

REPRODUÇÃO DE SIGNOS ATRAVÉS DE SÍMBOLOS VISUAIS PRODUZIDOS POR UTENTES IMERSOS NO AMBIENTE VIRTUAL.

REPRODUCTION SIGNS THROUGH VISUAL SYMBOLS PRODUCED BY USERS IMMERSSED IN VIRTUAL ENVIRONMENT.

¹VITORETI, T. F.; ²VALVERDE, D. L. A.

¹ UEL - Universidade Estadual de Londrina – Programa de Mestrado em Comunicação Visual

² Faculdades Integradas de Ourinhos - FIO/FEMM

RESUMO

As plataformas atuais de comunicação interativas são capazes de envolver seus usuários também na manipulação de seu conteúdo em vias recíprocas, emissor e receptor exercem controles similares, dado que esta significação pela imagem que acusa mediada por símbolos, às atualizações presentes que a visualidade impõe no ambiente virtual e na densidade e envolvimento de seus usuários que na rede e fora dela reconhecem os signos visuais e sua reprodução neste período. Tenta-se nesta imersão virtual sob uma base antropológica visual explorar a resignificação via imagem e seu status de atualização e vigência tecnológica na coprodução e distribuição de elementos visuais vicários ancorados as noções da Semiótica de C.S. Peirce, e os cruzamentos apontados por Massimo Canevacci e autores contemporâneos à Peirce acerca do símbolo ponderando a manifestação simbólica no ambiente descrito.

Palavras-chave: Redes Sociais. Símbolo. Interatividade. Visualidade.

ABSTRACT

Current platforms of interactive communication are also able to engage their users in handling their content on a reciprocal, transmitter and receiver paths exert similar controls, since this meaning for the image accuses mediated by symbols, to present updates that visuality imposes on the environment virtual and density and involvement of its members in that network and beyond recognize the visual signs and their reproduction in this period. You try this virtual immersion in a visual anthropological basis explore reframing via picture and status update and technological force in the co-production and distribution of vicarious visual elements anchored notions of semiotics of CS Peirce, and intersections mentioned by Massimo Canevacci and authors Peirce about the contemporary symbol pondering the symbolic manifestation described in the environment.

Keywords: Social Networks. Symbol. Interactivity. Visuality.

INTRODUÇÃO

No panorama atual do campo das comunicações, os elementos que relatam pela imagem e reforçam a sustentação dos significados na palavra, leva-nos a uma via de condução ao signo pela imagem, suplanta-a enquanto símbolo, (representamem) que ostenta visibilidade direcionada a palavra que a imagem traduz, contudo nos suportes eletrônicos. Pensa-se a comunicação intrínseca ao seu canal, signo correspondente ao uso que a 'mídiação' oferta a seu meio difusor.

Os novos suportes traduzem imagens e sons associadas às suas condições mercadológicas e de regulamentação política, para assim operar conforme seus produtos sociais de divulgação. O atual estágio das redes sociais mostra-nos a importância e influência que os meios eletrônicos de comunicação desempenham em nossas vidas. Hoje nossa temporalidade é mutável e transferível com mais rapidez que, anterior aos moldes convergentes atuais. A estrutura complexa dos meios eletrônicos possibilita ações de liberdade criativa, e opções que outros meios restringem-se por natureza, por não acoplar-se a uma mesma plataforma de comunicação. Os profissionais qualificados que trabalham com a estética visual das marcas sabem, e possuem conhecimento da simbologia para aplicá-la ao mosaico comunicacional que o meio oferece. A internet possibilita mediante à tecnologia, o desfrute da mescla na composição imagética que por muitas vezes torna-se mais completa e ampla, no que tange à percepção de figuras, pois a capacidade de associar elementos é muito maior dada aos recursos que unem os signos em um contexto geral.

Segundo Peirce (1958) a representação de um objeto para um interprete que o relaciona ao signo e seus respectivos objetos que traduz as deduções e similares pertinentes, estão alocados na qualidade de estar no lugar do objeto real para assim representá-lo. O elemento fulcral no aporte do símbolo estudado em questão inclina-se as considerações peircianas em relação ao símbolo, após estas considerações autores contemporâneos ilustram reflexões sobre as noções e considerações de símbolo. No entanto, a base teórica dominante é peirciana para as alegações que virão no tocante ao símbolo.

Ele é aplicável a tudo aquilo que possa concretizar a ideia relacionada a palavra. O símbolo não é capaz de identificar, por si próprio, as coisas às quais se refere ou se aplica. Ele não mostra um pássaro, nem nos faz ver um casamento, mas supõe que somos capazes de imaginar tais coisas, associando a elas a palavra (PEIRCE, 1958, p. 2228).

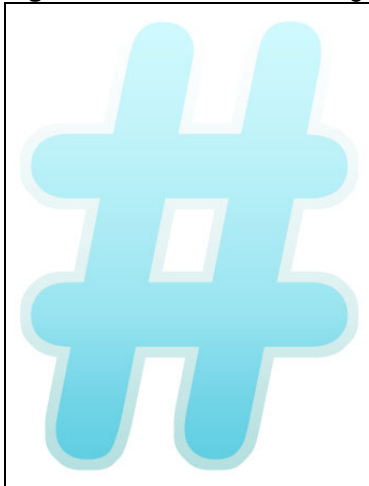
A identificação e fácil adaptação que os símbolos empregados nestas redes causam nos usuários, são por muitas vezes ações imperceptíveis de caráter involuntário. Esta relação dá-se pelo fato da presença contínua de elementos simbólicos nas mais diversas ações que as redes sociais desempenham, e oferecem aos usuários. Marcas utilizam-se da simbologia e de elementos que no passado, ou em outra época da história do homem, foram utilizados e são culturalmente identificados

como em um sentido geral de significado. Neste aspecto, o símbolo toma proporções dinâmicas que ajustam -se a cada mídia que o transfere. Segue-se de acordo com a teoria semiótica o interpretante dinâmico. O interpretante dinâmico que produz efeito na mente de seus interpretes possibilitando suas relações, é plural e particularizado no interprete, gerando três níveis de absorção do signo; emocional (ordem de sentimento), energético, (efeito físico ou psicológico) e lógico, (pelo viés de regra de interpretação). (SANTAELLA, 2005).

No que diz respeito à semelhança de símbolos e identificação de relação com a rede social apresentada aqui, é algo atribuído pelos gestores de marca que trabalham para o *Facebook* e o recorte aqui analisado com o símbolo que emana um novo signo na rede *Twitter*, a popular “*hashtag*”.

Veja-se na Figura 1 a “Hashtag” símbolo popular presente no Twitter.

Figura 1. Símbolo do Hashtag



Fonte: WWW.google.com.

Pode-se dizer em respeito disso que, símbolos, independente de sua relação direta com as redes sociais, tornam-se em uma nova perspectiva carregadores de sentidos a partir desta fusão que traz a tona contextos diferentes que integram-se formando significados referentes a produtos e serviços, que necessariamente retóricos em seus aspectos de apresentação no contato estabelecido recobre e incita comportamento mediante identificação compactuada. Os elementos artísticos tornam-se uma nova construção com traços simples e contornos que não modificam o elemento iconográfico, e sim adequam-no ao meio. O que podemos perceber é a relação de intimidade e proximidade que estes símbolos trazem consigo, atrelados ao

paradigma que os moldes eletrônicos de comunicação propiciam à leitura sígnica, e a lei geral destes elementos traduzidos ao contexto social, paralelo e relativo à esfera virtual. O argumento que estes símbolos devem carregar desde o contexto primário de sua utilização concebida enquanto forma artística, dependem da gama de informações e recursos intelectuais e culturais, presentes no interpretante em questão. “O discurso do receptor respeita a hierarquia discursiva, a escala de valores, a linguagem, a retórica do discurso emissor e, por isso, a ele se superpõe, entretanto essa superposição não pode ser entendida, a partir do nosso ponto de vista, como um discurso paralelo”. (FERRARA, 1986, p. 79).

Um modelo padronizado de universalidade, pois a internet quebra fronteiras territoriais, mas deve atentar-se a cultura dos povos para não esbarrar em crenças que não são moldáveis, pelo menos não é este o papel das redes sociais a princípio. O elemento artístico presente na representação que embasa o entendimento e a compreensão visual mental do símbolo, atende a expectativa identitária de reconhecimento e empatia, presente na composição mediadora do objeto acoplado na imagem. “A Arte concebida pela estética passa a ser símbolo enquanto domínio adequado da ideia numa forma também adequada, expressa uma visão de totalidade enquanto mediação universal” (FERRARA, 1986, p 51). Tal padrão de universalidade diz respeito não apenas as redes sociais, porém sabemos que todas as mídias adéquam conteúdo a fim de eliminar ou quase, as barreiras culturais e preconceitos que possam confundir ou perturbar valores. “A Arte, espelho da realidade, contenta-se em ser consumida como objeto de prazer e entretenimento; é analisada a partir de seu parâmetro, isto é, à luz da sua adequação à sociedade a serviço de quem subjaz”. (FERRARA, 1986 p. 32).

A esteticidade das formas os estereótipos surgem no momento em que o armazenamento mental de cada indivíduo para a construção de uma realidade ojetiva personalizada. A comunicação entre os sistemas que permeiam a própria comunicação executa um papel energético que alimenta suas partes apoiando-se umas nas outras, para que o funcionamento seja a ordem da comunicação humana, em termos significativos reprocesso de informações e seu uso. (BORDENAVE, 1998).

Inicia-se o processo comunicacional através da percepção, e respectivo uso dos sentidos em função de uma interpretação subjetiva e objetiva que confrontam-se. É impossível imaginarmos percepções e associações idênticas, mesmo em um sistema

de ordem sociológica, os indivíduos subjacentes a uma imposição social são leitores comuns de signos, todavia, repertórios diferentes e culturas diferentes proporcionam associações e significados diferentes, até por desenvolvimento de suas percepções. Surge, assim, no catálogo mental de cada ser os estereótipos.

O poder que desempenha as redes sociais em nosso cotidiano é algo que, aberto aos horizontes científicos de análise, busca relacionar sociedade e tecnologia, traz a tona a relação e a complementação da extensão da vida pelos moldes eletrônicos. A preocupação com a imagem passa da esfera mundana e física, para a virtual, o usuário da rede social é demasiadamente obrigado a atualizar-se em detrimento da tecnologia também. No modo em que, quando uma simples postagem pode gerar resultados positivos ou negativos, isso ocorre tanto com empresas quanto com simples usuários da rede, a partir daí fica mais claro o grau de envolvimento das pessoas e grupos, e o estagio ao qual este período da historia vivencia. Isto é, a tecnologia que não cessa, a todo o momento e em pouco tempo acontecem atualizações, e modelos de comunicação surgem nestas plataformas acarretando com isso na disposição que desperta no usuário de atualizar-se juntamente aos outros, ou antes, deles.

Além disso, nos casos em que processos de inteligência coletiva desenvolvem-se de forma eficaz graças ao ciberespaço, um de seus principais efeitos é o de acelerar cada vez mais o ritmo da alteração tecno-social, o que torna ainda mais necessária a participação ativa na cibercultura, se não quisermos ficar para trás, e tende a excluir de maneira mais radical ainda aqueles que não entraram no ciclo positivo da alteração, de sua compreensão e apropriação (LÉVI, 1999, p. 30).

É de difícil argumentação e embasamento, qualquer teoria que seja contrária ao poder e o papel de sociabilidade das redes sociais virtuais. Além de permitir que grupos usuários compartilhem informações de caráter optativo, promove interação entre grupos, empresas, marcas, e indivíduos. Essa afinidade que a rede social detém com seus usuários, levou marcas de outros setores do Mercado, dentre eles o alimentício, a imprimir Símbolos pertencentes ao mosaico visual da empresa “*Twitter*” em alguns de seus produtos, o que pode propiciar novas leituras do símbolo empregado e novas associações.

Grandes empresas como *Google*, e *Facebook* utilizam a computação em nuvem dispensando aos usuários a necessidade de um disco rígido físico local. Os dados podem ser acessados mediante apenas ao acesso à internet e uma conta de usuário e senha que opere na nuvem. A internet e as plataformas digitais de comunicação evoluem constantemente, dado a este fato, é de fácil adequação o uso de símbolos, ícones e índices que são por muitas vezes adaptados e utilizados de maneira relevante pelas redes sociais como reforço comunicacional, além de carregar neste caso, significação global. Neste caso específico analisaremos os símbolos popularmente utilizados na rede social que servem de base para esta análise.

Vejam-se algumas classificações de Símbolo e do modelo semiótico de autores contemporâneos a C. S. Peirce.

1.As noções de índice e de ícone diferenciam-se da noção de símbolo por manter um vínculo com a coisa significada, vínculo que falta na noção de símbolo. (CORRÊA, 2002, p.18).

2.Sintoma, indício, sinal manifesto a partir dos quais se podem tirar deduções e similares a respeito de qualquer coisa latente. (ECO, 1973, p. 15).

3. “A Semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significação e de sentido” (SANTAELLA, 1987, p 15).

As alegações em torno do conceito de símbolo vão de encontro a uma pluralidade comunitária do termo que é usado indiscriminadamente, tornando nebuloso o aspecto semiótico da palavra. Comumente refere-se á qualidade de símbolo diversos elementos que não detém tal semelhança semiótica, as definições com base nesta ciência são claras, e ilustram corretamente o pensamento em torno da abordagem aqui conduzida. Na qualidade particular do símbolo de significar através de um elemento que conduza ao objeto real, prediz-se que o símbolo seja uma representação, algo por outro, que está para algo ou relaciona o algo com outro que não pode ali estar na plano da realidade, portanto o símbolo é mental é uma abstração de uma convenção, mas nos tempos decorrentes percebe-se uma generalização da palavra a torna confusa e complexa.

No campo das mais diferenciadas ciências e artes, a palavra símbolo foi e continua sendo empregada com tal generosidade que seu sentido se envolveu em brumas. A definição pierciana, ao contrário, é técnica e precisa. Para chegar a ela, devemos começar pelo entendimento do legi-signo, pois é nele que o símbolo encontra seu suporte (QUEIROZ I, LOULA II, ÂNGELO III, 2007, p. 129.)

A imersão do símbolo e seus traduzentes nas esferas em que sua tradução se complementa, exige o elemento arbitrário. Esta sincronia realizada no aglomerado social viabiliza o entendimento e a reprodução direcionada do símbolo visual na conjuntura, e além do mais pode-se relatar o fato da disseminação visual que os meios áudio visuais de comunicação, contudo os eletrônicos que vigentes neste tempo, classificam-se como meios atualizados, interativos e participativos em diversos níveis de envolvimento. Imagine-se, por viés de regras visuais aliadas as ações e significações denotativas, que se a construção de dicionários, por elo da técnica lexicográfica levasse em consideração as vias de signos visuais e o acarretamento histórico de uso pela palavra, sua atualização seria contínua e multi-sígnica. O símbolo como elo de religação com o passado e a cultura atual é traduzida a partir de um resgate, uma memorização, uma espécie de convergência de situações que resultam na leitura de cada signo.

Na palavra símbolo, no seu interior mais profundo, subjaz a tensão à religação com algo que foi separado, que se “quebrou”: como uma unidade originária que um drama cósmico, histórico ou individual despedaçou e que justamente o símbolo evoca com a força apaixonada da reconciliação. A condição existencial dos símbolos é revocar, aludir a uma alteridade – irreduzível e irrecusável – e prenunciar a reunificação com a parte quebrada, com os restos espalhados pelo mundo...(CANEVACCI, 2001, p. 133).

Analisar-se-á um dos sinais mais presentes no dia a dia destas redes sociais, como as marcas e o próprio meio utilizam-se de tais elementos simbólicos para criar afinidade com públicos consumidores e ampliar sua identidade visual baseando-se na imagem de mercado que possui, mesclando elementos visuais que caracterizam a rede e as significações advindas da história e de seu uso relatado por convenções e aprendizado histórico social. Deste modo, segue-se a premissa da importância da convivência e da transferência de legado cultural para que a aprendizagem visual seja realmente aproximativa da realidade e dos signos que a compõem inclusive na

comunicação visual que denota aspectos relativos a manifestações culturais individuais ou coletivas seja nos grupos ou nas individualidades presentes nos traços culturais de cada comunidade estudada e sua relação com a visualidade.

A cultura do consumo é uma cultura da comunicação visual, cuja relativa “autonomia” não está em fugir de outras determinações quanto em estabelecer hierarquias e diferenças de “gosto” e de “identidade”. Esses modelos constituem o ponto central de análise de um ponto de vista antropológico (CANEVACCI, 1990, p.132).

A semiótica é responsável por todas as manifestações que as linguagens adquirem, o símbolo penetra na camada social e impõe pela imagem que na atualidade é condensada por uma coprodução de uso das imagens nas redes sociais que requer um necessário amparo advindo da antropologia visual, que relata e significa a partir de seu ambiente e sua imersão em um dado ambiente para buscar a compreensão do uso e manipulação que os signos traduzem em seu decurso via símbolo, este é proporcionado em uma relação triádica às luzes das teorias da C. S. Peirce para compreensão e análise semiótica dos componentes do símbolo e o traduzente sógnico que implica em uma confluência de informações e correlações que se possa deduzir (PEIRCE, 2009).

MATERIAIS E MÉTODOS

Para a execução deste trabalho de análise, utilizou-se arquivos de jornais, revistas científicas, além de livros acadêmicos, nas bibliotecas da FEMA-Fundação Educacional do Município de Assis, da Biblioteca da UNESP de Assis, dos arquivos do CEDAP-Centro de Documentação e Apoio à Pesquisa, da UNESP de Assis, e na biblioteca setorial de ciências humanas e biblioteca central da UEL, Universidade Estadual de Londrina.

Após a coleta, foram fichados e catalogados, analisados e interpretados às luzes das teorias relacionadas com a temática desenvolvida. Pretendeu-se juntamente com a consulta às bibliotecas citadas acima, pesquisar a partir de fontes eletrônicas disponíveis na Internet, para complementar os materiais coletados, permitindo o confronto entre dados tradicionais e eletrônicos, já que, este trabalho de análise tem

como base propriamente analítica as redes sociais eletrônicas em dialógica com o mundo externo ao eletrônico.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Não se pode duvidar que a interatividade que existe neste sistema é seu argumento de ordem exclusiva, a saturação da escrita no meio digital leva as construções pela imagem. A imagem com seu caráter de ambiguidade dependerá mais da leitura que se realiza ao seu objeto de acordo com as premissas do grupo social que entende, direciona, e sustenta novos signos no entrelace da coprodução entre usuários e canais que convergem-se.

A classificação dos usuários de uma rede social hoje mostra-nos uma espécie de universalidade e livre faixa etária, já que diversos públicos estão de frente, e tem em mãos a tecnologia e o ensinamento para operar os mecanismos, dado a isto a manipulação de imagens e traços tecnológicos que o tratamento de elementos visuais recebe mediante a tecnologia incessante, faz com que a produção de imagens gere argumentos para entender sobre a sociedade e seus necessitantes, os usuários que imersos neste ambiente produzem signos usando imagens prontas e manipuladas pessoalmente, todavia este sistema funciona no entendimento geral de signos e seu reconhecimento como demarcação do período.

O entendimento do signo é global, mas seu uso requer resquícios colocados em um determinado ambiente, é nesta densidade, possibilitada por seu uso e vivencia no ambiente que faz-se a compreensão, não em busca de respostas para as perguntas que surgem, contudo, na utilização e serventia que se tem relatado e funcionado enquanto linguagem que traduz significações abrangentes que reorganizadas agem de forma aplicada à vida dos usuários e suas propostas de atualização pelas imagens geradas nas redes para disseminação e uso. Verifica-se a importância que o recurso visual detém na atualidade em nossa realidade. Os meios audiovisuais trouxeram em seu decurso novas possibilidades de efeitos por e através de imagens, porém este estudo mostra não a capacidade criadora, contudo recriadora de um símbolo já existente, que contornado seja pela cor ou por seu traço mais tênue ou acentuado, assim como pelo construto que cognoscível aos usuários faz o símbolo percorrer esferas e servir a propósitos distintos mediante sua divulgação e utilização.

A história encarregou-se de atribuir signos que enlacados neste objeto visual, levam e conduzem os utentes ao seu encontro mediante sua situação temporalizada. Em cada superfície que o símbolo encontra posicionamento e atribuição social, seu conteúdo léxico aparece de forma natural, e o símbolo serve para reconhecimento dos envolvidos ao seu redor e a partir de sua posição impositiva, representa os anseios maiores do objeto comum à comunidade que o adota.

O reconhecimento das figuras empregues e a aceitação coletiva das imagens com seus respectivos signos, aprimora a experiência do usuário situando-o em sua esfera reforçando o fenômeno que nos deparamos diariamente nas plataformas de comunicação utilizadas, pois o símbolo emanado de uma rede logo desprende-se e leva a outros portais midiáticos dos quais permanecem interconectados. O fenômeno das redes sociais mostra-nos a importância e influência que os meios eletrônicos de comunicação desempenham em nossas vidas. Hoje nossa temporalidade é mutável e transferível com mais rapidez que, anterior aos moldes convergentes atuais.

A confluência de informações que empilham sobre as imagens trazem-nos a importância de nossa era em significar através das imagens, o meio acadêmico ainda não aceita em totalidade as investigações científicas relatadas apenas pela imagem. Porém, reconhece-se que o conteúdo imagético é poderosamente mais abrangente pela técnica ao texto literário exercido na grafia, todavia a leitura de imagens toma proporções polissêmicas e possibilita o equívoco em muitos casos, a imagem afirma e nega assim como o símbolo, o que ele traz consigo é o poder de associação e status mediante seu reconhecimento nos diversos campos que a imagem percorre, a CVR, (comunicação visual reproduzível), transita por diversos suportes, contudo, neste era.

1- Cada jovem imagem, às vezes máximo tolerável de sinais que misturam, fundem e sincretizam mensagens culturais até mesmo expostas entre si numa gigantesca exposição de antropologia mundial. A CVR, que passa através da moda e da publicidade, está, hoje, permeada de racionalidade pós-industrial e é a única afirmação “acadêmica” daquela que se define como antropologia aplicada. (CANEVACCI, 1990 p. 20). 2- As capacidades perceptivas do espectador modificam-se, plasmam-se facilmente, seguindo as novas sintaxes visuais, e se acostumam a um tipo de linguagem “minimal”: variações significativas tão pequenas adquirem novas estruturas

narrativas também numa ausência total de palavras.(CANEVACCI, 1990, p, 84).

A visualidade toma proporções maiores enquanto submete-se ao novos modelos comunicacionais bidirecionais. A constatação pela imagem vem na tela do celular, na embalagem que envolve o produto, na tela da TV, e nas ruas, o que poder-se-ia dizer do estatuto das imagens contemporâneas através das mídias sociais e seu uso a pronta e imediata disposição dos envolvidos no processo de comunicação? No que parece tolerável as imagens criam novos signos nas palavras e atualiza-as.

Determinismos no mundo digital são meras possibilidades, já que o modelo atualiza-se e está em pleno desenvolvimento tecnológico e convergente, a imagem nunca percorreu um caminho tão amplo ao mesmo tempo nas mídias como ocorre em nosso presente, dado a este feito os símbolos ganham mais atribuições significativas e para que não confundam-se em seus próprios recursos de significação. Faz-se crer portanto que o grupo social, a comunidade em sua geolocalização política e territorial depende de suas ações inteligíveis com os objetos visuais para que seu uso seja claro além de denotar e conotar significação pela imagem em seu campo e código que o símbolo visual representa nas esferas dialogadas neste artigo tais como, os campos da música, a pintura na lateral das locomotivas, o popular jogo da velha, teclados de celulares e computador, representação de número, ou nas próprias redes sociais, e a presente e mais abrangente hashtag que detém forte significação somente pelo recurso imagético, as comparações e apresentações de dados são reconhecíveis e aceitas para comparação de signos presentes no símbolo e na distribuição do local onde ele circula mesmo sendo este, um ambiente virtual. Os tipos de disposições e motivações que caracterizam um homem que acaba de voltar de um sacrificio humano asteca são bem diferentes do que acaba de tirar sua máscara Kachina. (GEERTZ, 2008). O que pressumi-se é que os símbolos não mudam em seu construto, mas em relação à sua aplicação os signos também globais, podem carregar intenções locais no que tange as promoções comerciais por exemplo, porém, o signo replica a palavra compartilhar em sua ordem maior na sequência *Twitter – Hashtag*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Verifica-se a importância que o recurso visual detém na atualidade em nossa realidade. Os meios audiovisuais trouxeram em seu decurso novas possibilidades de

efeitos por e através de imagens, porém este estudo mostra não a capacidade criadora, contudo recriadora de um símbolo já existente, que contornado seja pela cor ou por seu traço mais tênue ou acentuado, assim como pelo construto que cognoscível aos usuários faz o símbolo percorrer esferas e servir a propósitos distintos mediante sua divulgação e utilização.

A história encarregou-se de atribuir signos que enalacrados neste objeto visual, levam e conduzem os utentes ao seu encontro mediante sua situação temporalizada. Em cada superfície que o símbolo encontra posicionamento e atribuição social, seu conteúdo léxico aparece de forma natural, e o símbolo serve para reconhecimento dos envolvidos ao seu redor e a partir de sua posição impositiva, representa os anseios maiores do objeto comum à comunidade que o adota. O reconhecimento das figuras empregues e a aceitação coletiva das imagens com seus respectivos signos, aprimora a experiência do usuário situando-o em sua esfera reforçando o fenômeno que nos deparamos diariamente nas plataformas de comunicação utilizadas, pois o símbolo emanado de uma rede logo desprende-se e leva a outros portais midiáticos dos quais permanecem interconectados. “O surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial está mudando e mudará para sempre nossa cultura” (CASTELLS, 1999, p. 414).

O fenômeno das redes sociais mostra-nos a importância e influência que os meios eletrônicos de comunicação desempenham em nossas vidas. Hoje nossa temporalidade é mutável e transferível com mais rapidez que, anterior aos moldes convergentes atuais. A confluência de informações que empilham sobre as imagens trazem-nos a importância de nossa era em significar através das imagens, o meio acadêmico ainda não aceita as investigações científicas relatadas apenas pela imagem. Porém, reconhece-se que o conteúdo imagético é poderosamente mais abrangente pela técnica ao texto literário exercido na grafia, todavia a leitura de imagens toma proporções polissêmicas e possibilita o equivoco em muitos casos, a imagem afirma e nega assim como o símbolo, o que ele traz consigo é o poder de associação e status mediante seu reconhecimento.

A comunicação via rede social prediz que o envolvimento com a publicidade e as formas de manipulação de mensagens ganham força, e produzem um novo cenário onde a interação seria portanto possível, usar um símbolo sem manter uma

necessidade de significação se não respeitada a hierarquia de valores dos envolvidos no processo de uso da figura, e sua interferência no sentido de onde alocar a imagem e o peso que ela terá, para isso recrutou-se a antropologia contida nas imagens e na concordância do coletivo que está nas imagens e pela imagem, em um ambiente que recobra à visualidade uma significação maior e mais abrangente com a ordem de seu ambiente, transnacional.

Nesta perspectiva de uma comunicação via rede social que é realizada por forte construto imagético em sua maioria composicional, o uso de imagens simbólicas neste período é um diálogo estabelecido entre difusor e emissor para mediação de uso, as vezes de manipulação, mas como a ordem do meio, este modelo de comunicação visual também entrega a imagem para apreciação e disseminação, nunca para mera exposição. O domínio de elementos pictográficos por parte de todos os envolvidos no processo de comunicação interativa, coloca a imagem em uma dinâmica que direciona a produção de imagens e signos deixando-as mais à disposição dos usuários dos meios de comunicação atuais que anteriormente, tal efeito aumenta a empatia pelas imagens, pois sua popularização dá-se de maneira mais abrangente dado a tal feito e sua reprodução multifacetada e de diversas fontes e indivíduos entrelaçados a um sistema social.

REFERÊNCIAS

BORDENAVE, Juan E. Diaz. **Além dos meios e mensagens:** Introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. 8.ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

CANEVACCI, Massimo. **Antropologia da Comunicação Visual.** Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

CASTELLS Manuel. **A Sociedade em Rede:** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CORRÊA, Manoel Luiz Gonçalves. **Linguagem e Comunicação Social;** Visões da Linguística Moderna. São Paulo: Parábola, 2002.

ECO, Humberto. **O Signo:** EDITORIAL PRESENÇA, LTDA. LISBOA. Título original: **SEGNO** . copyright 1973 by ISEDI, Instituto Editoriale Internazionale, Milão, Itália.

FERRARA, Lucrecia D'Aléssio. **SEMIÓTICA: A Estratégia dos Signos; Linguagem / Espaço / Ambiente Urbano.** São Paulo: Perspectiva, 1986.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das Culturas.** 1 ed. - 13. Reimpr. – Rio de Janeiro: LTC, 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo. Ed. 34. 1999.

PEIRCE, Charles Sanders. *The Collected Papers*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1958.

QUEIROZ I, João; LOULA II, Ângelo; GUDWIN III, Ricardo R. **Computação, cognição, semiose**. Salvador: EDUFBA, 2007.

SANTAELLA; Lúcia. **O QUE É SEMIÓTICA**. São Paulo: Brasiliense, 1987.