DOI: 10.5433/1981-8920.2012v17n1p78

IMAGEM, INFORMAÇÃO E TECNOLOGIA: vídeo digital como objeto de estudo para ciência da informação

IMAGEN, INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA: video digital como objecto de estudio para la ciencia de la información

Alexandre Ribas Semeler - Alexandre.semeler@ufrgs.br
Mestrado em Comunicação e Informação pela UFRGS
Bibliotecário documentalista no Instituto de Geociências
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Helen Beatriz Frota Rozados - hrozados@gmail.com
Doutorado em Comunicação e Informação – UFRGS
Professora adjunta da Universidade Federal do Rio Grande do Sul

RESUMO

Introdução: Aborda conceitos a respeito de tecnologias da imagem, no contexto da Ciência da Informação. Delimita o estudo do vídeo digital enquanto imagem, tecnologia e informação.
Objetivo: Identifica as relações do vídeo digital com o conceito de informação estética.
Metodologia: Pesquisa bibliográfica.
Resultados: Os principais autores da fundamentação teórica são Abraham Moles, Arlindo Machado, Philippe Dubois, Lev Manovich, Lucia Santaella, Yves-François Le Coadic, Silvia Martin e Vilém Flusser os quais abordam temas sobre máquinas de imagens (fotografia, cinema, televisão, vídeo e computador), Ciência da Informação e vídeo digital.
Conclusões: O vídeo digital desaparece em sua especificidade para ressurgir como uma presença totalitária junto ao computador e a outros dispositivos tecnológicos. Sob a ótica da Ciência da Informação, as imagens são essenciais para o processo de construção do conhecimento, pois o papel das imagens constitui-se em uma tarefa importante para profissionais da informação e do conhecimento ligados ao mundo da comunicação audiovisual.

Palavras-chave: Ciência da Informação. Vídeo Digital. Imagens Técnicas. Máquinas de Imagem. Infoestética.

1 INTRODUÇÃO

As atuais tecnologias da imagem transformam nossa relação com o mundo, transcendem sua forma de simples visão do mundo para se tornarem um canal de informação entre os indivíduos e a ciência. Estão em todos os lugares: basta apertar botões para que apareçam e encham nossos olhos de brilho e fantasia. Companheiras em horas de solidão, transformam a experiência inserindo mensagens-informações de magia e mito nas cenas da vida. Com elas, comunicamo-nos. Com elas, produzimos uma rede artificial de comunicação na qual a superabundância de imagens tem se transformado na principal forma de se trocarem mensagens.

Uma câmera de vídeo portátil conectada ao computador possibilita a edição e a produção de material audiovisual de boa qualidade. Não é preciso muito conhecimento, pois as facilidades trazidas pelas novas tecnologias do audiovisual fizeram surgir uma geração intimamente ligada ao vídeo. Isso pode ser verificado pela quantidade de vídeos disponível em portais como *YouTube*, *GoogleVídeo*, *Yahoo!Video*, *VideoLog* e *MySpace*.

Nesse contexto, um fenômeno é claramente visível. Conforme aponta Machado (2001, p. 48), “à medida que avançam os progressos na área da tecnologia, percebemos que a imagem eletrônica [e digital] invade todos os setores da produção audiovisual, apontando para o horizonte da mídia única de mil faces diferentes.” Partindo-se do exposto, ousa-se afirmar que as telas de vídeo digital representam o local da convergência de todos os novos saberes e das sensibilidades emergentes e que perfazem um novo panorama de estudos para a Ciência da Informação.

Nessa direção, este artigo pretende explorar o universo do vídeo digital sob três ópticas: como imagem, como tecnologia e como informação. Não se pretende aqui criar uma fronteira entre esses conceitos. Pelo contrário, reconhecem-se neles suas interligações e o seu caráter híbrido, uma vez que se parte da hipótese de que “um está no outro” e de que, em parte, se pode explicar a atual produção de vídeo digital por meio desses conceitos.

2 SOBRE O VÍDEO

O vídeo não é algo novo. Desde a década de 1960, o trabalho com essa tecnologia é uma realidade. O que se ressalta aqui é que a produção de vídeo se tornou algo popular e barato nos últimos anos, possibilitando a qualquer pessoa filmar e editar seus próprios vídeos em casa, e isso sem necessitar gastar muito tempo e dinheiro. Embora alguns possam achar o preço de um *desktop* ou *laptop,* com suporte para edição, de valor elevado.

Assim, para que seja possível compreender o vídeo digital, enquanto fenômeno técnico mutável e heterogêneo, faz-se necessário investigar as transformações tecnológicas decorridas no campo da imagem técnica. Isso acarreta buscar informações anteriores ao seu surgimento, ou seja, analisar as formas culturais que ressurgem com o vídeo digital, para, desse modo, representar algumas das possibilidades do vídeo, enquanto atividade intelectual na atualidade, e desvendar o que está por trás do fluxo informacional das imagens produzidas por ele.

O estudo irá fundamentar-se na delimitação teórica das tecnologias digitais da imagem e de seu uso no processo de produção de mensagens a partir dos seguintes tópicos: abordagem geral sobre o vídeo; máquinas de imagem; tipos de informação. Esses conceitos não serão apresentados de forma normativa ou de maneira linear, mas abordados e convocados de modo multidisciplinar, e isso para exemplificar o que se pretende explicar com a proposta deste artigo: o vídeo enquanto imagem, tecnologia e informação.

3 O VÍDEO E A IMAGEM

O vídeo desempenha um papel fundamental na atividade simbólica do homem contemporâneo. Determina modos de percepção e a narrativa audiovisual de fatos. Em muitas de suas aplicações, o vídeo não está produzindo nenhuma inovação, mas apenas cumprindo funções que antes cabiam às formas de expressão mais antigas, como a fotografia, o cinema e a televisão.

O termo vídeo é marcado por uma espécie de ambiguidade fundamental, pois aparece mais como um complemento nominal do que como um substantivo – câmera de

vídeo, sinal de vídeo –; em suma, como um sufixo ou prefixo. Também se trata de uma palavra sem gênero, carente de corpo. É uma palavra não traduzida, sendo o mesmo em várias línguas – videogame e videoarte. Identifica-se como verbo especial (vídeo, do latim *videre*, "eu vejo"), o que significa, de forma genérica, toda ação constitutiva do ver. Nas palavras de Dubois (2004, p. 72), o "vídeo é o ato de olhar *hic et nunc* por um sujeito em ação [...] 'eu vejo' é algo que se faz ao vivo, não é o 'eu vi' da foto, nem o que 'creio ver' do cinema nem tampouco o 'eu poderia ver' da imagem informática." Efetivamente, a ambiguidade está na natureza do vídeo. O autor sugere que se pense o vídeo como um estado do olhar, maneira de ser das imagens, não como um objeto, mas como um estado da imagem que permite pensar o que elas são ou fazem.

Na busca de um sentido para o vídeo, percebe-se que ele possui problemas de identidade: ao mesmo tempo assume a forma de objeto e processo, ou seja, ele se propõe a ser, concomitantemente, uma imagem existente em si mesma e um dispositivo de circulação de sinais. Onde está, verdadeiramente, o vídeo entendido como uma forma de representação visual distinta? Dubois (2004) tenta responder a essa questão. Ele diz que o vídeo é um lugar de fragmentação fundado na estratificação da imagem, um lugar flutuante. Explica que "possui um plano técnico (o vídeo pertence à imagem eletrônica, embora a sua seja [também] analógica) [em outro plano, o] estético (ele se movimenta entre ficção e o real [...] entre a arte e a comunicação)" (DUBOIS, 2004, p. 69). A maior alteração desde o aparecimento do vídeo foi a sua passagem da produção analógica para a digital.

Pouco explorado por ocupar lugar intermediário entre os sistemas de imagens tecnológicas, o vídeo é mais empregado por artistas no âmbito da intimidade singular. Ele é dependente do estado atual do desenvolvimento tecnológico mais do que qualquer outro meio de comunicação. Seu processo técnico – analógico e/ou digital – atesta o fato de que a imagem-vídeo é um tipo de imagem processual, não descontínua, permanentemente em processo de formação ou de dissipação (MARTIN, 2006). Um tipo de informação ligada ao dispositivo que a produz.

Por esse fato, pretende-se entender o vídeo não tanto por ser ele um meio em si, ou um produto, mas como um estado, ou seja, como uma imagem-informação que não pode ser desvinculada do dispositivo para o qual foi concebida (DUBOIS, 2004). Um híbrido entre máquina e representação audiovisual, uma imagem-dispositivo, um signo de

tecnologia capaz de produzir e se consolidar como um tipo de informação produzida por máquinas de imagens.

4 AS MÁQUINAS DE IMAGENS

O mundo das imagens, explicam Santaella e Nöth (2008), divide-se em domínios distintos, tais como o perceptível e o mental – ambos não existem separadamente, pois estão inextricavelmente ligados. O primeiro é o de nossas representações visuais: pinturas, gravuras, fotografias e as imagens cinematográficas, televisivas, videográficas e infográficas. Neste campo, as imagens são mediações entre o homem e o mundo. O segundo domínio é imaterial: são as imagens de nossa mente que aparecem como visões, fantasias, imaginações, esquemas, representações mentais. O delírio de um louco serve, aqui, como um bom exemplo.

O vídeo, enquanto imagem está contido no primeiro exemplo: o das representações visuais produzidas por dispositivos técnicos. Em outras palavras, é imagem produzida de forma automática por uma máquina de imagem. Nesse sentido, o que são máquinas de imagem? É o que se tenta responder a seguir.

Um novo paradigma visual, baseado na automatização da produção, da distribuição e do consumo de imagens, teve origem com a invenção da fotografia. O olho da câmera de fotografia contribuiu para que o homem construísse um pensamento imagético baseado na tecnologia das máquinas de visão (câmeras). Porém, com o tempo, a fotografia foi perdendo a hegemonia sobre o pensamento visual. Outras ferramentas tecnológicas emergiram. Com a tevê/vídeo (imagem eletrônica) e com o computador (imagem digital), formou-se uma verdadeira civilização das imagens, conceito oriundo da tradição marxista, que vê a superabundância de imagens como um momento pós-moderno, no qual toda tragédia do mundo contemporâneo reside no fato de as coisas se tornaram imagens. Elas ter-se-iam transformado na principal forma de transmitir mensagens, crescendo em progressão geométrica, sendo que a atual hegemonia das mídias oferece as condições ideais para constituição de um mundo à parte, produto de uma desrealização fatal do mundo e de sua substituição por uma hiper-realidade.

As últimas tecnologias que surgiram introduziram uma dimensão maquínica no mundo das imagens, o que remete ao uso de instrumentos técnicos na fabricação de

objetos visuais. A abordagem do desenvolvimento tecnológico, aqui descrito, terá em vista as ideias construtivistas que, segundo Rudiger (2003, p. 139) se preocupam em "detalhar os processos de surgimento, articulação e uso social de determinadas tecnologias maquinísticas". Para o autor, a relação entre o desenvolvimento tecnológico e as pessoas significa a estruturação de uma rede em que técnicas interagem e moldam as relações sociais e essas, igualmente, moldam a tecnologia.

Parafraseando Dubois (2004), um dos principais pensadores no campo da estética da imagem e da figura, com contribuições decisivas na reflexão sobre a fotografia, o cinema, o vídeo e o domínio digital, a evolução das máquinas de imagem obedece às seguintes fases: câmara obscura/fotografia, fotografia/cinema, televisão/imagem informática.

A primeira transição entre esses sistemas articula-se entre a passagem da câmara obscura[1] e a fotografia. A máquina Renascentista é um instrumento que organiza e facilita a apreensão do real, mede ou aprofunda a percepção visual do olho humano, mas não chega a desenhar a imagem sobre um suporte. Continua se exercendo, unicamente, pela intervenção gestual do pintor desenhista. Em outras palavras, a imagem ainda é produzida pelas mãos do homem; é uma relação entre o sujeito e o real que não distancia esses elementos; a máquina é puramente óptica, de pré-figuração (DUBOIS, 2004).

A próxima etapa é marcada pelo processo evolutivo da imagem. No início do século XIX, surge a fotografia como um sistema semiótico que não se contenta mais em apenas prever a imagem. Ele inscreve a imagem por meio de reações fotossensíveis de certos materiais que registram as aparências visíveis pela radiação luminosa. A originalidade da fotografia, em relação à câmara obscura, reside em sua objetividade essencial. Pela primeira vez, uma imagem do mundo exterior forma-se automaticamente sem a intervenção do homem – o que resulta na dissolução do Sujeito pela representação maquínica, por meio de um sistema de signos (DUBOIS, 2004).

Primeiro as máquinas de pré-visão (câmara obscura), depois as de inscrição (fotografia) e, em seguida, o maquinismo passa para a fase da visualização. No final do século XIX, surge o cinematógrafo. A maquinaria cinematográfica é, em seu conjunto, produtora de imaginário; sua força não reside apenas na dimensão tecnológica, mas na

[1] As construções ópticas do Renascimento – portinholas de Albrecht Dürer, a tavoletta de Filipo Brunelleschi – foram máquinas de conceber e fabricar imagens baseadas na reprodução do visível.

simbólica. O cinema reintroduz o Sujeito na imagem. Com essa tecnologia, toda trajetória de produção de imagens (pré-visão, inscrição, pós-contemplação) tornou-se maquínica (DUBOIS, 2004).

O advento da televisão marca a quarta fase da imagem, que, agora, pode ser transmitida à distância, ao vivo e para uma multiplicidade de indivíduos. Ela abre a porta da ilusão (simulação) da copresença integral. Por último, surge a imagem informática, também chamada de imagem de síntese. Pode-se dizer que, desde então, o Real torna-se maquínico, uma vez que é gerado por computador. O objeto a ser representado pertence à ordem das máquinas. Talvez seja esse o destino de toda representação tecnicamente mediada. Assim, ao se contemplar esse tipo de imagem, está-se, não só diante de um mundo, mas de conceitos que se forjam a respeito desse mundo. Esse tipo de imagem é menos uma imagem do que uma abstração, é produto de um cálculo (DUBOIS, 2004). Os algoritmos da imagem de síntese alteram a representação clássica. Lemos (2004, p. 180) esclarece que “não é mais a realidade da natureza que é representada pelas imagens, mas o modelo de uma realidade que é simulado na imagem”.

A imagem de síntese representa o extremo de todos os processos de desmaterialização. Ela é puramente virtual, produzida por cálculos. Nas palavras de Dubois (2004, p. 66), “hipertrofia do ver e do tocar, por parte de um sistema de representação tecnológica que carece cruelmente de ambos por ter dado as costas ao Real. As telas se acumularam a tal ponto que apagaram o mundo”.

Nesse contexto, todas as máquinas de imagem produzem imagens técnicas, incluindo o vídeo digital. Por essa razão, possuem características em comum, o que torna difícil distingui-las, por exigir mais critérios e esforço metodológico para analisá-las em separado ou isolá-las.

5 O VÍDEO E O COMPUTADOR

A investigação sobre o computador e o vídeo surge em momentos históricos quase simultâneos. Apesar disso, inicialmente, as duas tecnologias não parecem estabelecer diálogos. É somente nos anos de 1980 e 1990, com o surgimento da *Grafic User Interface* (*GUI)*, com o avanço do poder de processamento dos computadores e dos *softwares* de

edição, que os computadores e o vídeo (imagem eletrônica) iniciam um processo de hibridização, fazendo surgir o vídeo digital.

Apesar do surgimento independente do vídeo, o avanço tecnológico faz com que ele seja anexado ao computador, funcionando como um tipo de interface – animações na *Web*, teleconferências com *softwares* tipo *instant messager*, *Adobe Connect* (*software* para videoconferências), entre outros usos.

Pode-se dizer que o formato da imagem do vídeo passa de eletrônica para digital, sendo ele, hoje, imagem de síntese. Como explica Manovich (2004, p. 123, tradução nossa), "os objetos presentes nas novas mídias são raramente criados do nada. Normalmente, eles são uma reunião de partes já prontas de outras formas culturais". Ao falar de novas mídias, o autor não descontextualiza ou propõe uma leitura da tecnologia do vídeo digital como algo absolutamente novo, mas como algo que herda características de seus antecessores e é absorvido pelo seu sucessor: o computador.

Segundo Arlindo Machado (2003), o vídeo digital, em síntese, é a sincronização entre sons e imagens. Longe de estar decadente ou moribundo, ele se faz presente em outras mídias, principalmente naquelas resultantes da convergência dos suportes digitais.

A tecnologia do vídeo deixa de existir enquanto entidade separada, mimetizando o cinema (seu antecessor) e se hibridizando com o computador (seu sucessor); consequentemente encerra uma etapa histórica, enquanto imagem eletrônica de linguagem pura e específica. O computador tem a capacidade de assimilar e rearranjar os conteúdos e as técnicas presentes na estética do passado de uma maneira totalmente nova. Ele é uma forma radical de reutilização do conhecimento acumulado por meio da tecnologia.

Algumas características das tecnologias da imagem, desde a primeira metade do século XIX até os dias de hoje, conservam-se na interface do computador. E, assim, a reformulação de outras mídias do passado e do presente, como a página impressa, o cinema, a televisão, passam a usar um novo dialeto: o da imagem digital na tela do computador. Diferentemente da fotografia, do cinema e da pintura, nos quais há uma cena e um olhar, a imagem-vídeo, como aquela na tela do computador, induz a uma espécie de imersão, de relação umbilical, de interação tátil (BAUDRILLARD, 1997).

6 O VÍDEO DIGITAL E A INFORMAÇÃO

O vídeo digital conecta-se ao campo de estudos da informação no que tange aos processos de produção, comunicação e uso da informação e, assim, é visto como um suporte informacional usado para comunicação audiovisual – como uma memória dialógica que pode ser recuperada, armazenada e disseminada por meio de tecnologias digitais.

Como explica Le Coadic (2004, p. 4), o conceito de informação pode ser entendido como "um conhecimento inscrito (registrado) em forma escrita (impressa ou digital), oral ou audiovisual em qualquer suporte". A fim de desenvolver esse argumento, o próximo tópico irá tratar dos conceitos de informação semântica e estética, no sentido de contextualizar o vídeo enquanto objeto de estudo da Ciência da Informação. Em específico, serão tratadas algumas ideias oriundas do pensamento de Abraham Moles[2] sobre a *Teoria da Informação e Percepção Estética.*

Sempre que possível, tentar-se-á analisar o potencial dos novos *media* (notadamente vídeo e computador) para permitir a fundamentação da informação estética e, assim, buscar compreender o vídeo como algo capaz de produzir novos tipos de representações, ressaltando sua capacidade de reconfigurar o que já existe. Como hipótese, tem-se a seguinte proposição: a imagem é uma fonte de informação e de conhecimento comunicável que pode ser tratada, recuperada, armazenada e disseminada como informação estética.

Nas palavras de Moles (1978, p. 189), "o indivíduo humano procura na mensagem menos que uma informação lógica, uma originalidade estética que transcende a reunião dos símbolos palavras, para criar uma ação". O autor utiliza dois tipos de informação – a estética e a semântica. Para Moles,

> [...] sobre as mensagens que o indivíduo recebe do mundo exterior há dois pontos de vista: o semântico e estético [...]. De fato, eles definem, em toda mensagem, dois tipos de repertórios, de regras de organização, de estruturas e de originalidade (MOLES, 1978, p. 189).

[2] Abraham Moles foi um engenheiro elétrico e acústico, doutor em Física e Filosofia, que lecionou disciplinas de Sociologia, Psicologia e Comunicação no Instituto de Psicologia e Comunicação Social da Escola de Estrasburgo, durante os anos de 1960. O autor estabelece a conhecida teoria da informação e percepção estética, a qual apresenta uma tendência da teoria da imagem, que estuda os efeitos da mensagem sobre o indivíduo.

Essa proposição parte da ideia de que podem existir dois tipos de informação nas mensagens: a semântica e a estética. Especificamente, a informação estética indica uma teoria sociológica que procura conhecer os papéis do criador ou do receptor, de acordo com a sua cultura, indicando os valores tecidos na mensagem que é definida como intraduzível. Em outras palavras, é conotativa e diz respeito à maneira como se diz (MOLES, 1978). Nesse contexto, o da informação estética, ressalta-se a necessidade de identificar, no vídeo, suas generalidades, as quais implicam a percepção deste enquanto um meio e/ou um canal de transmissão de informação estética.

O vídeo, enquanto informação estética, define-se por meio de suas afinidades com o computador. Este tem a capacidade de assimilar e rearranjar os conteúdos e as técnicas presentes na estética do passado e isso, de uma maneira totalmente nova, amplificando a reutilização do conhecimento acumulado pelos indivíduos na sociedade da informação. Acredita-se que existe uma tendência de estetização da informação nas interfaces que suportam o vídeo, o que faz com que as ferramentas de *softwares* abandonem a eficiência para serem levadas a contemplar a estética.

Com base nessa afirmação, arrisca-se aqui a considerar o vídeo como um tipo especial de informação, oriundo do processo de permutação (edição) de imagens-informação estéticas. Em outras palavras, a edição de vídeo digital faz com que seja possível criar representações imagéticas por meio da permutação de signos estéticos. Editores são capazes de expressar suas emoções e escrever seus pensamentos em memórias artificiais, utilizando, para isso, *softwares* como o *Final Cut.* A interface do vídeo constitui-se como uma ferramenta para mediar diálogos por meio de imagens (APPLE, 2009).

Com o auxílio do computador e das redes de comunicação, pode-se amplificar esse processo e dialogar com outros distantes no tempo e no espaço, utilizando informação estética para compor nossas mensagens. Segundo Santaella (2003, p. 92), as máquinas de imagem – como os computadores – são “zonas fronteiriças sensíveis de negociação entre o humano e o maquínico, assim como pivô de um novo conjunto de relações homem-máquina”. E isso se caracteriza pela mescla de signos, códigos, mídias que acionam a mistura dos sentidos receptores na medida em que o receptor interage com a imagem, cooperando na sua realização.

Para Machado (2001, p. 107), “pensamos com todas as formas perceptivas e com todos os códigos significantes: com palavras sim, mas também com imagens, ruídos, música e até mesmo odores, gestos e toques”. A informação estética, além de causar emoção, pode também causar ao homem, afirma Machado (2001, p. 108), “o desafio de construir o pensamento e expressá-lo através de um conjunto de meios de expressão e de um discurso áudio-tátil-verbo-moto-visual, sem hierarquias e sem a hegemonia de um código sobre os demais”. Dessa forma, o uso do vídeo, enquanto um tipo de informação estética, tem sua origem na discussão a respeito dos processos de produção de imagens e nas novas formas culturais específicas da sociedade da informação: os *softwares* e as redes de computadores, pois redefinem o próprio conceito de informação.

Nesse contexto, pode a Ciência da Informação abrigar os estudos sobre a informação estética, já que esta se condiciona a ser uma ciência social que se apoia no estudo das tecnologias e na análise dos processos de construção, comunicação, uso da informação? Explica Silva (2006, p. 38) que a Ciência da Informação “compreende o dar forma às ideias e emoções (informar); bem como, a troca efetiva dessas ideias e emoções entre seres humanos (comunicar)”. Com base nessa explicação, arrisca-se, aqui, a afirmar que a informação estética deve ser objeto de estudo da Ciência da Informação, pois a informação se caracteriza como um excelente apoio no estudo das tecnologias e na análise dos processos de construção, comunicação, uso da informação.

A informação estética pode ser uma forma melhor de se comunicarem ideias que sejam resultado do trabalho com *softwares* e linguagens de programação e, em específico, com dispositivos como o vídeo e o computador. Por exemplo, nem todos leem ou compreendem a escrita em inglês ou francês, no entanto, compreendem as imagens-ícones impressas na interface gráfica dos computadores, como a lixeira do *Windows* (FURTADO, 2003).

Assim, por que a informação estética é importante para os estudos da Ciência da Informação? O motivo está no fato de que ela se configura como um espaço aparentemente não explorado pela Ciência da Informação, um *locus* onde o centro da análise está focalizado na exploração dos novos meios e dos novos modos de produção de imagens. Por esse fato, a informação estética produzida pelas máquinas de visão, como o vídeo e o computador, torna-se excelente instrumento de pesquisa, seja na hora de coletar dados, seja na hora de divulgar resultados de estudos teóricos.

Como define Moles (1978, p. 191), "a informação estética é específica ao canal que a transmite, encontrando-se gravemente alterada por uma mudança de um canal para outro; uma sinfonia não substitui um desenho animado, é diferente na sua essência". O ponto de vista estético não tem intuito de preparar decisões – melhor dizendo, não tem nenhum objetivo prático a não ser causar emoção estética. Será então a informação estética um tipo informacional vinculado aos *media* capaz de amplificar as relações do homem com as interfaces informáticas, que permite comunicar melhor uma mensagem e, consequentemente, informar mais facilmente aos indivíduos que a recebem?

Ela é importante, pois sugere que as interfaces de informação e as ferramentas de informação que usamos na vida cotidiana – como programas de computador para edição não linear de vídeo – são algo manipulável pelo receptor e, por consequência, permite que ele receba e crie novas mensagens, facilitando, assim, o processo de comunicação. Do mesmo modo, as aplicações informáticas utilizadas pela indústria cultural da imagem são formas culturais da sociedade da informação e têm a intenção de dar forma a ações e a emoções que constituem um novo modo de comunicação. O desafio que se tem é descobrir como usar essas ferramentas para criar novas mensagens, em suma, estabelecer como as interfaces do computador e do vídeo qualificam a experiência humana, a subjetividade e a memória.

Por fim, os valores tecidos na mensagem indicam que a hipótese proposta anteriormente – a imagem é uma fonte de informação e de conhecimento comunicável que pode ser tratada, recuperada, armazenada e disseminada como informação estética – possibilita a compreensão dos formatos de informação, mas também que esta se define pelo canal pelo qual está sendo comunicada.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O vídeo é informação, mensagem, teoria, arte, conceito, um estado, um objeto, um processo ou, talvez, um tipo de informação intraduzível. Arrisca-se a afirmar que ele pode ser informação que se compõe de mensagens artísticas e midiáticas; armazena-se por meio de memórias artificiais discursivas, inscritas em algum tipo de meio e/ou um canal por onde exista a intenção de comunicação da informação. Ele pode ser produzido por qualquer um que deseje e disponha dos devidos dispositivos tecnológicos – uma câmera e/ou um computador.

O artigo preocupou-se em apresentar o vídeo digital enquanto imagem, tecnologia e informação. Para isso, abordou uma série de conceitos relacionados às tecnologias da imagem e suas relações com o campo da Ciência da Informação. Constatou que, atualmente, o vídeo digital desaparece em sua especificidade para ressurgir como uma presença totalitária junto ao computador e a outros dispositivos tecnológicos.

Sob a ótica da Ciência da Informação, ou seja, de uma ciência social que se apoia no estudo das tecnologias e na análise dos processos de produção, comunicação e uso da informação, as imagens são essenciais para o processo de construção do conhecimento, quer seja o que advém da imagem, quer seja o que estuda a imagem, pois o papel das imagens, nesse contexto, mais do que simples curiosidade, constitui-se em uma tarefa importante para profissionais da informação e do conhecimento ligados ao mundo da comunicação audiovisual.

Por fim, é importante colocar que o fundamento metodológico dos estudos sobre a informação e o vídeo são uma tentativa teórica e técnica de articular dois grandes preceitos metafísicos*:* o *Cogito* de Descartes e o *Percept* de Berkeley. O primeiro (*cogito ergo sum* – penso logo existo) afirma a existência do sujeito na atividade do pensar: o ser aí é questão de conceito, concepção, conceitualização. O segundo (*Et percipit,* Ser é ser percebido) situa, por sua vez, o ser na perspectiva do percepto – de forma negativa, ou inversa, passiva: ser é ser percebido (e ao perceber). Convém acrescentar um terceiro: do crer e fazer crer. Ver, pensar e crer. Percepção, concepção e ficcionalização como operadores na construção de uma metodologia de estudos para o vídeo digital no que ele concerne aos estudos da Ciência da Informação (DUBOIS, 2004).

AGRADECIMENTOS

Ao Conselho Nacional de Pesquisa (CNPq) pela bolsa de mestrado.

REFERÊNCIAS

APPLE, Computers. **Final cut pro**. 2009. Disponível em: <http://www.apple.com/br/support/finalcutpro/>. Acesso em: 15 maio 2009.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. São Paulo: Relógio D'Água, 1997.

DUBOIS, Philippe. **Cinema, vídeo, Godard**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FURTADO, José Afonso. **O papel e o pixel**. Coimbra: Ciberscópio, 2003. Disponível em: <http://www.ciberscopio.net/artigos/tema3/cdif_05.pdf.>. Acesso em: 23 set. 2007.

LE COADIC, Yves-François. **A ciência da informação**. Brasília: Briquet de Lemos/Livros, 2004.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MACHADO, Arlindo. **Made in Brazil:** três décadas do vídeo brasileiro. São Paulo: Itaú Cultural, 2003.

_____. **Máquina e imaginário**: o desafio das poéticas tecnológicas. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001.

MANOVICH, Lev. **The language of new media.** London: The MIT Press, 2004.

MARTIN, Silvia. **Video Art.** Madrid: TASCHEN, 2006.

MOLES, Abraham. **Teoria da informação e percepção estética**. Brasília, DF: Editora da Universidade de Brasília, 1978.

RUDIGER, Francisco. **Introdução às teorias da cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

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

_____; NÖTH, Winfried. **Imagem**: cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 2008.

SILVA, Armando Malheiro. **A Informação**: da compreensão do fenómeno e construção do objecto científico. Lisboa: Afrontamento, 2006.

Title

Image, Information and technology: Digital video as object of study for information science.

Abstract

Introduction: This study addresses some concepts about technology of image in the information science context. Delimit the study of digital video as image, technology and information.
Purpose: To identify the relationships of digital video as concept of aesthetic information concept.
Methodology: Bibliographic Research.
Results: The main authors of the theoretical basis are Abraham Moles, Arlindo Machado, Philippe Dubois, Lev Manovich, Lucia Santaella, Yves-François Le Coadic, Silvia Martin and Vilém Flusser. These authors address subject about image machines (photography, film, television, video and computer), Information Science and digital video.

Conclusions: Digital video disappears in its specificity to resurface as a totalitarian presence at the computer and other technological devices. Information Science points of view, images are essentials for the construction process of knowledge of the audiovisual communication world.

Key-words
Information Science. Digital Video. Technical Images. Image machines. Info-aesthetics

---

Título

Imagen, información y tecnología: video digital como objecto de estudio para la ciencia de la informacion

Resumen

Introducción: Aborda los conceptos sobre tecnologias de la imagen em El contexto de la Ciencia de la Información. Delimita El estúdio de vídeo digital em imagen, tecnologia e información.
Objetivo: Identificar las relaciones entre el video digital y el concepto de información estética.
Metodología: Investigación bibliográfica.
Resultados: Los principales autores que fundamentan el estudio son Abraham Moles, Arlindo Machado, Dubois Philippe, Lev Manovich, Lucia Santaella, Yves-Francois Le Coadic, Silvia Martin y Vilém Flusser, los cuales abordan los temas de la máquinas de las imágenes (fotografía, cine, tevisión, vídeo y ordenadores), Ciencia de la Información y vídeo digital.
Conclusiones: El vídeo digital desaparece en su especificidad para resurgir como una presencia totalitaria junto los ordenadores y otros dispositivos tecnológicos. Desde la perspectiva de la Ciencia de la Información, las imágenes son esenciales para el proceso de construcción del conocimiento, ya que el papel de las imágenes constituye una tarea importante para los profesionales de la información y del conocimiento, relacionados con el mundo de la comunicación audiovisual.

Palabras clave
Ciencia de la Información. Video digital. Imagen Técnica. Máquinas de las Imágenes. Información Estética.

Recebido em: 05/09/2011
Aceito em: 18/05/2012