

Tecnognose:

Para uma epistemologia da forma

Technognosis:

Steps to an Epistemology of Forms

Adriana Braga

Doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos, Pesquisadora FAPERJ e Professora Associada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio. Coordenadora do Grupo de Pesquisa em Interações Digitais (GRID / CNPq) Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação, Rio de Janeiro (RJ), Brasil.

Placide Okalema Pashi

Doutorando em Comunicação pela PUC-Rio e Bacharel em Comunicação Social pela Université Catholique du Congo em 2015. É Padre da Arquidiocese de Kinshasa na República Democrática do Congo desde 2011. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação, Rio de Janeiro (RJ), Brasil.

Introdução

O objetivo deste artigo é pensar a epistemologia das mídias como suportes técnicos, independentemente do conteúdo que veiculam. O trabalho de McLuhan sobre as mídias permite questionar a face epistemológica até então negligenciada: a dimensão cognitiva e epistêmica das mídias como dispositivos técnicos.

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v22.ed46.2022.280>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 22, Nº 46, p.35-47, jan./abr. 2022

Uma nova tecnologia compete com as demais não só por tempo, atenção, dinheiro, prestígio, mas principalmente pela predominância de sua visão de mundo, fomentando alterações sociais, institucionais e intelectuais relevantes, que por sua vez, são redirecionadas pela sociedade (BRAGA, 2008, p. 68).

Atividades cotidianas envolvendo as mídias e as tecnologias de modo geral (conversar, fazer compras, pesquisar um tema, etc) estão inseridas em condições práticas de uso, que utilizam recursos de outros contextos tecnológicos de acordo com a demanda do caso de uso específico. Entretanto, essas atividades parecem não substituir totalmente as atividades tradicionais, mas funcionar como seus complementos ou transformações, “alterando a estrutura dos nossos interesses”, o “caráter dos nossos símbolos” e a “natureza da nossa comunidade”. (POSTMAN, 1994, p. 29)

Tais suportes midiáticos fornecem meios para mudanças nas formas de conhecimento, criam novos ambientes comunicacionais e sociais, criando, portanto, novas condições para a existência humana. Partindo de uma abordagem da ecologia das mídias, busca-se, a partir da materialidade dos suportes midiáticos, identificar suas epistemes e compreender o processo de subjetivação e subjugação de que também são catalisadores. Assim, uma mídia é uma tecnologia cognitiva e cultural que expressa as diferentes esferas de objetivação da mente e à qual está ligado um conteúdo aberto a semiose. No esforço de circunscrever o objeto de nossa discussão, foram nomeados cinco eixos que desenvolveremos a seguir, a saber:

- 1) Ensaio da noção de suportes midiáticos entendidos como signos sensíveis e concretos;
- 2) Os suportes midiáticos são reprodutores, formadores e coformadores de propostas de sentidos e interpretações;
- 3) A dualidade dos suportes midiáticos;
- 4) Suportes midiáticos e o processo de subjetivação;
- 5) Materialidade midiática à sombra da problemática do determinismo tecnológico.

1. Ensaio da noção de suportes midiáticos entendidos como signos sensíveis e concretos

Para esboçar um ensaio da noção de suportes midiáticos, entendidos como signos sensíveis e concretos, busca-se uma definição sobre o que são as mídias. Com efeito, por suportes midiáticos, devemos

entender uma *tecnognose*¹ à qual um conteúdo particular e aberto à semiose está relacionado. Dito de outra forma, os suportes midiáticos, tomados como expressão da atividade da mente, referem-se a um regime particular de proposições de sentidos abertos a interpretações. Nesse sentido, o distanciamento entre os suportes midiáticos e o regime particular de proposição de sentidos que representam é alheio à epistemologia da forma: “... a imagem não manifesta a coisa, é a coisa” (CASSIRER, 1925/1972, p. 62), afirma Cassirer. O autor, tratando do signo, declara:

[...] o signo não é o envelope que um puro acaso atribuiria ao pensamento, mas seu órgão necessário e essencial. Não é apenas com o propósito de comunicar o conteúdo do pensamento que seria fornecido quando concluído; é um instrumento por meio do qual esse próprio conteúdo se concretiza, exteriorizando-se, e somente por meio do qual adquire a plenitude de seu sentido. A determinação conceitual de um conteúdo anda de mãos dadas com sua fixação num signo característico (CASSIRER, 1925/1923, p. 27, tradução livre)

“O meio é a mensagem”, afirma McLuhan (2007, p. 21). Desse ponto de vista, a epistemologia da forma opõe-se à concepção empirista-realista, na medida em que esta só vê na materialidade do signo um “meio de se relacionar com as coisas” (KANTOROWSKI, 1997, p. 24-25). As mídias se referem, desse ponto de vista, a uma relação da forma e da matéria. Em qualquer atividade cognitiva, há sempre “um elo de intimidade necessário entre o sensível e o ideal: a mente manifesta sua atividade não por meio de puras idealidades, mas por meio da formação do material sensível” (KANTOROWSKI, 1997, p. 108). Em outras palavras, é possível dizer que, como qualquer signo sensível e concreto, os suportes midiáticos oferecem a particularidade de não serem absorvidos em sua materialidade, mesmo que pareçam primeiro como expressão da atividade da mente ou mesmo como suportes referindo-se a algo não sensível. Entendendo, entretanto, a relação entre suportes midiáticos sensíveis e o que eles representam como:

a justaposição ou ligação de duas entidades independentes, mas como uma condição recíproca de existência. Eles não são destacáveis um do outro. A representação somente se expõe através de um suporte que condiciona sua apresentação, o molde, a in-forma. Por outro lado, esse suporte não tem legitimidade, funcionalidade e significado social a não ser apenas por meio da atividade cognitiva que a representação lhe possibilita exercer (ROBERT, 2000, p. 103)

Assim, os suportes midiáticos, como representação e signo concreto, constituem a unidade mediadora entre o que é sensível e o que não é. Denominando operacionalmente ‘unidade mediadora’ essa:

¹ Pelo neologismo *tecnognose*, entende-se uma tecnologia ou um dispositivo ao mesmo tempo físico, cognitivo e cultural que expressa as diferentes esferas da objetivação da mente com um conteúdo aberto à semiose. Esse termo é composto pelo prefixo *techno*, do latim *Technis*, que significa ferramenta ou instrumento, e pelo substantivo *gnose* (do grego *gignosko*, que significa conhecimento, saber). A *tecnognose* é, portanto, uma ferramenta inteligente e significante.

...esquematisação - no sentido kantiano do termo - que permite ir além do que Cassirer considera ser um conflito entre o aspecto puramente ideal de um conceito e uma matéria que, de forma contingente, serve de suporte à expressão deste conceito. Esse conflito, para Cassirer, assume o aspecto de uma contradição lógica que incide sobre a diferença entre conceito e matéria, por um lado, e entre necessidade e contingência, por outro. A forma simbólica aparece em si mesma como a manifestação da superação dessa contradição: é ao mesmo tempo o que precede qualquer impressão sensível externa – ela levanta esse efeito da idealidade do conceito - mas sua função é trabalhar com o material a fim de constituí-lo em matéria do signo. Diríamos hoje que a forma simbólica é o que torna possível a constituição de uma matéria com significado, com sentido (LASSEGUE, 2007, tradução livre).

Nessa perspectiva, a tarefa de uma crítica geral do conhecimento seria, por um lado, compreender o sentido e os processos de significação em um discurso midiático; e, por outro, evitar a unilateralidade exclusiva na recepção e na construção de significados. É preciso, portanto, trabalhar com esse regime de proposições de sentido e não nivelar a multiplicidade de sentidos contidos em uma forma midiática (CASSIRER, 1921/2000).

É por meio da linguagem que a Humanidade acessa e negocia sentidos e interpretações. Considerada uma forma simbólica em si mesma, “a linguagem é o meio no qual as principais atividades da mente tomam forma” (HABERMAS, 1997, p. 79-104.). É nela “que, por meio do jogo de atributos e negações, se elaboram as determinações contrastantes de representações e imagens do mundo” (IRIBARREN, 2015). Em suma, é por meio da linguagem que a mente humana, como polo subjetivo, consegue desdobrar a energia simbolizante contida em uma forma midiática e transformá-la em realidade interpretável (LASSEGUE, 2007). Ou seja, os suportes midiáticos são produtores e reprodutores de significações e sentidos.

2. Os suportes midiáticos como (re)produtores de propostas de sentido e interpretações

Os suportes midiáticos são reprodutores e coformadores de sentido. Eles são produtores e reprodutores de sentido na perspectiva de Cassirer quando ele fala de formas simbólicas:

Todas as grandes funções espirituais compartilham com o conhecimento, a propriedade fundamental de serem habitadas por uma força originalmente formadora e não simplesmente reprodutora. Longe de se limitar a expressar passivamente a pura presença dos fenômenos, tal função lhe confere, pela virtude autônoma da energia espiritual que nela está, uma certa "significação", um valor particular de idealidade. Isso vale tanto para a arte quanto para o conhecimento, para o pensamento mítico e para a religião: o mundo das imagens em que vive cada uma dessas funções espirituais nunca é o simples reflexo de um dado empírico; pelo contrário, é produzido pela função correspondente de acordo com um princípio original. Todas as funções da mente geram assim suas próprias configurações simbólicas que, embora muito diferentes dos símbolos do intelecto, nada lhes cedem de forma alguma quanto ao valor de sua origem espiritual. [...] portanto, é

necessário ver neles não as diferentes maneiras que teria um real em si mesmo para se revelar à mente, mas os vários caminhos que a mente segue em seu processo de objetivação, ou seja na revelação a si mesmo (CASSIRER, 1923, p. 18)

Além disso, os suportes midiáticos também são coprodutores de proposições de sentido e de significação. Com efeito, cada suporte midiático é também a expressão de uma cultura, de uma ideologia, uma civilização ou mesmo de determinado universo cultural que deve ser comunicado. Os suportes midiáticos não entram em contato com seres desprovidos de razão e cultura. O contato com os suportes midiáticos é o encontro de dois tipos de cultura, a da/o autor/a do suporte midiático e a do sujeito que se utiliza da tecnologia. Cada pessoa é uma identidade particular e relativamente autônoma.

Assim, em seu desejo de detectar e comunicar o sentido proposto em determinado suporte midiático, fazendo-o por meio da linguagem, o sujeito não é apenas traído por sua própria linguagem, mas também por sua própria identidade. A partir do encontro desses dois universos culturais, produz-se um sentido e/ou uma significação culturalmente e socialmente híbrida. Não haverá um sentido ou uma significação pura quando duas identidades interagem. Todo o conhecimento, todo o sentido, toda a significação é uma construção conjunta, ou seja, se referem à atividade estruturante da mente.

3. A dualidade dos suportes midiáticos

Os suportes midiáticos, entendidos como formas simbólicas, são entendidos como a série de formas de vida da mente, uma série cujo princípio de progressão é determinado pelo conhecimento da mente socialmente e culturalmente situada. Além disso, do ponto de vista estético, a dualidade dos suportes midiáticos justifica-se pela dupla composição de cada suporte midiático. A dualidade de que se trata aqui deve ser entendida como a realização da mente no sensível, ou seja, como vivido. Cada suporte midiático é constituído por um princípio ou núcleo fundador e eterno, de caráter universal, e um elemento circunstancial particular ou relativo.

Se tomarmos o exemplo do computador, da televisão, essas mídias sofrem metamorfoses, reconfigurações em seus formatos e outros acessórios, em suas formas, em seus usos por serem contingentes e vinculados aos tempos, às necessidades de venda e de consumo. Mas o princípio com base na qual um computador é fabricado, que se torna a *tecnologicidade* de uma tecnologia, esse princípio permanece invariável, mas tornado universalmente válido. O carregador de um telefone pode ser usado

universalmente quando estiver nas mesmas condições de fabricação e uso. É esse princípio invariável que permite incluir a diversidade das formas midiáticas ou formas tecnológicas em um *continuum* tecnológico global. Esse princípio invariável é trans-histórico, mas não é linear. Outros princípios são acoplados nele. Os acessórios ligados a esse princípio tecnológico são, por sua vez, relativos, contingentes e mudam com o tempo, épocas, moda, paixão, gosto, etc.

O princípio relativo é histórico, circunstancial. Cada época tem sua marca e suas cores particulares. Existe uma relação dialógica entre os dois princípios, e o princípio permanente é apreciado e admirado no princípio relativo. Os princípios se complementam e estão indissociavelmente ligados. Conhecer essa concepção dialógica de suportes midiáticos ou de qualquer tecnologia permite compreender a própria tecnologia e identificar seus desafios, inclusive a concepção de tempo. O universal, ou seja, o núcleo fundador dos suportes midiáticos ou de qualquer tecnologia, por sua vez, tem como suporte os princípios relativos ou os acessórios. Dessa forma, o universal se adapta a qualquer universo cultural.

4. Os suportes midiáticos e o processo de subjetivação

Como tecnologia intelectual, expressão de um universo cultural, os suportes midiáticos são passíveis de gerar formas de conhecimento, os sujeito-objetos por meio de um processo de subjetivação e sujeição a normas inequívocas que produzem a dessingularização e a despersonalização do sujeito. A subjetivação aqui em questão “faz imediatamente entender uma relação com a subjetividade” (DARDOT, 2011, p. 235-258), e não com o indivíduo. O que é uma maneira de dizer que “a subjetividade, longe de ser um dado primário, é sempre o resultado de uma subjetivação” (DARDOT, 2011, p. 235-258). Haverá, portanto, tantos modos de subjetivação midiática quantas forem as maneiras para que tal processo seja realizado.

Nesse sentido, pode-se dizer que, ao longo de sua história, com os formatos midiáticos e em sua relação com eles, os sujeitos nunca deixaram de ser produzidos ou de se produzirem como subjetividades, em diferentes formas infinitamente múltiplas (DARDOT, 2011) e renovadas na medida em que os formatos midiáticos mudam ou se adaptam a determinado período. Até certo ponto, os suportes midiáticos aparecem em última instância como uma representação normativa à qual se devem conformar. É, portanto, a marca do poder, o efeito de um julgamento que propõe aos sujeitos certa identidade. Desse modo, pode-se pensar que os suportes midiáticos, entendidos como formas simbólicas, se apresentam mais às pessoas que o

utilizam como o lugar da constituição de sua identidade, ou seja, o lugar onde a relação em si resulta da ação realizada pelos sujeitos sobre si mesmos, que dariam um trabalho de autotransformação, um trabalho de si sobre si que é uma atividade de autoformação, e não o simples efeito de um investimento operado pelo poder midiático (LAFLEUR, 2015).

No entanto, essa subjetivação das/os utentes das mídias é aparente. Com efeito, se estamos do lado dos suportes midiáticos, o que está em questão na subjetivação não é determinada ação do público sobre si mesmo. Mais precisamente, a ideia fundamental nesse processo não é reconhecer, desde o início, as/os usuárias/os de um papel constitutivo, da mesma forma que as relações de poder e as formas de conhecimento midiáticas a que agora estão associadas. A subjetividade dos sujeitos se efetua, em primeiro lugar, na medida em que o poder dos suportes midiáticos investe neles tomando-os como alvo e, portanto, como objeto.

A subjetivação é então aparente, pois “é uma subjetivação que deriva de uma objetivação, que é como produzida por essa objetivação, o que se poderia chamar de subjetivação por objetivação” (DARDOT, 2011, p. 235-258), em que os sujeitos são padronizados e constituídos. Uma das intenções do design dos formatos midiáticos, orientado por uma lógica capitalista, é de se constituir sujeitos-objeto, flexíveis à vontade. O capitalista, em busca de seus próprios interesses, está longe de trabalhar para o bem dos sujeitos. Esse processo de subjetivação midiática torna-se então uma espécie de simbolização ou midiatização objetivante e estruturante, ou seja, um processo de transformação, um conjunto de práticas pensadas, estruturadas, que organizam e formam um tipo de participante. Isso permite cadastrar as pessoas desde o início, como constituídas, efetivamente, do lado do produto midiático ou do resultado, e, ao mesmo tempo, no próprio coração do processo de simbolização midiática.

Mas vale sublinhar que os suportes midiáticos podem subjetivar por objetivação ou obter os efeitos desejados sobre quem os utiliza apenas de forma relativa e em certas circunstâncias excepcionais, pois esse processo só se pode concretizar a partir das relações de poder que se podem estabelecer entre os suportes midiáticos e as/os usuárias/os. O poder aqui é entendido, por um lado, como “uma relação” (FOUCAULT, 1975, p. 1055); e, por outro, a pessoa que utiliza a mídia é um sujeito de pensamento e ação. Ele é um “ser humano com uma natureza ativa e habilidades especiais” (PATTON, 1992, p. 92). A/O usuária/o, portanto, não é uma simples matéria inerte sobre a qual as formas midiáticas se exercem e a partir da qual tipos de usuárias/os são criados. Ele é ontologicamente um ser de resistência. Geralmente ignoramos que as relações

de poder, longe de serem apenas a interação de forças impessoais ou desumanas, são também uma ação exercida sobre a ação de quem usa como sujeitos livres (PATTON, 1992). A palavra “livre aqui não significa nada mais do que a capacidade de agir de uma ou mais formas, ou seja, o poder de agir de várias formas e de não ser constrangido de modo que todas as possibilidades de ação sejam eliminadas” (PATTON, 1992, p. 93) As/Os usuárias/os, nesse sentido, são um conjunto de ações possíveis (PATTON, 1992). Como tal, têm poder cognitivo, simbólico e cultural; não são mera caixa de ressonância das formas simbólicas midiáticas.

5. Materialidade midiática à sombra do problema do determinismo tecnológico

A forma e os formatos das mídias propõem um estilo de vida. O iPhone, o Samsung, a forma de televisão 3D se desdobram como um conjunto de valores normativos que condicionam certo modo de ser do sujeito no mundo. Tomando como dado que toda mídia é uma prótese que tem algum efeito no sensorio (*sensorium*), é possível dizer que os seres humanos mudam a partir da interação com as tecnologias, com os objetos técnicos. Além disso, cada época tem uma mídia cujo modo de relação com os sentidos será dominante durante o período da sua hegemonia. Portanto, qualquer transformação tecnológica das mídias pode transformar profundamente o ambiente social e cultural e, indiretamente, a percepção individual e coletiva. É nessa perspectiva que McLuhan se refere às mídias em termos de ambientes. Segundo McLuhan (2007), “uma mídia cria um ambiente. Um ambiente é um processo – não é um invólucro. É uma ação e vai trabalhar em nosso sistema nervoso e em nossas vidas sensoriais, alterando-as completamente”.

Partindo desse desdobramento analítico, a questão que merece ser colocada é: se o *locus* da responsabilidade (não no sentido moral do termo) agora é *tecnologizado* e exteriorizado, deve ser atribuído às próprias mídias? Em outras palavras, os efeitos produzidos pela forma das mídias sobre quem os utiliza são os efeitos dessas formas midiáticas sobre os próprios designers dessas mídias, ou melhor, das/os usuárias/os em função do uso dos suportes midiáticos em questão por quem utiliza? Sendo assim, existiria um determinismo tecnológico que se poderia chocar contra outro determinismo cultural ou sociológico? (conjunto de valores como fatores resistentes ao determinismo tecnológico)

Por determinismo tecnológico, pode-se entender, por um lado, “a atitude intelectual que consiste em acreditar que a tecnologia determina essencialmente ou principalmente a organização social e o comportamento humano” (ATTALLAH, 1989, p. 290); e, por outro, identificar, a partir da tecnologia, as suas

consequências sobre os vários setores da sociedade a partir de sua implementação. Como dito anteriormente, qualquer mídia, qualquer tecnologia, traz em si uma visão de mundo específica, ou seja, ela tem pontos de ênfase e de negligência com efeitos sobre os indivíduos e sobre a coletividade. Neil Postman (1993) afirmou: “Para um homem com uma câmera, tudo aparece como uma imagem. Para um homem com computador, tudo se assemelha a um dado” (p. 6). “Cada codificação de informação tem componentes simbólicos: cada mídia, portanto, produz um viés intelectual e emocional em seus usuários” (p. 6). Mídias, TICs, computadores, televisão não são apenas máquinas que transportam informações, ou seja, recipientes: eles envolvem metáforas que conceituam a realidade de uma forma ou de outra, constituem um novo ambiente que condiciona a existência humana porque “tudo o que os homens inventam é imediatamente mudado em condição de sua existência” (ARENDR, 2007, p. 17). Assim, os suportes midiáticos transformam a sociedade em todos os níveis.

Considerações finais

Existem, além da epistemologia do conteúdo, outras formas de pensamento que não são menos autênticas, notadamente a epistemologia da forma. Como parte de uma abordagem sistêmica, a epistemologia da forma dedica-se a pensar o *medium* como suporte (da cultura, da consciência cognitiva ou de uma extensão dos sentidos) ou como órgão, a fim de identificar os efeitos tecnognósicos, físicos e cognitivos, as grandes transformações proporcionadas pela tecnologia, bem como as relações que se estabelecem entre o ser humano, a sociedade e o universo *tecnocientífico*. As mídias, percebidas como formas, possuem intrinsecamente um regime de proposição do sentido e geram efeitos analisáveis e interpretáveis. A epistemologia da forma pode ser tomada como uma genealogia do saber da mente, em que cada etapa é uma forma e uma modalidade particular do trabalho significante da mente humana.

Adriana Braga

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0307-3470>

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação, Rio de Janeiro (RJ), Brasil.

Doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos

E-mail: adrianabraga@puc-rio.br

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v22.ed46.2022.280>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 22, Nº 46, p.35-47, jan./abr. 2022

Placide Okalema Pashi

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação, Rio de Janeiro (RJ), Brasil.

Mestre em Comunicação pela PUC-Rio

E-mail: okalema@gmail.com

Recebido em: 25 de março de 2022.

Aprovado em: 10 de abril de 2022.

Referências:

ARENDDT, H. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2017.

ATTALLAH P. La théorie médiatique de Marshall McLuhan. In: _____. **Théories de la communication: Histoire, contexte, pouvoir**. Québec: Presses de l'université du Québec, 1989, p. 271-298.

AUDUREAU J-P. Assujettissement et subjectivation: réflexions sur l'usage de Foucault en éducation. In: **Revue française de pédagogie**, Philosophie et éducation, v. 143, 2003, p. 17-29.

BRAGA, A. **Personas Materno-Eletrônicas: interação social no blog Mothern**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

CASSIRER E. **La philosophie des formes symboliques, I: «Le Langage»**, trad. O. de Hansen-Love, Paris, Minuit, 1972. Título original: Die Philosophie der symbolischen Formen, I: Die Sprache, 1923.

_____. **La philosophie des formes symboliques, II: «La Pensée mythique»**, trad. de J. Lacoste, Paris, Minuit, 1972. Título original: Die Philosophie der symbolischen Formen, II: Das mythische Denken, 1925.

_____. **La Théorie de la relativité d'Einstein**. Paris: Cerf, 1921/2000.

_____. **Logique des sciences de la culture**. Paris: Cerf, 1942/1991.

DARDOT P. La subjectivation à l'épreuve de la partition individuel-collectif. In: **Revue du MAUSS**, 2011/2 n° 38, p. 235-258

FOUCAULT M. **Dits et Écrits**. 4 volumes. Editado por D. Defert, F. Ewald e J. Lagrange. Paris: Gallimard, 1954-1988.

_____. **História da sexualidade: a vontade de saber**. Vol. 1. Rio de Janeiro: Graal, 1980.

_____. **Surveiller et punir**. Paris: Gallimard, 1975.

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v22.ed46.2022.280>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 22, Nº 46, p.35-47, jan./abr. 2022

HABERMAS J. Die befreiende Kraft der symbolischen Formgebung. In: **D. Frede et R. Schmücker (éds.), Ernst Cassirers Werk und Wirkung, Darmstadt, Wiss. Buchges, 1997, p. 79-104.**

IRIBARREN L. Langage, mythe et philologie dans la Philosophie des formes symboliques d'Ernst Cassirer. In: **Revue germanique internationale**, 15 | 2012. Disponível em: <http://journals.openedition.org/rgi/1308> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rgi.1308>. Acesso em 7 de abril de 2021.

KANTOROWSKI F. La philosophie de la culture de ernst cassirer: le système téléologique des formes symboliques. Dissertação, **Université du Québec à Montréal**, août, 1997.

KARSENTI B; PRADEAU, J-F. La subjectivation dans l'Histoire de la sexualité de Michel Foucault. In: **Chimères. Revue des schizoanalyses**, N°19, printemps 1993. p. 139-149; P. 146-147. Acesso em 5 de março de 2021.

LAFLEUR, S. Foucault, la communication et les dispositifs. In: **Communication**, vol. 33/2 | 2015. Disponível em: <http://journals.openedition.org/communication/5727>; DOI: <https://doi.org/10.4000/communication.5727>.

LASSÈGUE J. Une réinterprétation de la notion de forme symbolique dans un scénario récent d'émergence de la culture. Presses Universitaires de France |. In: **Revue de métaphysique et de morale**, 2007/2 n° 54 | pages 221 à 237. ISSN 0035-1571 ISBN 9782130561859. Disponível em: <https://www.cairn.info/revue-de-metaphysique-et-de-morale-2007-2-page-221.htm>.

MARCHESSAULT, J. **Marshall McLuhan**. Londres: Sage Publications, 2005.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem (Understanding Media)**, tradução de Décio Pignatari, São Paulo: Editora Cultrix, 2007.

MORISSET-FÉNERY, M. et al. **Portée et limites du déterminisme technologique**, 2003–2004. Disponível em: http://dea128fc.free.fr/CoursA/A2.ManagementChangement&TIC/expo/matilde/DEA128FC_d%E9terminisme_technologique.pdf. Acesso em 21 de novembro de 2020.

ONAOTSHO K. J. L'herméneutique comme procédé pour un exister authentique. **Dans Langage, herméneutique et culture**. In: **Revue Philosophique de Kinshasa**. Kinshasa Philosophical Review, nouvelle série.Vol 2(Février 2020), pp. 189-200.

PATTON, P. Le sujet de pouvoir chez Foucault. In: **Sociologie et société**, 24 (1), 1992.

PUNGI, L.-J. **Eduquer aux médias à l'ère de l'internet. Repères théoriques et pistes d'action en R.D. du Congo**. Kinshasa, Médiaspaul, 2013, p. 19.

ROBERT P. Qu'est-ce qu'une technologie intellectuelle? In: **Communication et langages**, n°123, 1er trimestre 2000. Dossier : Les médias en Russie. pp. 97-114. doi: 10.3406/colan.2000.2992. Disponível em: http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2000_num_123_1_2992, p. 103. Acesso em 27 de maio de 2021.

STRATE, L.; BRAGA, A.; LEVINSON, P. **Introdução à Ecologia das Mídias**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; [São Paulo]: Edições Loyola, 2019.

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v22.ed46.2022.280>

Resumo

O objetivo deste artigo é pensar a epistemologia das mídias como suportes (da cultura, da consciência cognitiva), independentemente do conteúdo que veiculam, partindo de uma abordagem da ecologia das mídias, a fim de identificar as epistemes, os efeitos tecnognósticos, físicos e cognitivos, as grandes mudanças de que são catalisadores, bem como as narrativas que se estabelecem e se constroem entre o ser humano, a sociedade e o universo *tecnocientífico*. Por suportes midiáticos, devemos entender uma *tecnognose* à qual um conteúdo particular de sentido aberto a semiose está relacionado. Como todo signo sensível e concreto, os suportes midiáticos oferecem a particularidade de não serem absorvidos em sua materialidade, mas constituem a unidade mediadora entre o que é sensível (materialidade ou o que é concreto) e o que não é. Assim, ao contrário de outros tipos de epistemologia, a da forma é uma epistemologia do sentido. As mídias, percebidas como formas, possuem intrinsecamente um regime de proposição de sentidos e geram efeitos analisáveis e interpretáveis. Uma espécie de genealogia do saber da mente, em que cada etapa é uma forma e uma modalidade particular do trabalho significante da mente humana.

Palavras-chave: Epistemologia. Suportes midiáticos. Sentido. Ecologia das mídias.

Abstract

The objective of this article is to discuss the epistemology of media as supports (of culture, of cognitive consciousness), regardless of the content they convey, departing from a media ecological approach, in order to identify the epistemes, the technognostic, physical and cognitive effects, the great changes they are catalysts of, as well as the narratives that are established and built between human beings, society and the techno-scientific universe. By media supports, we must understand a technognosis to which a particular content of open meaning to semiosis is related. Like all sensible and concrete signs, media supports offer the particularity of not being absorbed in their materiality, but constitute the mediating unit between what is sensible (materiality or what is concrete) and what is not. Thus, unlike other kinds of epistemology, that of the form is an epistemology of meaning. The media, perceived as forms, intrinsically possess a regime of proposition of meanings and generate

analyzable and interpretable effects. A kind of genealogy of the knowledge of the mind, in which each stage is a form and a particular modality of the significant work of the human mind.

Keywords: Epistemology. Media. Meaning. Media Ecology.

Resumen

El objetivo de este artículo es pensar la epistemología de los medios como soportes (de la cultura, de la conciencia cognitiva), independientemente del contenido que transmiten, a partir de un abordaje de la ecología de los medios, para identificar las epistemes, los efectos tecnognósticos, físicos y cognitivos, los grandes cambios que catalizan, así como las narrativas que se establecen y construyen entre el ser humano, la sociedad y el universo tecnocientífico. Por soportes mediáticos debemos entender una tecnognosis a la que se relaciona un contenido particular de significado abierto a la semiosis. Como todo signo sensible y concreto, los soportes mediáticos ofrecen la particularidad de no quedar absorbidos en su materialidad, sino que constituyen la unidad mediadora entre lo sensible (la materialidad o lo concreto) y lo que no lo es. Así, a diferencia de otros tipos de epistemología, la de la forma es una epistemología del significado. Los medios, percibidos como formas, poseen intrínsecamente un régimen de proposición de significados y generan efectos analizables e interpretables. Una especie de genealogía del conocimiento de la mente, en la que cada etapa es una forma y una modalidad particular del trabajo significativo de la mente humana.

Palabras clave: Epistemología. Medios. Sentido. Ecología de los Medios.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution Non-Commercial (CC-BY-NC 4.0), que permite que outros remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho para fins não comerciais, e embora os novos trabalhos tenham de lhe atribuir o devido crédito e não possam ser usados para fins comerciais, os usuários não têm de licenciar esses trabalhos derivados sob os mesmos termos.