

Revista Brasileira de Marketing

E-ISSN: 2177-5184

admin@revistabrasileiramarketing.org

Universidade Nove de Julho

Brasil

Caim, Fábio

Imagens da mídia: uma abordagem semiótica da sua produção

Revista Brasileira de Marketing, vol. 5, 2006, pp. 27-47

Universidade Nove de Julho

São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=471747514003>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

Imagens da mídia: uma abordagem semiótica da sua produção



Fábio Caim

Pós-graduado em Teorias e Técnicas de Comunicação Social e Mestre em Comunicação e Mercado – Cáspér Líbero;
Doutorando em Comunicação e Semiótica da PUC/SP;
Professor do Departamento de Ciências Sociais – Uninove.
fabiocaim@uol.com.br



1 Introdução

O foco deste estudo é a imagem, mais especificamente a imagem tecnológica, de cuja definição nos apropriamos, conforme segue abaixo:

Nessa medida, a imagem pode ser chamada de tecnológica quando ela é produzida através da mediação de dispositivos maquinicos, dispositivos estes que materializam um conhecimento científico, isto é, que já têm uma certa inteligência corporificada neles mesmos. (...) Sem deixar de ser máquinas (os equipamentos tecnológicos), elas dão corpo a um saber técnico introjetado nos seus próprios dispositivos materiais. (SANTAELLA, 2006b, p. 178).

É possível considerar como imagens tecnológicas aquelas que fazem uso de dispositivos, os quais têm incorporado em seu interior a maneira técnica de produzi-las. Por exemplo, a pintura rupestre apenas faz uso de técnicas, mas não de dispositivos pelos quais possa ser produzida, assim como a escultura. Assim, não são consideradas como imagens tecnológicas. Já a fotografia, o cinema, a televisão e as imagens que circulam pela internet são tecnológicas.

A respeito da diferença entre técnica e tecnologia, a própria autora nos esclarece com seu ponto de vista:

Enquanto as ferramentas técnicas, utilizadas para a produção artesanal, de desenhos ou pinturas, por

exemplo, são meros prolongamentos do gesto hábil, concentrado nas extremidades das mãos, como é o caso do lápis, do pincel ou do cinzel, os equipamentos tecnológicos são máquinas de linguagem, máquinas mais propriamente semióticas. (SANTAELLA, 2006 [2006a OU 2006b?], p. 178).

O que percebemos com tais citações é que a imagem tecnológica se encontra no exato momento em que surgem os dispositivos de captação, reprodução e armazenamento de imagens, como, por exemplo, a fotografia, o cinema, a televisão e os processos digitais atuais.

Dessa maneira, podemos concluir que tais imagens começam a fazer parte da sociedade com mais força, a partir da cultura de massa, e também convivem na interface com a cultura midiática e digital.

Essa divisão é fruto da compreensão da cultura como níveis de complexidade e é categorizada da seguinte forma: cultura oral, escrita, impressa, de massa, midiática e digital (SANTAELLA, 2000b).

Ao entendermos estas camadas culturais como níveis de complexidade, podemos pressupor certas características, como o fato de que a complexidade cultural tende a aumentar, à medida que adentramos e convivemos com as últimas categorias (midiática e digital). Além disso, cada tipo de cultura traz consigo sua maneira de atuar e sua lógica.

(...) toda forma de transporte não apenas conduz, mas traduz e transforma o transmissor, o receptor e a mensagem. O uso de qualquer meio ou extensão do homem altera as estruturas de interdependência

entre os homens, assim como altera as ratios entre os nossos sentidos. (MC LUHAN, 1971, p. 68).

As afirmações do pesquisador canadense McLuhan a respeito das transmissões possibilita que façamos a leitura delas como mídias, ou seja, cada uma com sua linguagem, que altera o código, ou a informação, quando transmitida por ela. O interessante é que essa transformação não é apenas sofrida pela linguagem, mas o é também pelo próprio receptor dela.

Portanto, há uma nítida relação entre os tipos de mídias existentes, suas produções e as culturas dominantes: de massa, midiática e digital. É certo que elas formatam maneiras de pensar, formas de se associar, organizar e produzir. As mídias oferecem regimes sociais. Dessa maneira, as imagens tecnológicas não podem ser pensadas isoladamente, mas apenas em relação ao seu contexto, ou seja, como signos só podem ser compreendidos por meio de outros signos.

Produto excessivo dessas culturas midiáticas e digitais é a imagem tecnológica, que circula de maneira fluídica por todos os meandros da sociedade e coloca em linguagem certo tipo de semiose. "Compreendê-la é uma forma de adquirir a consciência de linguagem que permite ler e significar as manifestações que formam os sistemas da cultura" (MACHADO, 2001, p. 287). Portanto, ao compreender as imagens tecnológicas, também entenderemos melhor a própria cultura e seus mecanismos semióticos.

No entanto, para ler este tipo de imagem, primeiro é preciso pensar na sua forma de produção, ou seja, nos tipos de máquinas que foram e são capazes de produzi-las.

2 As imagens tecnológicas e suas máquinas produtoras

Ao discutirmos as imagens tecnológicas, devemos refletir a respeito do seu tipo e da sua configuração. Para tanto, teremos que adentrar o caminho da produção, investigando suas origens.

Partimos do pressuposto que há uma evolução histórica e tecnológica no desenvolvimento das máquinas que as produzem:

Enquanto as primeiras máquinas, engendradas no cerne da industrialização, as musculares, foram máquinas puramente imitativas e grosseiramente físicas, as segundas máquinas, as sensórias, por serem menos rudes e mais sutis, já começaram a perder a natureza de máquinas para se converterem em aparelhos produtores de signos, extensores dos órgãos dos sentidos. Já no terceiro nível da relação entre homem e máquina que está sendo definitivamente substituída por um agenciamento instável e complicado de circuitos, órgãos, aparelhos diversos, camadas de programas, interfaces, cada parte podendo, por sua vez, decompor-se em redes de interfaces. (SANTAELLA, 2000b, p. 204-205).

A citação apresenta a existência de três níveis intrincados de máquinas: musculares, sensórias e cerebrais. A relação daí apreendida é que toda mídia é, em si mesma, uma máquina e um aparelho sínrgico.

Essas máquinas musculares, principalmente, a partir dos séculos XVIII e XIX, com a Revolução Industrial, introduzi-

ram no seio do convívio humano produtos manufaturados. O que antes era única e exclusivamente artesanato, tornar-se industrializado. Elas eram movidas por forças eletromecânicas e ainda rudimentares e se caracterizavam como imitativas, pois reproduziam mecanicamente posturas, gestos e habilidades humanas.

Trata-se de máquinas servis, tarefeiras, que trabalham para o homem, ou melhor, substituem o trabalho humano naquilo que este tem de puramente físico e mecânico. Além disso, tal substituição não se dá em igualdade de condições, pois a máquina é capaz de acelerar os movimentos, intensificando a realização das tarefas. (SANTAELLA, 2000b, p. 197).

As máquinas musculares preenchem nossa sociedade com sua força e propriedade. São utilizadas nas mais diferentes tarefas, como a locomoção proporcionada pelos barcos e trens a vapor, bondes elétricos, carros mecânicos, bicicletas e outros utensílios banais à primeira vista, mas cumpridores de rotinas essenciais.

As musculares, exatamente por sua força bruta, conquistaram rapidamente o interesse e a cobiça de seus usuários. Suas inovações melhoraram em muito o dia-a-dia das classes trabalhadoras e, principalmente, das mais abastadas, oferecendo grande conforto e a possibilidade da manutenção do ócio, pela escravidão do seu trabalho muscular.

Por sua natureza mais física e imitativa, elas apresentam uma capacidade limitada de produção sínica. Temos como exemplo as máquinas a vapor e as primeiras prensas de jor-

nais e livros. Essas eram apenas impressas pela força física gerada pelo combustível mineral.

Já as máquinas sensórias deram um salto em relação às anteriores, pois não apenas amplificaram uma capacidade humana muscular (sua força ou agilidade), mas também algum sentido, como a visão e a audição.

Elas ultrapassaram o caráter da mera repetição para se enquadrar na captação, reprodução e armazenagem dos perceptos¹ que atingem os sentidos humanos. Podemos exemplificar esta ampliação dos sentidos com o surgimento de certas linguagens, como a fotografia, o cinema, o rádio e a televisão.

Enquanto as máquinas musculares foram feitas para trabalhar, os aparelhos foram feitos para simular o funcionamento de um órgão sensório. São, de fato, conforme os caracterizou McLuhan (1972), prolongamentos ou extensões dos órgãos dos sentidos, simulando seu funcionamento. Mas, ao simular esse funcionamento, os aparelhos extensores se tornaram capazes de produzir e reproduzir entidades inauditas que viriam provocar modificações profundas na própria paisagem do mundo. (SANTAELLA, 2000b, p. 200).

Com o advento destas incríveis máquinas, o mundo torna-se mais colorido e mais amplo, os sons adquirem diferentes amplitudes e podem ser registrados; momentos inesquecíveis, agora, de fato, permanecem plasmados em películas preparadas quimicamente e podem ser revisitados constantemente, a própria semiosfera se amplia nesse processo.

Portanto, além de ampliar os sentidos, as máquinas sensórias trouxeram novas formas de sentir o mundo e experimentá-lo, o que por sua vez traduziu-se em outras linguagens.

As máquinas sensórias parecem embasar seu funcionamento nas próprias linguagens existentes, formadas por semelhança, indicações e convenções na experiência dos sentidos humanos e, portanto, capazes de uma consistente exteriorização de signos. Por exemplo, temos a fotografia como simulação da capacidade ocular humana, ou seja, de uma forma de linguagem bastante sensível na sua capacidade de entender o mundo.

Algo, portanto, preexiste à intervenção do fotógrafo quando forma uma imagem.

Preexiste à sua intervenção o fato de que a fotografia fixa é uma herdeira da câmera escura e do olho centralizado da tradição perspectiva da pintura, isto é, de um certo sistema de representação, de codificação do visível. (SANTAELLA, 2006, p. 180).

Enquanto as máquinas musculares apenas imitam por sua força determinadas habilidades humanas, as sensíveis produzem signos por causa de um sistema de representação interno, que faz parte da sua maneira de ser.

As máquinas cerebrais, por realizarem funções cognitivas, não apenas povoam o mundo com signos, mas também revelam novos tipos de linguagens, ou seja, a complexidade destes signos é maior em relação aos anteriores. Além disso, são capazes de proporcionar um grau de interface e interatividade que não está na base das outras máquinas.

Em relação às máquinas sensíveis, bastava ao homem manipulá-las, direcioná-las para que indiciassem, ou mesmo simbolizassem a realidade. Em contrapartida, as cerebrais movimentam ambientes de imersão, sejam parciais ou totais (realidade virtual, por exemplo), em que a interatividade é um fator-chave na sua composição.

Enfim, após as máquinas reproduzirem a força, a agilidade e simularem os sentidos humanos, houve um salto em direção a torná-las inteligentes. Assim, finalmente, surgem as máquinas cerebrais, das quais o computador, com certeza, é o filho mais ilustre.

(...) o próprio computador, no seu processo evolutivo, foi gradativamente humanizando-se, perdendo suas feições de máquina, ganhando novas camadas técnicas para as interfaces fluidas e complementares com os sentidos e o cérebro humano até o ponto de podermos hoje falar num processo de coevolução entre o homem e os agenciamentos informáticos, capazes de criar um novo tipo de coletividade não mais estritamente humana, mas híbrida, pós-humana, cujas fronteiras estão em permanente redefinição. (SANTAELLA, 2000b, p. 204).

Notamos que cada tipo de máquina especializou-se na simulação de uma ou várias características humanas, desde as mais sutis até as mais grosseiras, e elas chegaram a tal grau de simulação que são capazes de reproduzir com bastante propriedade algumas capacidades cognitivas do ser humano.

As máquinas cerebrais estão em todos os cantos da sociedade, elas se inserem nos afazeres domésticos, profissionais, no lazer e em qualquer outra atividade que possamos imaginar. Elas se espalham com rapidez e multiplicam-se com muita facilidade. Por isto, pressupomos que a própria inteligência, como uma qualidade, também esteja crescendo e se disseminando pelo globo.

O processo de introduzir inteligência em todos os aspectos de nossas vidas continua em ritmo acelerado. A substituição da matéria pela mente na economia, por si só o evento econômico mais poderoso da história – apenas agora transparecendo nos dados econômicos – sequer dá sinal de que começou a acabar. (GILDER, 2001, p. 8).

Esse crescimento só foi possível por que o computador, em pouco mais de trinta anos, transformou-se em uma mídia inteligente, adaptou-se para além da mera habilidade de calcular, realizando processos cognitivos mais refinados e se espalhando como redes neurais.

Embora a história da tecnologia não seja o único elemento na história da mídia da segunda metade do século XX, os computadores devem vir em primeiro lugar em qualquer análise histórica, pois logo que deixaram de ser considerados simples máquinas de calcular – e isso só aconteceu no começo da década de 1970 –, eles passaram a fazer com que todos os tipos de serviços, e não somente os de comunicações, tomassem novas formas. (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 283).

As mídias surgidas por causa do advento das máquinas cerebrais tomam os espaços comunicacionais e informacionais na sociedade atual, povoando-os de imagens tecnológicas.

Fenomenologicamente, segundo Charles Sanders Peirce (1995), a inteligência não é uma capacidade meramente humana, mas sim um estado ou característica da terceiridade, assim como o é o pensamento, o reconhecimento do hábito, a concepção de hábitos, formação ou aprendizagem etc. (QUEIROZ, 2004, p. 45).

Desta maneira, parece-nos lícito discorrer não apenas sobre máquinas cerebrais, mas também a respeito de imagens tecnológicas complexas, produzidas por equações matemáticas, recheadas de um grau de abstracionismo muito grande, visto que são predominantemente simbólicas em sua concepção.

Se as máquinas musculares amplificam a força e o movimento físico humano e as máquinas sensórias dilatam o poder dos sentidos, as máquinas cerebrais amplificam habilidades mentais, notadamente as processadoras e as da memória. (SANTAELLA, 2000b, p. 205).

Essas mudanças também são percebidas em forma de ondas de transformação, que em determinados momentos históricos são capazes de reestruturar a maneira como o indivíduo lida com as linguagens, em especial com as imagens, por fim, as imagens tecnológicas.

As atuais mudanças são a terceira grande transformação nas tecnologias da mídia de massa nos tempos

modernos. A primeira aconteceu no século XIX, com a introdução das impressoras a vapor e do papel de jornal barato. O resultado foi a primeira mídia de massa verdadeira – os jornais “baratos” e as editoras de livros e revistas em grande escala. A segunda transformação ocorreu com a introdução da transmissão por ondas eletromagnéticas – o rádio em 1920 e a televisão em 1939. A terceira transformação na mídia de massa – que estamos presenciando agora – envolve uma transição para a produção, armazenagem e distribuição de informação e entretenimento estruturadas em computadores. (DIZARD JUNIOR, 2000, p. 53-54).

Essa citação nos mostra o ponto de vista do autor a respeito do movimento tecnológico das mídias, portanto das máquinas, tendo como foco a comunicação de massa e sua transformação. No entanto, parece-nos que escapa à sua visão o fato de que a comunicação massiva convive com outros tipos, como a midiática e a digital (vide introdução). Dessa maneira, não podem ser consideradas como iguais.

A conceituação proposta para as três transformações casa com as definições de máquinas musculares, sensórias e cerebrais como produtoras das imagens tecnológicas.

3 Imagens tecnológicas em rede

Há uma geração, Marshall McLuhan, estudioso canadense das comunicações, sugeriu que a tecnologia de mídia dominante em qualquer época é uma

força poderosa na modelagem da estrutura social, ao impor um regime mental específico, que permite às pessoas processarem a informação codificada na tecnologia. (DIZARD JUNIOR, 2000, p. 93).

É fato que a subjetividade humana é formada sempre em relação ao outro, em agenciamentos contínuos. Por isso, não seria incorreto pensar que a constância das tecnologias de comunicação existente em nossa sociedade é um fator preponderante de agenciamento (mediação entre uma subjetividade e outra, ou entre subjetividades e outros fluxos: instituições, máquinas, publicidade, comunicações etc.), conformando no processo maneiras de ser e de se pensar.

Uma dessas maneiras pode ser a relação que estabelecemos com as imagens tecnológicas, que povoam a sociedade, por causa do aumento da capacidade produtiva das máquinas sensíveis e cerebrais, crescimento este que gerou, por sua vez, uma avalanche de novos signos.

Estas máquinas cerebrais e as mídias que surgem por causa delas apresentam-se em rede, suas configurações espalham-se por diversos níveis na sociedade, nos aspectos sociais, políticos, econômicos, institucionais ou individuais, abrindo espaço para semioses imagéticas, disseminando fluxos de imagens que se replicam continuamente.

Sistematicamente, atingimos um padrão evolutivo interessante e de forte conexão, em que as mídias anteriormente isoladas, no caso os meios de comunicação de massa, alcançam, atualmente, novos patamares devido à possibilidade de ligação em rede. A semiose parece transcorrer com maior facilidade de uma mídia à outra.

Os meios de comunicação de massa eram isolados em certo sentido, suas características e linguagens nos mostram que eram separados por um alto grau de incompatibilidade, isto quer dizer que a produção do cinema não era transmitida na televisão, que os programas de rádio não poderiam ser captados de outra forma, que não pelo aparelho radiofônico dentro de casa, o jornal impresso não recebia suas informações de outras fontes que não os repórteres e testemunhas.

Cada linguagem com sua especificidade e no seu lugar, sem que pudesse convergir, ou mesmo “conversar” entre si de maneira mais próxima. Eram somente máquinas musculares e sensórias que não compartilhavam códigos; porém, com o surgimento das máquinas cerebrais, foi possível a conversão dos códigos para um código em comum: o binário.

O código binário possibilitou a manipulação flexível da imagem tecnológica, tornando-a um objeto de consumo e entretenimento como nunca se viu antes.

Além disso, as máquinas cerebrais desestabilizaram a lógica massiva de um pólo emissor para diversos receptores, pois possibilitaram a captação, produção, alteração, controle e distribuição das imagens tecnológicas por indivíduos, como se fossem signos do cotidiano.

O caráter aurático destas imagens, que já havia se diluído com a comunicação de massa, parece, simplesmente, desaparecer com as imagens tecnológicas, em especial com as informatizadas (cerebrais).

Estes sistemas surgidos das máquinas cerebrais tomaram uma configuração em rede, propícia à disseminação de um conteúdo tão maleável e transformável quanto as imagens tecnológicas, já que são apenas símbolos em sua concepção

mais básica, que podem ser lidos por qualquer dispositivo que tenha tais regras (aqueles que geram os símbolos) introjetadas.

As redes tornaram-se ao mesmo tempo uma espécie de paradigma e o personagem principal das mudanças em curso justo no momento em que as tecnologias de comunicação e de informação passaram a exercer um papel estruturante na nova ordem mundial. A sociedade, o capital, o mercado, o trabalho, a arte, a guerra são, hoje, definidos em termos de rede. Nada parece escapar às redes, nem mesmo o espaço, o tempo e a subjetividade. (PARENTE, 2004, p. 92).

O alto grau de conectividade das redes midiáticas parece expressar um elevado nível de complexidade dos sistemas de comunicação em nossa sociedade.

Quanto maior o nível de conectividade, maior será o grau de inteligência do sistema e maior será, também, sua capacidade de adaptação interna e externa, tornando-se necessariamente mais apto a sobreviver e permanecer no ambiente.

A inteligência como característica se manifesta em todas as novas máquinas da sociedade em rede, desde máquinas reproduutoras de MP3 e MP4, até as novas televisões digitais, ou mesmo os aparelhos domésticos, com conexão direta à internet. A inteligência permeia todo o dia-a-dia do indivíduo das mais diversas maneiras, facilitando seu acesso às imagens tecnológicas, independente da forma que elas assumam.

Estes dispositivos inteligentes são criados para captar, receber, enviar e manipular as imagens tecnológicas e a partir

do instante em que começam a invadir todos os ambientes (familiar, profissional, estudantil, diversão), democratizam o acesso e a capacidade de leitura deste fenômeno (imagens tecnológicas), preenchendo, ou melhor, abarrotando o mundo com mais camadas de mediação.

Ao dissecarmos as imagens tecnológicas, identificamos uma miríade de processos semióticos na sua formação, que são camadas mediadoras, ao contrário de outras expressões imagéticas. Não queremos dizer com isto que manifestações imagéticas mais artesanais sejam inferiores, de forma alguma, pois a comparação se faz pelo nível da complexidade tecnológica e não por sua qualidade ou técnica. Desta forma, acreditamos que, quanto maior a quantidade de camadas mediadoras, maior será a complexidade sínica da imagem e maior será a dificuldade em compreendê-la, também.

Por isso, notamos que as mídias, com seus processos inteligentes, modificam as antigas máquinas sensórias a tal ponto que uma rede cognitiva, não apenas mais de habilidades e forças, forma-se no conjunto das sociedades atuais.

O trabalho de Latour e de Callo, mais ainda do que o de Lévy, leva-nos a perceber que as tecnologias de informação e comunicação podem ser entendidas como tecnologias da inteligência menos por projetar ou exteriorizar a riqueza e complexidade dos processos cognitivos do que por revelar o quanto sua complexidade deriva não apenas da riqueza de nossos sentidos e faculdades, mas também dos objetos, suportes, dispositivos e tecnologias que nos circundam e compõem uma rede sociotécnica de grande complexidade. O que está em jogo é menos

a função protética da tecnologia – que de fato muitas vezes serve como uma extensão de habilidades cognitivas dadas (uma prótese que prolonga e potencializa nosso pensamento e seus processos de tratamento e transmissão das informações) – do que um processo contínuo de delegação e distribuição das atividades cognitivas que forma uma rede com os diversos dispositivos não-humanos. (PARENTE, 2004, p. 103).

Aqui, recorremos à definição de mídia como um ambiente complexo, de inteligências múltiplas, capaz de se adaptar para sobreviver e altamente conectível. Talvez possamos pressupor que a inteligência seja agregadora e coletiva, mesmo quando particularizada em sinsignos². Ainda assim, ela, como lei, é e sempre será coletiva.

As mídias atuais são máquinas cerebrais que internalizaram este hábito (a própria inteligência). Desta forma, os sinsignos tornam-se réplicas de um legisigno³, que é a própria inteligência.

As imagens tecnológicas em um sentido mais geral são fruto desse ambiente inteligente (conseqüência das máquinas cerebrais); por isso mesmo, são consideradas como réplicas, de uma maneira ou outra, da inteligência que permeia toda nossa sociedade.

4 Considerações finais

Como vimos, as imagens tecnológicas são fruto da interação entre cultura de massa, midiática e digital. Estas cultu-

ras, por sua vez, estão diretamente relacionadas às máquinas musculares, sensórias e cerebrais que povoam a sociedade com diversas possibilidades de semioses.

Próprio das imagens tecnológicas é a sua disseminação em rede, consequência do código binário, que possibilitou a informatização das linguagens, tornando-as compatíveis, ou no mínimo, transmissíveis de um meio de comunicação para outro.

As imagens tecnológicas são signos do cotidiano, signos democratizados que se espalham em rede por diferentes ambientes. A facilidade de aproximação desses signos encontra-se na sua capacidade simbólica, ou seja, no fato de ser uma abstração numérica capaz de ser vetorizada e transformada em signos icônicos, que mantêm certa semelhança com seus objetos. Afinal, um signo só pode significar se for traduzido em outro signo.

Assim, discorremos a respeito de como as máquinas musculares, sensórias e cerebrais se tornaram aptas para produzir imagens tecnológicas e, de maneira indireta, quais são as especificidades de cada tipo.

As imagens das máquinas musculares ainda são muito imitativas, portanto, razoavelmente técnicas – como extensões da habilidade manual do ser humano. Por isso, possuem um valor muito maior como ícones, como aquelas que expressam semelhanças grosseiras.

Ao contrário das imagens sensórias que são mais indiciais, pressupõem uma relação direta entre causa e efeito, ou entre o signo e seu objeto. Basta ver, as imagens fotográficas, ou a própria fotografia que institui esse paradigma das imagens predominantemente indiciais e esta lógica se replica pelo cinema e pela televisão.

Por fim, as imagens inteligentes (preferimos esta denominação a cerebrais, em relação ao tipo de máquina) constituem-se de um valor simbólico muito grande e são imagens predominantemente de terceiridade, que têm introjetada em seus processos certas camadas de inteligência.

Estas imagens, tanto as musculares, as sensíveis, quanto as inteligentes, são tecnológicas, porém, é nítido que na sociedade atual há um forte pendor para o lado das inteligentes (existe uma quantidade muito grande de dispositivos capazes de produzi-las de maneira individualizada e disseminá-las em rede).

Enquanto as imagens musculares estão essencialmente relacionadas aos meios de comunicação de massa e as sensíveis a dispositivos mais midiáticos, as imagens inteligentes estão disponíveis em diversos aparelhos – celular, MP3, MP4, painéis digitais, TV, Internet, computador, *notebook* e assim por diante. Aparelhos que, ao contrário das mídias anteriores, são também individuais e ligados ao movimento do corpo, agenciam a intimidade do humano com mais subjetividades que os meios tradicionais. Isto quer dizer que estão mais ao alcance de todos, são mais fáceis de produzir e reproduzir, conquistando espaços até então inimagináveis.

Não é por acaso que estas imagens tecnológicas de geração inteligente são customizadas, personalizadas e, posteriormente, postas em rede.

Notas

- 1 “O percepto não é uma imagem ou qualquer coisa desse tipo, a partir da qual inferimos a natureza de alguma outra coisa. O que nós percebemos, num ato de percepção, é algo que aparece de um certo modo. Algo insistente, impositivo, mudo, que não somos nós, ou melhor, não é nossa mente

que cria" (SANTAELLA, 1998, p. 57).

- 2 Sinsigno é um tipo de signo que aparece na relação do signo com ele mesmo no nível da segundididade, ou seja, é uma classificação que nos mostra como o signo se faz presente. Neste caso, o signo se faz presente por meio de uma singularidade, por um existente palpável.
- 3 Legisigno é um tipo de signo que aparece na relação do signo com ele mesmo no nível da terceiridade, ou seja, é uma classificação que nos mostra como o signo se faz presente. Neste caso, o signo se faz presente por meio de uma lei, de uma regra. O sinsigno, como existente, pode ser uma aplicação ou réplica de uma regra (legisigno). Por fim, há o qualisigno na relação do signo com ele mesmo no nível da primeiridade. Hierarquicamente, a disposição classificatória é desta forma: qualisigno, sinsigno, legisigno. Para maiores informações, veja Lucia Santaella (2000a, capítulo 1).

R_eferências

- BRIGGS, A.; BURKE, P. *Uma história social da mídia: de Gutemberg à internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.
- DIZARD JUNIOR, W. *A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação*. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2000.
- GILDER, G. *Telecosmo: a era pós-computador*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- MACHADO, I. O ponto de vista semiótico. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. (Orgs.) *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. p. 279-309.
- MCLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Tradução Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1971.
- PARENTE, A. Enredando o pensamento: redes de transformação e subjetividade In: ____ (Org.). *Tramas da rede*. Porto Alegre: Sulina, 2004. p. 91-110.
- PEIRCE, C. S. *Semiótica*. 2. ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 1995. (Coleção Estudos – Semiótica).

- QUEIROZ, J. *Semiótica segundo C. S. Peirce*. São Paulo: EDUC; FAPESP, 2004.
- SANTAELLA, L. A percepção: uma teoria semiótica. 2. ed. São Paulo: Experimento, 1998.
- SANTAELLA, L. *Teoria Geral dos Signos: como as linguagens significam coisas*. São Paulo: Editora Pioneira, 2000a.
- SANTAELLA, L. *Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento, 2000b.
- SANTAELLA, L. Por uma epistemologia das imagens tecnológicas: seus modos de apresentar, indicar e representar a realidade. In: ARAÚJO, D. C. (Org.) *Imagem (ir) realidade: comunicação e cibermídia*. Porto Alegre: Sulina, 2006a. p. 173-201.
- SANTAELLA, L. *Os sentidos do pós-humano*. Artigo inédito. 2006b.

Para referenciar este texto:

CAIM, F. dos. Imagens da mídia: uma abordagem semiótica da sua produção. *Cenários da Comunicação*, São Paulo, v. 5, p. 27-47, 2006.

