

O mundo clicável

Thaís Ferreira



Um celular lê o novo código de barras. O aparelho fotografa o gráfico e seu significado (a frase) aparece na tela

Sabe quando você vê um produto de que gosta e passa horas pesquisando sobre ele na internet ou perguntando para amigos? Sua vida vai ficar mais fácil. Um sistema de armazenamento de dados usado há 14 anos no Japão finalmente está chegando ao Brasil. São códigos na forma de quadradinhos enigmáticos, uma evolução em relação aos códigos de barras que estampam todas as embalagens e boletos hoje.

Eles existem em pelo menos duas versões: a quadrada, chamada de QR Code (como a da foto ao lado), e a circular, conhecida como shotcode, cada uma delas criada por uma empresa diferente. Esses códigos carregam mais informação que os códigos tradicionais. Além do preço e do lote da mercadoria ou dados de uma conta a pagar, suas barras, que são verticais e horizontais, dão acesso a material publicitário (como um aviso de desconto), explicações que não estão no rótulo (como informação nutricional completa), programas interativos (como jogos on-line) ou arquivos multimídias (como vídeos do YouTube). E o melhor: são feitos para o consumidor.

Por trazer informação para qualquer interessado, a nova geração de códigos está sendo considerada mais democrática. Para usufruir dessa democracia, é preciso ter um celular com câmera e baixar nele um programa "leitor de código", que é sempre gratuito (como o www.kaywa.com). Ao topar com um quadrinho desses por aí, deve-se fotografá-lo com o celular. Imediatamente, aparece no visor a mensagem que o fabricante preparou. Não é preciso ligar o computador. As informações, imagens ou páginas de internet aparecem direto na tela do celular.



No painel da Schincariol na São Paulo Fashion Week, os códigos davam direito

O novo código foi visto pela primeira vez no Brasil na última campanha de Natal da Fast Shop. O anúncio de jornal trazia um quadrinho que avisava o leitor sobre descontos em produtos da loja. E essa comunicação também é interativa. A partir do telefone que registrou o código, é possível fazer compras. A Netshoes, uma loja virtual de artigos esportivos, testou a estratégia em dezembro de 2007. A empresa expôs um novo modelo de camisa da Seleção Brasileira em 20 bares paulistanos. Na vitrine que guardava a camisa, havia um código e as instruções para usá-lo. Ao fotografá-lo, o cliente acessava o site da loja, escolhia sua camisa e, dias depois, a recebia em casa.

No Japão, onde essa onda surgiu, os códigos estão por toda parte. Até em mangás com final oculto e em biscoitos. Um dos usos mais criativos é o papel higiênico com códigos impressos que contam pequenas histórias e distraem o cidadão no momento do desaperto. O QR Code também é útil nas redes sociais modernas. A designer americana Julia Vallera faz camisetas personalizadas com links para blogs ou páginas pessoais em sites de relacionamento. Outra idéia é imprimir um cartão de visita codificado para dar acesso ao currículo completo.

No Brasil, pelo menos seis empresas devem aderir ainda neste ano. "Em dez anos, estaremos clicando prédios e carros", diz Dennis Hettema, diretor de criação da americana Shotcode. "A missão da empresa é tornar o mundo clicável."

O que dizem os quadrinhos

O novo código de barras bidimensional carrega informações que qualquer pessoa pode acessar com um celular



Fonte: *Época*, n. 537, p. 131-132, 1 setembro. 2008.