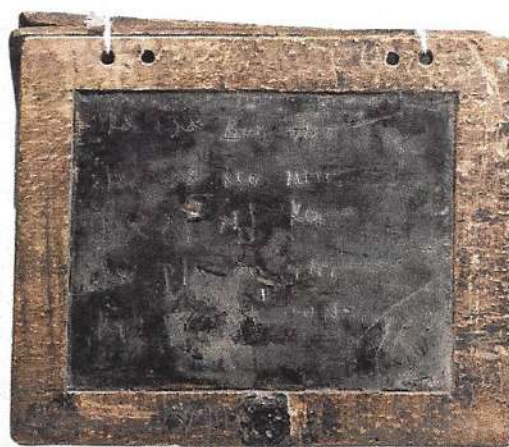
A afirmação de Bounoux (1999, p.49) vai mais além, quando diz que “poder-se-ia sustentar, com razão, que o homem descende mais do signo do que do símio, e que deve sua humanidade a um certo regime simbólico ou significante”. Essa humanidade criou sistemas de comunicação para codificação e decodificação de pensamentos, de modo que o homem primitivo formatou numa segunda realidade paralela uma floresta de signos, realidade tão real e tão vibrante quanto o mundo físico das coisas representadas, como o texto abaixo descreve:

Vivemos menos no meio das coisas do que numa “floresta de símbolos”, como diz Baudelaire no célebre soneto das Correspondências, e estes tornam o mundo familiar para nós, interpondo entre ele e nós uma ordem dos signos, mais manejável e leve do que a das coisas. O império dos signos duplica, assim, nosso mundo natural; a semiosfera (que engloba a cultura em geral) contém a biosfera (a natureza, o mundo animal, vegetal...). Através de toda uma rede de representações codificadas e de signos que são outros tantos para-choques opostos à dureza do mundo, filtramos e, ao mesmo tempo, dominamos o real exterior. (BOUGNOUX, 1999, p.49)

Essa floresta de signos trata de codificar o mundo físico, biológico, podendo-se duplicá-lo, fixando-o no mundo das ideias. Os primeiros humanos começaram a “plantar” essa floresta de signos quando deixavam registrado nas cavernas suas experiências em grupos, sua luta pela sobrevivência e perpetuação da espécie.

Sobre a relação entre a “linguagem simbólica” — expressa através de símbolos abstractos pintados — e a sua intenção, digamos que foi através destas imagens que o homem entendeu que podia fazer passar uma

Figura 2: Tábua de cera romana.



Fonte: NIDDECKER, 2013.

Os signos icônicos, indiciais e simbólicos estão presentes também nos epitáfios das antigas necrópoles na Península Ibérica, com Estelas que datam dos séculos VII e V a.C. Trata-se também da síntese gráfica de um guerreiro paramentado para a guerra, sendo um exemplo de perfil público.

A Estela da Abóbada, achada no sítio arqueológico de Gomes Aires, em Almodôvar (Alentejo), é uma das poucas pedras inscritas, com figuração. No centro, emoldurado pelas bandas com glifos da Escrita do Sudoeste, vemos um guerreiro armado, em pose agressiva. Esta estela documenta o primeiro sistema alfabético usado no território que hoje é Portugal. (HEITLINGER, 2011, p. 13)

Figura 3: Estela da Abóbada.



Fonte: HEITLINGER, 2011.

Outra grande revolução em relação aos signos linguísticos aconteceu com a invenção da tipografia, pois os impressos puderam ser produzidos em larga escala, e o conhecimento e as interações na humanidade avançaram expressivamente.

A maior contribuição de Gutenberg talvez seja o fato de que sua impressão alcançou um estado de eficiência técnica que não foi superado até o início do século XIX [...] Apesar de Gutenberg não ter inventado a maioria dos artifícios que lhe são creditados, sua façanha repousa na síntese científica de um produto prático e econômico. O molde ajustável, que Gutenberg de fato inventou, permitiu que um modelo produzido por um *designer* fosse repetido milhares de vezes. Isso também estabeleceu, três séculos antes de ser comumente adotado pela indústria, o princípio da teoria das partes intercambiáveis, que é a base de todo produto moderno fabricado em escala. (HALEY apud GAUDÊNCIO JUNIOR, 2004, p. 16)

Embora a revolução digital tenha proporcionado muito mais rapidez e agilidade com o ser humano transpondo o tempo e o espaço, a invenção da prensa tipográfica deixou uma herança pictórica imprescindível para a evolução dos signos no ciberespaço.

1.3 Sociedade da informação e a revolução digital

De acordo com Jorge Wertheim (2000), a expressão “sociedade da informação” passou a ser utilizada nos últimos anos do século XX, como substituto para o conceito complexo de “sociedade pós-industrial” e como forma de transmitir o conteúdo específico do “novo paradigma técnico-econômico”.

Esse novo paradigma, de acordo com Manuel Castells (2000), tem as seguintes características: a informação é sua matéria-prima; os efeitos das novas tecnologias têm alta penetrabilidade e apresentam o predomínio da lógica de redes; flexibilidade; e crescente convergência de tecnologias (SANTOS NETO; SILVA, 2013).

Joseph Straubhaar e, Robert Larose (2004) mostram que a sociedade da informação processa e distribui informação e se caracteriza por estar no setor primário da economia. O uso do computador (e dos dispositivos móveis), assim como da telefonia fixa e móvel, é sua ferramenta principal. Empregos são gerados, e profissionais mais bem pagos. Em vista disso,

Os meios de comunicação e as tecnologias de informação são componentes cada vez mais presentes em nossa vida. Uma significativa porção de nossas atividades diárias é dedicada simplesmente a nos comunicar com o resto do mundo. Em termos de consumo de mídia, estima-se que o americano adulto típico gaste cerca de quatro horas por dia assistindo à televisão, cerca de três horas ouvindo rádio e cerca de meia hora lendo jornal. As tecnologias da informação — tais como sistemas avançados de telefonia e computadores pessoais — estão crescendo em importância. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p.1)

De acordo com o portal de informática Olhar Digital (2014), a internet completou 25

anos. Criada no CERN, Organização Europeia para Pesquisas Nucleares, serviu de base para uma das maiores revoluções da história da humanidade. Sua criação serviu para acelerar o processo como os seres humanos produzem e consomem informação. Todo o ciberespaço, onde as mídias e redes sociais atuam, não seria possível sem a presença “da World Wide Web, ou a WWW, como ficou conhecida quando se espalhou pelo mundo”. A reportagem da revista digital também fala sobre a internet afirmando que:

Sir Timothy Berners-Lee é um físico inglês, nascido em Londres em 8 de junho de 1955. Enquanto trabalhava para o CERN, uma das preocupações de Berners-Lee era em como preservar e difundir a informação que era gerada pelos experimentos: ele entendia que se essa informação pudesse ser facilmente acessada por mais cientistas, a velocidade das pesquisas poderia ser aumentada. Apoiando-se em ideias que já vinham sendo maturadas desde a década de 50 (o termo hipertexto, por exemplo, foi usado pela primeira vez por Ted Nelson pouco depois do fim da Segunda Guerra Mundial), Berners-Lee criou o conceito de uma matriz de informação. Ao invés de acessarmos as informações usando a lógica de uma árvore, ele imaginou que poderíamos acessar essas mesmas informações usando círculos e setas. Ou seja, as setas funcionam como os links que nos levam por diferentes lugares, para diferentes círculos de informação. Estava criado o conceito básico, que acabou evoluindo e se transformando na Web como conhecemos hoje. (OLHAR DIGITAL, 2014)

Em 2013, segundo a consultoria Social Bakers¹, o Brasil atingiu 71 milhões de usuários do Facebook. Sites de vendas se multiplicam e oferecem soluções para os problemas mais difíceis dos navegantes do ciberespaço. Pessoas anônimas se tornam famosas com virais caseiros, ao passo que adolescentes ficam milionários da noite para o dia com apenas uma ideia criativa. É o admirável mundo novo da sociedade pós-industrializada.

1.4 Convergência das mídias

No cenário da convergência das mídias, a comunicação pode ser gerada e manipulada digitalmente. Por outro lado, tecnologias tradicionais também transmitem todas as formas de comunicação. Assim, a interação entre as novas mídias e meios convencionais é cada vez mais comum. Produções analógicas são transmitidas digitalmente, como é o caso dos telejornais que podem ser revistos na Web; e o oposto também pode ocorrer, como nos casos em que os telejornais analógicos transmitem um vídeo digital da internet por exemplo. Straubhaar e Larose (2004) continuam defendendo que a sociedade da informação é também a sociedade da agilidade:

¹ Ver OLHAR DIGITAL, 2014.

A transição para uma sociedade baseada na informação está acelerando-se através da rápida convergência de sistemas de comunicação e tecnologias da informação e o crescimento de redes integradas de alta capacidade que carregam informação em formato digital passível de leitura por computadores. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p.2)

A convergência das mídias para a internet transformou as mídias tradicionais e o comportamento das pessoas no ciberespaço, onde os humanos conversam com máquinas e acabam se tornando parte dela. São seres divididos entre um mundo físico e outro virtual. Munido de texto, som e vídeo, o ser humano agora vive duas vidas, tornando-se um ser híbrido capaz de resolver seus problemas com mais agilidade. Nas redes sociais, disponibiliza informações a seu respeito, manipula suas fotos e se apresenta se forma artificialmente construída para publicação nesse novo ambiente de mídias convergidas.

1.5 O ciberespaço

Segundo Pierre Lévy (1999), a palavra “ciberespaço” foi criada em 1984 por William Gibson em seu romance de ficção científica *Neuromante*, em que ressalta os conflitos das sociedades pelo domínio da informação e das tecnologias relacionadas. O autor ainda aponta para um cibridismo dos seres humanos ao se utilizarem de próteses digitais quando afirma que:

Parte de nossa memória está no nosso computador, parte de nossas experiências está na câmera de nosso celular, parte de nossas percepções a respeito do mundo está nas nossas memórias em um blog, parte das coisas que vimos e lembramos está no Flickr. Nós nos estendemos para além do nosso corpo e passamos a existir em vários lugares e tempos diferentes por meio da tecnologia. Somos híbridos. (VAZ, 2011, p.59)

O ciberespaço está presente também nas produções artísticas. Segundo Diana Domingues (2003), que fala da interação artística entre sistema biológico e digital fazendo e consumindo informação, trata-se de “biofeedback e technofeedback”, havendo trocas de informações entre o “biológico e as tecnologias a partir das interfaces que colocam em contato sistemas diferentes” (p.96). Seres humanos e máquinas, produzindo e processando informações no mundo físico ou no mundo subjetivo, no mundo atômico ou no mundo digital dos algoritmos e estruturas de dados/árvores binárias.

Lévy (1999) define o ciberespaço como:

As redes sociais mais expressivas não poderiam deixar de ser lembradas neste estudo de caso que aborda um tema relacionado às suas interações mediadas pelas ferramentas comunicacionais presentes em todas elas: os signos.

A primeira rede a encabeçar a lista é o Orkut, que foi criado por Orkut Buyukkokten, aluno da Universidade de Stanford e funcionário do Google, e adquirido mais tarde pelo próprio Google. O Orkut foi uma das primeiras redes sociais mais expressivas. Segundo Recuero (2009, p.65), o Orkut “combinava diversas características de sites de redes sociais anteriores (como a criação de perfis focados no interesse, a criação de comunidades e, mesmo, a mostra dos membros da rede social de cada ator)” e popularizou-se no Brasil e na Índia.

Já o Fotolog é um sistema de publicação de fotografias e pequenos textos e permite receber comentários. A autora continua dizendo que “A partir de 2007, o Fotolog incorporou a possibilidade de criar fotologs de grupos, prática que já era adotada pelos próprios usuários” (RECUERO, 2009, p. 65).

Também há o Flickr, para publicação de fotografias, textos e comentários. Ainda segundo Recuero (2009, p.65), “O Flickr foi originalmente desenvolvido por uma companhia canadense em 2004 (...) e permite o envio e fotos de vídeos, publicar imagens e receber comentários”.

A autora também aponta o MySpace, que “permitia a mostra de redes sociais e a interação com outros usuários através da construção de perfis, blogs, grupos e fotos, música e vídeos” (RECUERO, 2009, p. 172). O site também servia de suporte para a produção musical.

O Twitter é um microblog, e sua principal característica é que o usuário se limita aos 140 caracteres e se utiliza de qualisignos, fotos e marcas dos usuários que podem ser pessoas ou corporações.

Finalmente, destacamos o Facebook, objeto de estudo do próximo capítulo, que Mark Zuckerberg criou quando ainda estudava em Harvard. Este trabalho trata das ferramentas de comunicação desta rede social. De acordo com Recuero (2009), o público-alvo do Facebook eram os alunos concluintes do ensino secundário nos Estados Unidos, assim como os que estavam entrando para a universidade. Lançado em 2004, sua abrangência mundial diferenciava-se da do Orkut e das demais redes sociais que tinham sua base de usuários com segmentação geográfica limitada.

Desse modo, os ícones de navegação precisam se adequar flexivelmente às várias plataformas de sistemas operacionais e navegadores, o que caracteriza mobilidade.

Dois traços notáveis do signo merecem ainda ser sublinhados, a *abreviação* e a *idealidade*. A primeira vantagem do signo é a abreviação. Codificar é abreviar, um signo é sempre mais breve do que a coisa à qual remete. Tomemos o exemplo típico do mapa, que *não é o território*; muito — mesmo infinitamente — mais simples do que este, o mapa torna-o, ao mesmo tempo, manejável e decidível. *Less is more* (segundo a expressão célebre de Nicholas Negroponte), a informação é uma grandeza negativa, uma subtração infligida à complexidade do real. (BOUGNOUX, 1999, p.66)

Este conceito se evidencia na aplicação de um simples ícone de navegação digital, que pode sintetizar uma ideia em uma página da Web e facilitar a navegação nos hipertextos e até mesmo servir de guia para um sub-menu de outros ícones. É o conceito de Negroponte *apud* Bognoux, (1999): “Menos é mais”.

2.1 Categorias e tricotomias

As categorias e tricotomias da Semiótica de Peirce são divisões organizadas para melhor compreensão do processo de semiose, que visam organizar os conceitos da teoria. As três categorias são níveis de percepção, apreensão e significação relacionados aos signos.

Assim, a primeira tricotomia trata do signo em relação a ele mesmo; já a segunda tricotomia apresenta a relação do signo com o objeto; e finalmente a terceira tricotomia trata do signo em relação ao interpretante. O quadro a seguir traça um diagrama das categorias e tricotomias.

CATEGORIAS	TRICOTOMIAS		
	SIGNO I	SIGNO II	SIGNO III
	REPRESENTÂMEN EM SI	RELAÇÃO AO OBJETO	RELAÇÃO AO INTERPRETANTE
PRIMEIRIDADE-1	QUALI-SIGNO	ÍCONE	REMA
SECUNDIDADE-2	SIN-SIGNO	ÍNDICE	DICENTE
TERCEIRIDADE-3	LEGI-SIGNO	SÍMBOLO	ARGUMENTO

Quadro 1: Modos categóricos tricotômicos dos signos peirceanos. Fonte: NÖTH, 2009.

2.1.1 Primeira tricotomia - Signo/Representâmen em relação a si mesmo

Segundo Lucy Niemeyer (2003, p.35) “Signo em si, ou Representâmen (é sinônimo de Signo), é algo que integra o processo de representação, passível de ser percebido, sentido. Ele é o suporte das significações que serão extraídas do signo.” Assim,

Um Signo, ou Representâmen, é um Primeiro que se coloca numa relação triádica genuína tal com um Segundo, denominado seu Objeto, que é capaz de determinar um Terceiro, denominado seu Interpretante, que assuma a mesma relação triádica com seu Objeto na qual ele próprio está em relação com o mesmo Objeto. (PEIRCE, 2012, p.64)

Quali-signo – Pertence à categoria da Primeiridade e, de acordo Niemeyer (2003), trata-se de uma qualidade que é signo, que trata de características como cor, textura e acabamento do Representâmen (signo).

O recorte deste trabalho defende que a página destinada à adesão à rede social Facebook pertence à Primeiridade por se tratar de uma primeira aproximação do candidato a usuário da rede, através de sua percepção das cores e seus tons, de formas e ilustrações. Essa premissa fica clara

[...] as três grandes classes de propriedades que permitem ao signo se relacionar com seu objeto são: (a) a mera qualidade que o signo possui em si mesmo, sua Primeiridade; (b) o fato de ser um existente, sua Secundidade, ou (c) a lei, sua Terceiridade. No caso do signo icônico, o fundamento ou propriedade interna ao signo, que sustenta sua relação com o objeto, está em uma mera qualidade. Isso quer dizer que, na relação com o objeto, o signo é icônico porque, em si mesmo, o signo é uma simples qualidade, ou seja, um quali-signo, uma qualidade que é um signo. [...] Ora, a proeminência dos caracteres qualitativos do som [...] impõe-se por si mesma, nunca tendo cessado de ser posta em relevo pelos músicos e musicólogos. O som é airoso, ligeiro, fugaz. Emanando de uma fonte, o som se propaga no ar por pressões e depressões, percorrendo trajetórias, sujeitas a deformações, cujos contornos e formas nunca se fixam. (SANTAELLA, 2001, p.105)

Portanto, Santaella (2001) trata o som como um quali-signo icônico, considerando-o como um ícone. Assim, fica claro que um ícone não se refere apenas a um desenho. Com base nessa premissa, pode-se sustentar que os sons digitais e especificamente o som de alerta da rede social Facebook atua como um quali-signo.

Sin-signo – Segundo Niemeyer (2003), pertence à categoria da Secundidade e trata da forma, cor e dimensões do signo, mas também de um conjunto de quali-signos.

Um *Sin-signo* (onde a sílaba *sin* é considerada em seu significado de “uma única vez”, como em *singular*, *simples*, no Latim *se mel* etc.) é uma coisa ou evento existente e real que é um signo. E só o pode ser através de suas qualidades, de tal modo que envolve um qualissigno ou, melhor, vários

qualissignos. Mas estes qualissignos são de um tipo particular e só constituem um signo quando realmente se corporificam. (PEIRCE, 2012, p.52)

Legi-signo – Ainda de acordo com Niemeyer (2003), pertence à categoria da Terceiridade e trata das convenções, padrões, regras e normas. Como demonstra Peirce em seus escritos:

Um *Legi-signo* é uma lei que é um Signo. Normalmente, esta lei é estabelecida pelos homens. Todo signo convencional é um legi-signo (porém a recíproca não é verdadeira). Não é um objeto singular, porém um tipo geral que, tem-se concordado, será significante. (PEIRCE, 2012, p.52)

2.1.2 Segunda tricotomia – Signo em relação ao objeto

Para Niemeyer (2003, p.36), objeto é “algo que seja passível de representação”. As estratégias que o representam formam o Objeto desse algo, “a natureza da mediação que o signo estabelece com o Objeto Dinâmico”. Trata-se da maneira “como o signo se refere àquilo que ele representa”. Sobre Objeto, Pierce afirma:

A palavra *Signo* será usada para denotar um objeto perceptível, ou apenas imaginável, ou mesmo inimaginável num certo sentido [...] (PEIRCE, 2012, p. 46)

Dois homens estão na praia, olhando para o mar. Um deles diz ao outro “Aquele navio não transporta carga, apenas passageiros”. Ora, se o outro não estiver vendo navio algum, a primeira informação que ele extrai da observação do outro tem por Objeto a porção do mar que ele está vendo, e informa-o que uma pessoa com um olhar mais aguçado que o seu, ou mais treinada na observação de coisas desse tipo, pode ali distinguir um navio; e assim, tendo sido o navio dessa forma introduzido em seu campo de conhecimento, esse homem está preparado para receber a informação de que tal navio transporta apenas passageiros. Mas, para a pessoa em questão, a frase tem por Objeto apenas aquele com o qual ela já está familiarizada. Os Objetos — pois um Signo pode ter vários deles — podem ser, cada um deles, uma coisa singular existente e conhecida ou que se acredita tenha anteriormente existido ou que se espera venha a existir, ou um conjunto de tais coisas, ou uma qualidade, relação ou fato conhecidos cujo Objeto singular pode ser um conjunto ou uma totalidade de partes, ou pode ter outro modo de ser, tal como algum ato permitido cujo ser não impede sua negação de ser igualmente permitida, ou algo de uma natureza geral desejado, exigido, ali invariavelmente encontrado em certas circunstâncias gerais. (PEIRCE, 2012, p. 48)

Ícone – Pertence à categoria da Primeiridade e, para Niemeyer (2003), sua representação se dá por semelhança. O próprio Peirce (2010, p.64) é categórico quando afirma que “A única maneira de comunicar diretamente uma idéia é através de um ícone”, ou um conjunto deles, como o texto a seguir sugere.

A única maneira de comunicar diretamente uma idéia é através de um ícone; e todo método de comunicação indireta de uma idéia deve depender, para ser estabelecido, do uso de um ícone. Daí segue-se que toda asserção deve conter um ícone ou conjunto de ícones, ou então deve conter signos cujo significado só seja explicável por ícones. A idéia significada por um conjunto de ícones (ou o equivalente a um conjunto de ícones) contido numa asserção pode ser denominada de predicado da asserção. (PEIRCE, 2012, p.64)

Bougnoux (1999) defende que o ícone é um recorte do universo em que está inserido, afastando-se do objeto, mas que o sintetiza, resumindo sua grandeza;

[...] pedra esculpida, tela dos quadros, papel dos desenhos, das fotografias, dos mapas do metrô ou de geografia, vidro dos vitrais ou metal das placas de sinalização “curva perigosa” ou “queda de pedras”... todos estes ícones têm em comum o fato de manter um elemento descritivo ou esquemático de analogia com seu referente, de modo que um estrangeiro pode sem muita dificuldade compreendê-los. Apesar de menos imediata do que os índices, a camada icônica de nossas comunicações transpõe facilmente fronteiras: e é por isso que certas imagens, de atualidade (CNN) ou de ficção (Hollywood, Mickey), são produzidas hoje em escala diretamente planetária. (BOUGNOUX, 1999, p.60)

Índice – Por sua vez, segundo Niemeyer (2003), o índice pertence à categoria da Secundidade e está mais próximo do objeto, como se fosse sua impressão digital. Mas Peirce expõe sua ideia sobre índice de forma mais abrangente:

Os índices podem distinguir-se de outros signos, ou representações, por três traços característicos: primeiro, não têm nenhuma semelhança significativa com seus objetos; segundo, referem-se a individuais, unidades singulares, coleções singulares de unidades ou a contínuos singulares; terceiro, dirigem a atenção para seus objetos através de uma compulsão cega. Mas seria difícil, senão impossível, citar como exemplo um índice absolutamente puro, ou encontrar um signo qualquer absolutamente desprovido da qualidade indicial. Psicologicamente, a ação dos índices depende de uma associação por contiguidade, e não de uma associação por semelhança ou de operações intelectuais. (PEIRCE, 2012, pp.75-76)

Símbolo – Para Winfried Nöth (2009, p.83) “é o signo da segunda tricotomia que participa da categoria de Terceiridade. A relação entre Representâmen e objeto é arbitrária e depende de convenções sociais. A associação não é de juízo próprio, e sim de um código pré-existente em relação ao signo. Peirce assim define símbolo:

A palavra *Símbolo* possui tantos significados que seria uma ofensa à língua acrescentar-lhe mais um. Creio que a significação que lhe atribuo, a de um signo convencional, ou de um signo que depende de um hábito (adquirido ou nato), não é tanto um novo significado, mas, sim, um retorno ao significado original. [...] Normalmente se diz que na palavra *símbolo* é preciso entender o “correr junto com” no sentido de “conjecturar”; mas, se fosse este o caso, deveríamos descobrir que *algumas vezes*, pelo menos, significaria uma

3 CAPÍTULO 3: OS SIGNOS DO FACEBOOK

Este capítulo trata da rede social mais influente da atualidade e que tem o maior número de usuários. O Facebook se organiza em torno de usuários que podem publicar qualquer conteúdo e interagir com outros usuários. Principalmente das mediações que os seus signos farão na construção do “*Self*” do usuário. Como afirma Raquel Recuero (2009) com base nos estudos de Döring “‘identidade cultural’, ‘identidade narrativa’, ‘*Self* múltiplo’, ‘*Self* dinâmico’ e ‘*Self* dialógico’ é o foco da construtividade, mudança e diversidade” (DÖRING apud RECUERO, 2009, p.26).

Todos esses “*Selves*” construídos no Facebook têm sempre a possibilidade de alteração. Há uma ferramenta que possibilita a exclusão de informações indesejadas, ela está localizada no canto superior direito e é acessada através de uma seta. Trata-se da palavra “excluir”. As ferramentas comunicacionais estão presentes na navegação da página da rede social mediando Interação, Relação e Laços Sociais.

Inicialmente, a rede social de Mark Zuckerberg limitava-se a uma rede de contatos do universo de um jovem universitário que compreendia a sua saída da escola e entrada na universidade. Essa mudança comum nos Estados Unidos quase sempre representava uma mudança de cidade e nos laços sociais do aluno.

Nos primórdios do Facebook, havia uma restrição para a adesão à rede, pois o candidato deveria fazer parte de alguma instituição reconhecida. Estava disponível apenas para alunos da universidade de Harvard em 2004. Mas, em 2005, passou a aceitar alunos de outras instituições de ensino. Seu funcionamento se caracteriza pela criação de perfis e comunidades, além de que cada perfil pode acrescentar módulos e aplicativos “(jogos, ferramentas, etc.)”

O sistema é muitas vezes percebido como mais privado que outros sites de redes sociais, pois apenas usuários que fazem parte da mesma rede podem ver o perfil uns dos outros. Outra inovação significativa do Facebook foi o fato de permitir que usuários pudessem criar aplicativos para o sistema. O uso de aplicativos é hoje uma das formas de personalizar um pouco mais os perfis (Boyd & Ellison, 2007). (RECUERO, 2009, p.171)

A relevância da rede social escolhida para o estudo de caso não pode ser ignorada. Ainda que o Facebook deixe de existir, seu papel ante os atores no ciberespaço e na semiosfera resistirá ainda por muito tempo. Também suas ferramentas de comunicação, que facilitam as interações dos atores nas redes, por suas formas, cores, sons dos signos, e os

- *Affordance*: propriedades percebidas e propriedades reais de um objeto que sugerem como o objeto é.
- Mapeamento Natural: característica que cria uma relação clara entre o que o usuário quer fazer e como usar o mecanismo para executá-lo.
- Restrições: redução do número de maneiras de realizar uma tarefa e a quantidade de conhecimento necessário para executar uma tarefa, tornando-a mais fácil de descobrir.
- Modelos Conceituais: um modelo conceitual bom é aquele em que o entendimento do usuário de como algo funciona corresponde à maneira como ele realmente funciona. Dessa forma, o usuário pode prever com confiança os efeitos de suas ações.
- *Feedback/Resposta*: indicação ao usuário de que uma tarefa está sendo executada e se o está acontecendo corretamente.
- Segurança: o usuário precisa estar protegido contra ações não intencionais ou erros.
- Flexibilidade: característica que permite que os usuários mudem de ideia; e cada usuário pode fazer a coisa de forma diferente.

Assim, é possível concluir que o objetivo funcional da interface gráfica e dos ícones de navegação do Facebook é o de aproximar, resumir, sintetizar e simplificar a navegabilidade da rede para o usuário. Também é válido afirmar que cada ícone, cada som, cada cor e cada forma foi simplificada antes de estar presente na interface. Isa Haro Martins (1998) explica como isso funciona:

A representação gráfica que o usuário percebe na tela é compatível com o modelo de dados do sistema, apresentando resultantes de vários cálculos simbólicos feitos automaticamente pelo sistema. Esta representação torna menor a distância entre a forma dos dados e aquilo que ela representa, oferecendo ao usuário uma melhor aproximação do objeto real. (MARTINS, 1998, p.19)

Ainda é possível concluir que, sem essa simplificação produzida pelos ícones de navegação da interface gráfica do Facebook, cada interessado em ingressar na rede social seria obrigado a aprender programação para preencher um simples formulário de adesão à rede. Fica claro, então, que os *designers* da interface do Facebook seguiram essas diretrizes de planejamento de design, o que inclui o projeto dos signos — sejam os ícones de navegação, os sons, as cores ou as formas.

Por outro lado, é possível identificar também que os ícones são adaptados de acordo com o formato dos dispositivos. A figura a seguir ilustra os formatos dos dispositivos mais

comuns existentes, sejam eles fixos ou móveis. De qualquer forma, o design flexível permite a adequação dos ícones de navegação, fazendo com que a navegabilidade não seja comprometida.

Figura 4: Formatos de dispositivos.



Fonte: GRASSET, 2011.

Na Web 3.0, é importante considerar o conceito de Conteúdo Flexível, que deve se adaptar às alterações de formatos causados pelo giroscópio⁴ dos dispositivos móveis. Sendo assim, os ícones e conteúdos se adaptam de acordo com a necessidade do usuário em visualizar da forma que quiser, seja girando o dispositivo para ver em retrato ou para ver em paisagem (GRASSET, 2011).

O design flexível, que promove a dinâmica nas páginas para os dispositivos móveis de última geração, permite a criação de novos ícones e a omissão de outros tantos. Esse tipo de design de interface possibilita ocultar ícones resumindo-os em um botão e apresentar modificações da página exigidas pelo manuseio nos dispositivos móveis que possuem giroscópio, para a adequação em seus formatos retrato e paisagem. As figuras abaixo exemplificam esse tipo de flexibilidade.

⁴ Segundo Silva Jr. e Santos (2005, p.1), "O giroscópio é um dispositivo que mede a inclinação de um objeto em relação a um eixo definido".

importante em sua vida”. Logo abaixo da missão, veem-se em cores suaves representações icônicas de bustos desenhados e conectados por linhas, não se tratando de ícones de navegação, mas de mera representação gráfica, síntese de sua missão.

Figura 9: Página de adesão do site Facebook.

É necessário o preenchimento de dados básicos, como nome, e-mail e confirmação do e-mail, e a criação de uma senha, além de data de nascimento e gênero. Estas são mediadas por ícones que dão acesso ao mundo virtual do Facebook no ciberespaço. Através da coloração gradiente, linhas e formas, figuras e composição, tem-se aqui a qualidade icônica da página de criação do perfil.

A iconicidade da página de adesão que permite que o futuro usuário crie seu perfil e passe a fazer parte da rede está nos retângulos que são áreas reservadas para preenchimento de dados cadastrais; tem esse caráter por se tratar de um primeiro percepto, uma Primeiridade. Os símbolos indiciais das possibilidades de interações residem no já comentado desenho dos bustos interligados, mas a carga simbólica e psicodinâmica cromática residem na escolha da predominância da cor azul e seus tons. Modesto Farina (2006) afirma que “a cor azul é a preferida por mais da metade da população ocidental” (p.102). Mais ainda, como afirma Heller (apud FARINA; PEREZ; BASTOS, 2006, p.102), “o azul é a cor mais lembrada quando os ocidentais querem referir-se à simpatia, à harmonia, à amizade e à confiança”. Essa cor compõe toda a identidade visual da rede social Facebook.

3.4 A página inicial, a iconicidade e o indício do *Self*

O perfil compreende uma imagem do *Self* que se apresenta de forma denotativa: trata-se da exposição de uma pessoa com suas qualidades de certa forma idealizadas. O ator da rede

se expõe até certo ponto, e este “show” de si mesmo se faz com muita informação inerente ao ator; trata-se apenas de uma indicação relativa ao usuário. Sua foto se torna um ícone, uma representação de si mesmo, ao passo que suas ações indicarão todo o simbolismo inerente à sua própria vida no ciberespaço.

O perfil é a seção do Facebook reservada à efetivação da construção do *Self*, que, na opinião de Gabriel Artur Marra e Rosa & Benedito Rodrigues dos Santos (2013), compreende duas linhas teóricas. A primeira defende que o usuário cria uma identidade pessoal socialmente desejada, e a segunda entende que a criação do *Self* se dá por características próprias, sendo influenciada pelas personalidades dos outros atores da rede, gerando assim uma adequação do produto (as identidades do dono do perfil) ao consumidor (os demais usuários).

Tudo isso começa quando o usuário aciona o botão “Entrar” — após ter preenchido, se iniciante, uma ficha cadastral que lhe dá acesso a fazer parte da rede — e continua indefinidamente através dos seus acessos. Esta seção é efetivamente de caráter icônico, por se tratar da construção do “Eu” que se tornará índice nos mecanismos de busca da rede quando outros atores pretenderem adicionar a pessoa ao seu círculo de amizades.

Figura 10: Perfil de usuário do site Facebook.



A página de perfil é o primeiro passo na busca da customização, que, segundo Rosa e Santos (2013), advém da elaboração do perfil por meio da publicação de dados e de fotos, pelas opções de privacidade e pelas postagens, como: autodescrições, comentários, *links*,

citações, poemas e vídeos. Dessa maneira, formam um conjunto de indícios referentes ao que o usuário e criador do perfil quer expor.

Fatores importantes na construção do perfil são as informações do proprietário do perfil. A seção “Sobre” permite ao usuário informar sobre seu trabalho e educação e expor sua vida dando informações pessoais que podem ajudá-lo ou prejudicá-lo tanto nos negócios como na vida afetiva. Ao expor sua opinião política, por exemplo, compromete-se com uma linha de pensamento em detrimento de outra. É importante destacar que, ao permitir sua localização por GPS⁵, o usuário está deixando um rastro físico no ciberespaço.

3.5 A interação e a criação de laços

O Facebook parece ter incorporado os conceitos e interfaces das redes sociais que ficaram para trás. O Orkut também permitia a criação de perfis, a localização e o adicionar de conhecidos através de convites, o que não se usa mais na nova interface — nisso também o Facebook se inspirou. Do Flickr, a rede social de Zuckerberg incorporou as postagens de fotos com hipertextos; e, do extinto MSN, o bate-papo.

O bate-papo do Facebook conta com ícones dos perfis pessoais, que são as fotos; esferas 3D na cor verde sinalizando se o participante está online; e pequenos desenhos representando dispositivos móveis de última geração, uma indicação de que o usuário não está num *desktop*. Nele, também é possível pesquisar amigos, definir *status*, aparecer invisível e tantas outras opções interativas.

Primeira ferramenta que indica ao usuário que este pode criar laços adicionando outros usuários é o ícone “Localizar amigos”. A silhueta de duas pessoas vazada sobre o azul da barra superior do Facebook tem caráter icônico, por representar dois atores; indicial, por mostrar ao usuário a possibilidade de localizar um amigo ou de ser localizado por ele, assim como poder decidir sobre aceitar um convite de amizade ou recusá-lo.

⁵ O GPS é um sistema multipropósitos, que permite aos usuários determinar suas posições expressa em latitude, longitude e altura geométrica ou elipsoidal em função das coordenadas cartesianas X, Y e Z em relação ao centro de massa da Terra

Figura 11: Ferramenta “Localizar amigos” do site Facebook.



O ator da rede tem a possibilidade de interagir com seus amigos adicionados através do bate-papo; de modo singular-indicativo, a barra lateral contém todos os seus amigos como os quais o usuário pode conversar e interagir. As imagens icônicas das fotos de seus amigos diferenciam os atores, ao passo que pequenos desenhos representando dispositivos móveis indicam se o usuário está conectado por *desktop* ou dispositivo móvel. Um signo icônico indicial também aponta para os usuários online, a saber: uma esfera de cor verde sinaliza que determinado amigo está online. Também é possível saber o tempo decorrido desde a última conversa pela indicação de um número acompanhado de uma letra, que informam se a última conversa ocorreu há minutos ou horas. Outro ícone com caráter indicial sinaliza quando outros usuários das redes postam, compartilham ou comentam postagens. Trata-se de um sinal de alerta em cor vermelha com um número variável em branco. O número mvasado em branco refere-se a quantidade de postagens novas.

Figura 12: Alerta de notificação do site Facebook.

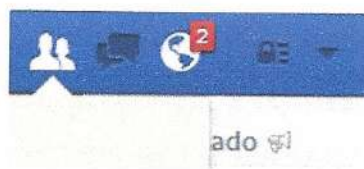


Figura 13: Bate-papo do site Facebook.



Mais uma possibilidade de interação se dá através ícone “Curtir”, um ícone com 16 x 16 pixels que exhibe o desenho de um polegar. Logicamente, trata-se de um signo, tanto por sua cor e forma como pela carga simbólica com reputação histórica, e significa que o ator da rede gostou do que foi postado. Sua função interativa baseia-se nos comentários e postagens feitas pelos atores da rede.

O ícone “Curtir” (Figura 8) carrega em si caráter icônico de representatividade e simbólico, o que se aplica em termos semióticos a este botão, também se aplica a todos os ícones aqui estudados, pois Peirce (2012, p.278) afirma que “A única maneira de comunicar diretamente uma ideia é através de um ícone”. Baseado nessa afirmação, conclui-se aqui que o ícone “Curtir” sintetiza o que se propõe no processo interativo. Mesmo não tendo uma função de navegabilidade, esse ícone e todos os outros tornam o mundo virtual mais manejável e a navegação mais ágil e fácil. O “Curtir” é um símbolo por sua forma e indicativos que representam se um ator da rede gostou ou não do que foi exposto.

3.6 Os referentes simbólicos das postagens e a exposição pública do *Self*

Logo abaixo do mecanismo de busca do Facebook, estão ordenados os ícones destinados à exposição do *Self*. Por meio deles, é possível falar sobre si ou sobre qualquer assunto. O desenho do ícone *status* antes de sua atualização era representado por uma folha dobrada com traços no centro indicando as linhas de texto. Logo ao lado, o ícone de postagens de imagens e vídeos, todos, mesmo que sejam substituídos, se apresentam como ícones memoráveis.

Os ícones de exposição do *Self* dão acesso a hipermídias. Segundo Santaella:

Antes da era digital, os suportes estavam separados por serem incompatíveis: o desenho, a pintura e a gravura nas telas, o texto e as imagens gráficas no papel, a fotografia e o filme na película química, o som e o vídeo na fita magnética. Depois de passarem pela digitalização, todos esses campos tradicionais de produção de linguagem e processos de comunicação humanos juntaram-se na constituição da hipermídia. (SANTAELLA, 2007, p.390)

Sendo assim, é possível afirmar que, ao se curtir, postar e compartilhar um vídeo, faz-se através desses signos mediadores dos dois mundos, configurando uma interação.

Figura 14: Ferramentas de exibição do *Self*.



Embora o mundo virtual seja simplificado através dos ícones, é preciso cautela quando se pretende interagir nas redes sociais e principalmente no Facebook. Eventos indesejados e até constrangedores invadem o ciberespaço e complicam a vida dos atores das redes — muitas vezes expondo o lado sombrio da psique humana, como nos casos de exposições preconceituosas do *Self*. Isso torna as sequências de ícones do “status” que permitem ao usuário expor suas opiniões uma das mais delicadas do Facebook. Essa ferramenta torna possível também adicionar fotos, vídeos e comentários, permitindo o processo de interação.

A exposição pública da rede social nem sempre resulta em uma interação feliz. A depender da manifestação de pensamento exibida no ciberespaço, o resultado poderá não ser tão agradável, e as consequências podem vir em forma de punição social. Por outro lado, os

espaços de interação no Facebook também podem se tornar uma oportunidade de recomeço, de reconhecimento do erro cometido, de reconstrução de conceitos.

Um exemplo não muito agradável de exposição pública é o da professora que ironizou a aparência de um passageiro e foi demitida de seu cargo de Coordenadora de Cooperação Internacional de uma universidade carioca doze dias depois da postagem e comentários no Facebook.

Figura 15: Postagem depreciativa da Professora Rosa Marina Meyer.



O caso da professora foi pauta de diversos portais de notícias. O texto de O Globo Educação afirma:

Rosa Marina caiu em desgraça na semana retrasada, quando publicou no Facebook um post com a foto de um passageiro na sala de embarque do Santos Dumont acompanhada da legenda: “Rodoviária ou aeroporto?”. Na imagem, o advogado Marcelo Santos, até então não identificado, estava de bermuda e camisa regata. Colegas de Rosa, como o reitor da Unirio, Luiz Pedro Jutuca, e a professora Daniela Vargas, também da PUC-Rio, comentaram o post com mais ironias. (O GLOBO, 2014)

Nesse processo delicado de interação, essa ferramenta de exposição interativa gerou um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social (RECUERO, 2009). Esse reflexo social se deu quando, indignados, os atores da rede repudiaram a ação infeliz da professora. Ação no ciberespaço tem reação também no ciberespaço e no mundo biológico. Os atores das redes sociais vivem num grande sistema que responde aos estímulos,

Irene Machado (2007, p.88) afirma que a “semiosfera atua sobre os sistemas modelizantes de signos, códigos culturais responsáveis pela geração das linguagens da cultura”. Portanto, saber usar a ferramenta é essencial para se viver e sobreviver sem sequelas e rótulos nas redes sociais.

Finalmente, a exibição do *Self* e suas interações se dão principalmente pela sequência de signos que compreendem palavras e ícones que permitem curtir, comentar ou compartilhar conteúdos na rede. A nova interface conta com um novo ícone, em forma de seta, que serve para compartilhar a publicação de outro usuário. Tal qual o polegar de “Curtir” e o balão de “Comentar”, a seta serve para interação.

Figura 16: Ferramentas Curtir, Comentar e Compartilhar do site Facebook.

A horizontal bar from a Facebook interface showing three interactive buttons: 'Curtir' (like), 'Comentar' (comment), and 'Compartilhar' (share). To the right of these buttons are three icons: a thumbs-up icon followed by the number '1.191', a speech bubble icon followed by '225', and a share icon followed by '54'.

Curtir · Comentar · Compartilhar ·  1.191  225  54

A relevância dos botões que ligam a interconexão entre ser humano e máquinas ocorre em qualquer processo de comunicação humana e se faz através dos ícones que dão sentido ao mundo material, gravando verdadeiras cópias do mundo real no mundo das ideias e do espírito humano. Somos humanos porque fazemos signos e os interpretamos.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os ícones de navegação, assim como a interface gráfica do Facebook, são signos, com formas, cores, sons, simbologias, associações e leis. Portanto, seu papel é de facilitar a utilização da rede pelo usuário, promovendo navegabilidade. É com base nesse pensamento que é possível afirmar que se tratam de ferramentas comunicacionais que sintetizam algoritmos e códigos computacionais complexos, tornando-os acessíveis através de metáforas visuais.

Semioticamente, foi possível perceber o caráter icônico da página de adesão à rede social em questão, que, por estar mais próxima ao ator da rede, apresenta características de uma Primeiridade. Essa página pode também indicar o caminho para que se inicie a criação do perfil que irá possibilitar a criação do *Self*, o que caracteriza referências indiciais.

Em relação a interação e criação de laços sociais, os atores das redes o fazem pelo ícone de “Localizar amigos” e de bate-papo. Também é possível afirmar que esses signos têm caráter indicativos, pois com eles o usuário da rede pode localizar amigos, adicioná-los e, em seguida, interagir com eles pelo bate-papo enviando ou recebendo arquivos, imagens, vídeos e textos.

As postagens que permitem a exibição do *Self*, e ainda podem ser curtidas (aprovadas) ou compartilhadas, são de caráter simbólico por tratarem de uma Terceiridade, embora tenham aspectos icônicos e indiciais. Neste caso, os signos representam uma profundidade e uma intimidade com a rede, o que já se configura como semiose: a compreensão da rede, desde o primeiro contato, passando pelo aprendizado, até o entendimento geral — por mais que evidentemente seja difícil se entender completamente o Facebook, por apresentar uma vasta floresta de signos.

As redes sociais tratam do homem interagindo em sociedade, o que se pode perceber desde as cavernas, quando, através de desenhos primários, os primeiros humanos começaram a interagir por meio de códigos simples. Os códigos evoluíram, assim como as tecnologias e formas de armazenamento de informações. Primeiro, as tintas nas paredes das cavernas, depois os dispositivos de argila, em seguida peles de animais, papiros e livros em metal; mas toda a tecnologia na troca de conhecimento e armazenamento de informações só ganhou proporção com a invenção da prensa tipográfica, que tornou possível o compartilhamento de informação em larga escala, promovendo interação para a sociedade de seu tempo. Toda a

herança pictórica humana é codificada e transformada em bits através da digitalização na revolução digital. O mundo foi duplicado e representado através de interfaces gráficas, onde o tempo e o espaço são transpostos e os negócios são permitidos pela ausência de fronteiras físicas. Nesse espaço, as pessoas são representadas por signos, *Selves* desejados, e também interagem e se expõem.

É nesse contexto que a Semiótica atua e mostra sua utilidade: defende que tudo é signo e que o signo representa alguma coisa para alguém. Quando trata das etapas necessárias para que haja uma interpretação, a Semiótica sugere que o signo se relaciona com ele mesmo, com seu objeto e com o seu significado. Em outras palavras: Primeiro o signo é percebido Em relação ao seu objeto, tome-se por exemplo o ícone “Curtir” do Facebook: trata-se de um ícone com função indicial, por indicar ao usuário a forma como este deve expressar seu gosto pelo material postado, mas também simbólico, pelo seu significado associativo e convencionado com o sentimento de positividade. Em relação ao seu significado, novamente exemplificando como botão de “curtir”: tem-se nesse botão o Rema (palavra), que é a palavra “curtir”; o Dicente (a afirmação), que permite evocar a expressão coloquial brasileira da palavra e afirmar que significa gostar; e, finalmente, o Argumento, que não deve deixar nenhuma dúvida sobre o significado da palavra “curtir” como sendo um juízo de gosto.

Todo o escopo semiótico das interfaces gráficas está presente na rede social Facebook. Sua utilidade como possibilidade de criação do *Self* através de suas ferramentas comunicacionais; sua facilidade em promover interações entre os atores da rede por meio de suas ferramentas comunicacionais; e sua utilidade como meio de exposição do *Self*. Tudo isso demonstra a utilidade do Facebook e o sentido de seus signos, promovendo interação entre o mundo biológico e o mundo virtual no ciberespaço.

A complexidade maior deste trabalho veio da necessidade de realização de um recorte na escolha de quais signos eram mais relevantes para. A orientação foi direcionada aos aspectos de proximidade como o ator da rede, de proximidade e indicação do processo interativo seguidos da afinidade do usuário em se expor na rede. Uma outra dificuldade se apresentou nas nomenclaturas: ícones de navegação, apenas ícone? Botões? A conclusão sobre tais dúvidas se resolveu quando tratamos essas ferramentas comunicacionais como sinônimos. Um questionamento significativo também esteve presente na definição de que tipo de signo deveria ser escolhido para a análise: os ícones de navegação, as cores ou a interface? Optou-se por todos os aspectos dos signos, e não meramente pelos ícones (botões) de

REFERÊNCIAS

- AMORA, Antônio Soares. **Minidicionário Soares Amora da Língua Portuguesa**. 6.ed. São Paulo: Saraiva, 1999.
- BECKER, Carolina. **Redes e mídias sociais na internet como ferramenta de comunicação para anunciantes regionais**. Trabalho de Conclusão de curso (graduação) – Curso de Publicidade e Propaganda, Universidade Comunitária da Região de Chapecó/SC, 2010.
- BOUGNOUX, Daniel. **Introdução às ciências da comunicação**. São Paulo: Edusc, 1999.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- CHANDLER, Daniel. **Semiotics: the basics**. 2 ed. Oxford: Routledge, 2007.
- DOMINGUES, Diana. **Arte e vida no século XXI: tecnologia, ciência e criatividade**. São Paulo: Unesp, 2003.
- FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgard Blucher, 2006.
- FOLEY, Robert. **Os humanos antes da humanidade – uma perspectiva evolucionista**. São Paulo: Unesp, 1998.
- GAUDÊNCIO JÚNIOR, N. **A herança escultórica da tipografia**. São Paulo: Rosari, 2004.
- GRASSET, JB. Web 3.0. **Ultranoir**. 04/01/2011. Disponível em: http://www.ultranoir.com/en/#!/blog/web_3.0/web_3.0/. Acessado em: 11/05/2014.
- HEITLINGER, Paulo. **Typeface Design, caligráfico e tipográfico**. 2013. Disponível em: <http://tipografos.net/ebooks/TypefaceDesign-1-25.pdf>. Acessado em 11/05/2014.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- LISZKA, James Jakób. **A general introduction to the Semeiotic of Charles Sanders Peirce**. Bloomington: Indiana University Press, 1996.
- MACHADO, Irene. **Semiótica da Cultura e Semiosfera**. São Paulo: Fapesp/AnnaBlume, 2007.
- MARTINS, Isa Haro e SIECKENIUS DE SOUZA, Clarisse. **Uma abordagem semiótica na utilização dos recursos visuais em linguagens de interface**. 1998. Disponível em: <http://www.unicamp.br/~ihc99/Ihc99/AtasIHC99/AtasIHC98/Martins.pdf>. Acessado em 11/05/2014.
- NIDECKER, Fernanda. Romanos usavam redes sociais há dois mil anos, diz livro. **BBC Brasil**. 07/11/2013. Disponível em: http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/11/131106_livro_midiassociais_fl.shtml. Acessado em: 11/05/2014.
- NIEMEYER, Lucy. **Elementos de Semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

NÖTH, Winfried. **Panorama da Semiótica: de Platão a Pierce**. São Paulo: Annablume, 2009.

O GLOBO. **Professora que ironizou passageiro é afastada de cargo na PUC-Rio**. 17/02/2014. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/sociedade/educacao/professora-que-ironizou-passageiro-afastada-de-cargo-na-puc-rio-11627273#ixzz31bviZl8w>. Acessado em: 11/05/2014.

OLHAR DIGITAL. **Internet: 25 anos do WWW**. 12/03/2014. Disponível em: <http://olhardigital.uol.com.br/noticia/40769/40769>. Acessado em: 12/03/2014.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2012.

PIRES, Cláudia. **Antecedentes Históricos da Escrita**. 2003. <http://www.revista-temas.com/contacto/NewFiles/Contacto12.html>. Acessado em 11/05/2014.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RODRIGUES, Rômulo da Silva Vargas. **Saussure e a definição da língua como objeto de estudos**. **ReVEL**. Edição especial n. 2, 2008.

ROSA, Gabriel Artur Marra e; SANTOS, Benedito Rodrigues dos. **O Facebook e as nossas identidades virtuais**. Brasília: Thesaurus, 2013.

SANTAELLA, Lucia. **Teoria geral dos signos**. São Paulo: Ática, 1995.

_____. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2001.

_____. **Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal**. São Paulo: Fapesp, 2005.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Estratégias semióticas da publicidade**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

SANTANA, Célio Andrade; CANDIDA, Andréia; RAMIRES, Steffane; CAVALCANTE, Eline. **Redes sociais virtuais como objeto de estudo da ciência da informação: Uma visão brasileira**. In: Encontro de Estudos sobre Tecnologia, Ciência e Gestão da Informação, IV., 2013, Recife. **Anais Digitais...** Disponível em: <http://www.liber.ufpe.br/enegi/anais.html#gt2>. Acessado em 11/05/2014.

SANTOS NETO, José Galdino dos; SILVA, Fabio Ronaldo da. **A floresta de signos icônicos no Facebook**. Encontro de Comunicação e Mídia – Ecom. Campina Grande/PB. 17 a 19 de abril de 2013.

SILVA JR. Gilson J. Da; SANTOS, Edval J.P. **Aspectos de funcionamento e fabricação do giroscópio a ondas acústicas de superfície**. Congresso Brasileiro De Educação em Engenharia – Cobenge. Campina Grande/PB. **ReVEL**. Edição especial n. 2, 2008.

STRAUBHAAR, Joseph; LAROSE, Robert. **Comunicação, mídia e tecnologia**. Tradução José Antônio Lacerda Duarte. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2004.

VAZ, Conrado Adolpho. **Os 8 P's do marketing digital: o seu guia estratégico de marketing digital**. São Paulo: Novatec Editora, 2011.

WELIE, Martijn van; TRÆTTEBERG, Hallvard. **Interaction patterns in user interfaces**. in Proceedings of PLoP 2000, 2000.

WERTHEIM, Jorge. **A sociedade da informação e seus desafios**. Ci. Inf. [online]. 2000, vol.29, n.2, pp. 71-77.

SITES PESQUISADOS

FUNDHAM. Fundação Museu do Homem Americano. **Pinturas Rupestres**. Disponível em: <http://www.fundham.org.br/pinturas.asp>. Acessado em: 14/03/2014.

STANFORD ENCYCLOPEDIA OF PHILOSOPHY. **Charles Sanders Peirce**. Disponível em: <http://plato.stanford.edu/entries/peirce/#bio>. Acessado em: 26/01/2014.

WIKIPÉDIA. **Favicon**. 29/12/2013. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Favicon>. Acessado em: 11/05/2014.