

**PARA QUE FILÓSOFOS DA MÍDIA?****A contribuição da filosofia aos estudos da mídia como tarefa da filosofia****WHAT MEDIA PHILOSOPHERS FOR?****The contribution of philosophy to the media studies as a task of philosophy**

*Soraya Guimarães Hoepfner<sup>1</sup>*

**Resumo**

Este artigo centra-se no olhar da filosofia contemporânea sobre as tecnologias midiáticas, em especial, aquela conduzida pela nova autodenominada filosofia da mídia. Embasados em uma perspectiva heideggeriana do que se constitui a tarefa da filosofia e de qual seja o sentido de tecnologia, sugerimos a possibilidade de se alcançar um sentido geral de mídia, enquanto tecnomídia, para além da multiplicidade de suas manifestações. A exposição deste argumento é feita por uma revisão crítica categorizada das abordagens filosóficas contemporâneas, agrupadas em três vieses: pragmático-analítico, ético e estético, respectivamente centradas em processos, discursos e estruturas midiáticas. Demonstro como o estudo do fenômeno tecnomidiático constitui uma legítima tarefa filosófica, crucial para a filosofia contemporânea.

**Palavras-chave:** Heidegger; mídia; tecnologia; tecnicidade.

**Abstract**

In this article, I discuss how contemporary philosophy has approached media technologies throughout the last decades, especially concerning the contributions from the so-called media philosophy. Upon a Heideggerian perspective, I establish the meaning of philosophy and its task, along with a differentiation between technicity and technology. Based on that premise, I suggest the hypothesis that through philosophical enquiry we can grasp a general meaning of the media phenomena, as Technomedia, beyond its multiple manifestations. I demonstrate this argument by briefly reviewing contemporary approaches, grouped in pragmatic-analytical, ethical and aesthetical approaches, respectively focused on technomediatic processes, discourses and structures. Via those illustrative cases, I aim to provide evidence as to how technomedia phenomenon constitutes itself as a legitimate and crucial philosophical task.

**Keywords:** Heidegger; media; technology; technicity.

Submetido em 09/05/2013

Aceito em 18/07/2013

<sup>1</sup> Pesquisadora independente, bacharel em comunicação e doutora em filosofia. Este artigo sintetiza a temática abordada durante o seminário ministrado pela autora no Mestrado em Ciências da Mídia da Humboldt Universität zu Berlin (semestre de verão, 2012), originalmente intitulado "Philosophizing in the Era of Information". [soraya.hoepfner@gmail.com](mailto:soraya.hoepfner@gmail.com)

## Introdução

O interesse de teóricos e pesquisadores da comunicação pela literatura filosófica é tão antigo quanto à institucionalização de suas próprias disciplinas, ainda no início do Séc. XX. Não seria tarefa fácil identificar um estudo, por exemplo, no campo da teoria da mídia, que possa prescindir da contribuição dos filósofos para avançar no desenvolvimento científico aplicado. Seria, portanto, infundado considerar como um modismo o interesse dos comunicadores pelo pensamento dos filósofos, sobretudo por aqueles que são chave para a compreensão do mundo tecnológico moderno, como é o caso de Martin Heidegger (1889 - 1976) e entre outros. A filosofia cada vez mais se volta para os fenômenos da comunicação. Embora o caráter de novidade desse interesse possa ser discutível, esta é uma questão menos importante. O que se mostra crucial, no entanto, é analisar como este interesse da filosofia pelos domínios da comunicação social abre caminho para se pensar o próprio sentido da filosofia na atualidade: o sentido de uma filosofia em tempos de informação.

O âmbito desta relação entre filosofia e comunicação é vasto e multifacetado. Deste modo, faz-se necessário que centremos em um tópico específico: nosso exercício atém-se concretamente à possível contribuição dos filósofos contemporâneos para a caracterização de uma base fenomenal para toda e qualquer tecnologia midiática. Buscamos, então, apresentar apontamentos que nos indicam como através da filosofia pode-se cogitar uma direção de sentido essencial que, em princípio, permearia o todo do que é mídia e suas partes. Assim, de antemão apresentamos como hipótese a ideia de que, sob qualquer que seja o ângulo de estudo, seja ele focado no processo, no discurso ou na estrutura do aparato da tecnologia midiática. Há de existir um sentido fundamental sob o qual o próprio objeto de estudo – mídia – se resguarda e permeia tais variações. Portanto, este sentido fenomenal pode ser alcançado através de uma reflexão filosófica. Entretanto, o interesse deste artigo não é exaltar um privilegiado acesso ao pensamento proporcionado pela filosofia, mas evidenciar como, justamente, o fenômeno da mídia constitui um singular acesso à situação de mundo para a própria filosofia contemporânea, abrindo-lhe inclusive uma perspectiva de ressignificação de sua tarefa na configuração de mundo atual. O objetivo central é, portanto, indicar abordagens contemporâneas que considero ilustrativas na relação investigativa entre filosofia e comunicação. Demonstro como o olhar sobre as tecnologias midiáticas revela-se chave para o papel da filosofia na atualidade.

Primeiramente é necessário declarar minha premissa filosófica, eminentemente embasada em uma perspectiva heideggeriana e é desta base que extraio a ideia do que seja filosofia, mídia e tecnologia. Após indicar o sentido com o qual me refiro, prossigo com uma breve ilustração do recorte temático, ou seja, apresento algumas das abordagens simbólicas da filosofia contemporânea em torno das tecnologias midiáticas, categorizadas no campo da pragmática analítica, ética e estética. Por fim, concluo o apontamento acerca do olhar da filosofia sobre a o fenômeno da tecnomídia, tendo demonstrado o valor científico dessa contribuição, mas, em última instância, seu valor filosófico.

## 1. Mídias, tecnologias e filosofias

Para compreender como a questão da mídia adquire valor filosófico é necessário primeiramente salvaguardar que esta jamais pode objetivar responder à pergunta 'o que é mídia'. Em uma investigação filosófica, estaria em jogo, em vez disso, um 'como é a mídia', ou seja, enquanto fenômeno que preliminarmente chamamos de tecnomídia: como mídia se apresenta para nós. Assim, já em princípio torna-se evidente que almejar uma determinação científica do próprio termo não é objetivo deste artigo. Com isso, antecipamos que uma tentativa de compreender mídia filosoficamente é incapaz de responder adequadamente à pergunta sobre o que é mídia, em razão do próprio caráter do que se constitui sua tarefa primordial, visto que "Ser é o verdadeiro e único tema da filosofia." (Heidegger, 2005a, p. 15, *tradução nossa*). Se ensejarmos um diálogo com a filosofia heideggeriana é preciso que se alinhe à sua visão do filosofar como um exercício do pensamento sobre o sentido de ser, que não pergunta pelas coisas, mas atém-se renovadamente a pensar como é possível, sobretudo, que uma coisa seja. Nas palavras de Heidegger:

A formação de uma visão de mundo está fora do escopo da tarefa da filosofia, não porque a filosofia encontra-se em um estado imperfeito ou não é suficiente para fornecer uma resposta unânime e universal convincente à pergunta por uma visão de mundo, mas sim, a formação de uma visão de mundo está fora do escopo da tarefa da filosofia porque ela, fundamentalmente, não pode ocupar-se dos entes. (Ibidem, *tradução nossa*)

Assim sendo, se transpomos essa condição fundamental da filosofia para o caso específico deste recorte temático, a sua contribuição estaria desde sempre limitada a oferecer aos estudos da mídia não mais do que uma direção de sentido. Ao se alinhar com esta premissa heideggeriana, já antecipo uma possível resposta sobre a possibilidade de uma filosofia da

mídia. Se “Filosofar não é outra coisa senão estar permanentemente a caminho do âmbito preliminar do questionamento preliminar.” (Heidegger, 1998, p.20, *tradução nossa*), deve-se assumir, portanto, a impossibilidade de haver para a filosofia um objeto de estudo (ser não é uma coisa, não é um ente). Conseqüentemente, à filosofia não caberia, em tese, nenhuma adjetivação; uma filosofia disso ou daquilo constituir-se-ia, em princípio, de um contrassenso.

Mas, sendo, portanto inegável a crescente tematização das tecnologias midiáticas pela filosofia nas últimas décadas, como será visto na minha ilustração categorizada mais adiante, como então compreender o sentido destas múltiplas abordagens e a natureza desse interesse? Como descobrir um modo de uso apropriado para essa contribuição, para que não nos arrisquemos sob o terreno da trivialidade e mera coleta e produção de informação científica? Minha proposição é de que essa contribuição poderia se dar na reunião de elementos de indicação formal de um padrão fenomenal, uma espécie de signo comum que se evidenciaria em qualquer uma das múltiplas manifestações (tecnologias) midiáticas. Esta é propriamente a direção de sentido de que falamos anteriormente, um perceber mídia como um fenômeno, uma espécie de contração temporal e espacial de mundo, do presente, do que é. Assim, de maneira geral, quer a filosofia se atenha sobre um determinado processo, discurso ou estrutura do aparato midiático, poderíamos sempre perceber nesses olhares particulares uma base fenomenal comum que ecoaria e permearia a multiplicidade dessas variações. Nessa linha de pensamento também acabamos por afirmar que caberia ainda sobremaneira à teoria e estudos da mídia a tarefa de caracterização e determinação de seu próprio objeto de estudo.

Uma segunda e importante premissa é a de que para que possamos buscar por um padrão fenomenal entre as múltiplas manifestações tecnológicas midiáticas, precisaríamos ainda esclarecer em que sentido tratou-se aqui de tecnologias. Recorro, mais uma vez, à perspectiva heideggeriana, mas não somente para adotar sua matriz conceitual. É justamente a popular “questão da técnica”, já exaustivamente abordada pela literatura secundária, um *case* exemplar de como o interesse da filosofia pelas manifestações de mundo (tecnologias) de seu tempo (no caso particular de Heidegger, pela cibernética e a informação a partir dos anos 40) constitui-se precisamente de um recurso fenomenológico para aceder à questão de ser. Olhar além-através do hoje é característico do seu método de investigação filosófico, e isto não pode se confundir com um exercício de crítica da contemporaneidade.

Neste contexto, é importante frisar que no cerne da chamada “essência da técnica” ecoa o princípio da diferença ontológica; dito de maneira simples, o que Heidegger alude como a

diferença entre ser e entes (coisas que propriamente são). Por esta razão, seria talvez mais construtivo e esclarecedor entender tal essência como tecnicidade, em distinção ao que seja propriamente uma determinada tecnologia. Muito além de uma questão meramente terminológica, é imprescindível reforçar esta diferença fundamental, sem trocadilhos, como uma diferença técnica: em Heidegger, estará sempre em jogo, não obstante a ambiguidade inerente ao seu discurso, uma clara diferenciação entre o ocupar-se dos meios tecnocientíficos com a produção da realidade (tecnologias) e a condição de possibilidade daquilo que se apresenta como tecnocientífico (tecnicidade). Tecnologias, como modos do aparecer da realidade distinguem-se do sentido geral com o qual algo pode ter o sentido de técnico. A saber, é a segunda perspectiva o que está na questão da técnica heideggeriana. Obviamente, a filosofia acessa e especula sobre o sentido de ser técnica, tecnicidade, partindo de uma “introspecção no que é” (HEIDEGGER, 2005a, tradução nossa). Deste modo, é preciso que inevitavelmente o filósofo se ocupe do seu tempo; sua indagação sobre o sentido de ser não pode prescindir da observação de como seu instante de mundo se dá e se apresenta.

A saber, o tempo de mundo vivido por Heidegger, aquele do surgimento da cibernética e da instauração do signo da informação, gestava uma transformação tão radical de sentidos, que para ele representava até mesmo o fim da possibilidade de um filosofar. “O fim da filosofia caracteriza-se pela dissolução de suas disciplinas em ciências independentes cuja nova unidade é acenada na cibernética.” (HEIDEGGER, p.4, 2011). No que concerne a esse caráter apocalíptico, embora não haja neste artigo espaço para discutirmos o caráter disso que se chama de fim, deve em tese afastar a interpretação da abordagem heideggeriana que põe ênfase em uma valoração moral negativa e, principalmente, uma impressão superficial de que seu voltar-se para a questão da informação e da cibernética represente apenas uma ‘fase’ de sua filosofia. Ao contrário, se bem compreendemos o sentido de tecnicidade, constatamos que a visão da “evidência do controle da Natureza, da técnica, do hoje como uma besta enfurecida desencadeada no ‘mundo’” (HEIDEGGER, p. 279, 1978, *tradução nossa*) já está presente em seus escritos mais antigos e que é fundamental para a colocação da pergunta sobre o sentido de ser. Questionar a facticidade é, aliás, o particular de qualquer filosofia em qualquer tempo. Tecnicidade, por fim, expressa exatamente o modo fundamental de relacionar com aquilo que é. Tal sentido essencial reside no cerne de todas as apropriações tecnológicas, nos indica como é possível que algo seja e como nossa relação com o que é manifesta-se no modo aparente de como ‘produzimos’ as coisas. “A técnica, a qual é ela mesma a essência de ser, jamais se deixa

superar pelo homem. Isto seria dizer que o homem é o senhor de ser” (Heidegger, 2005, p. 69, *tradução nossa*). Nesta perspectiva, desvela o inerente ao caráter da existência humana: a obliteração desse encontro com o que se dá, de modo que desde sempre operamos no âmbito da ilusão causal de um agir do humano sobre todas as coisas; um modo de ser como operatividade o qual Heidegger também chamou de maquinação. É assim que o mundo e a história mostram-se como o resultado e encadeamento da nossa ação. Também o futuro, sendo consequência direta e exclusiva da nossa ação no hoje, é meticulosamente calculado e planejado em sua execução. A outrora ciência do controle (cibernética), matriz da configuração do aparato da tecnomídia que temos hoje, não poderia ser fenômeno mais emblemático desta condição humana, tendo por esta razão atraída a atenção de Heidegger ainda no início dos anos 40. A questão heideggeriana acerca da técnica é a questão da condição humana em relação a uma relação impossível com ser. Esta é sempre a questão central e final em discussão, em qualquer que seja o ponto específico de sua literatura que desejemos estudar; não obstante o seu aparente caráter de crítica social.

Na observância do *case* da questão da técnica, percebe-se como toda investigação filosófica ao ater-se sobre uma determinada situação de mundo, (em nosso recorte particular, sobre tecnologias midiáticas) o faz na medida em que essas manifestações doam-se como acesso concreto a um pensamento de sentido ulterior. Assim como é preciso questionar a ideia de uma filosofia da técnica em Heidegger, é igualmente falseador percebê-la eminentemente como uma crítica do social que busca apresentar soluções para a construção de um futuro melhor. Além de tecnofobias ou tecnoidolatrias, e por esta razão, precisamente além das tecnologias, permanece a tarefa fundamental de um filosofar.

## 2. As filosofias e as tecnologias midiáticas

Após termos determinado em bases heideggerianas o que entendemos por filosofia e tecnologia, passamos à apresentação de exemplos concretos de recortes de caráter filosófico, que ilustram os olhares possíveis da filosofia sobre o fenômeno tecnomidiático, agrupados respectivamente sob os campos de uma perspectiva de aplicação pragmático-analítica, ética e estética. Fazemos de antemão a ressalva de que tal categorização é meramente formal, para fins didáticos, não pretendendo esgotar ou reduzir tais estudos. Embora reconheçamos as limitações de tal classificação, optamos ainda assim por uma categorização temática em

detrimento de uma categorização historiográfica, por acreditar que a primeira nos permite melhor observar o que elencamos como três pontos fenomenais de acesso oferecidos pelas tecnologias midiáticas ao fenômeno tecnomidiático, visto a partir de seu processo (pragmática analítica), discurso (ética) ou estrutura (estética). Sobre tais aspectos formais, ilustrativamente elencados tem foco a abordagem, respectivamente, de uma filosofia aplicada pragmático-analítica, ética e estética. Desta maneira, o objetivo específico desta classificação é introduzir a questão: seria possível entrever, através da observação filosófica das tecnologias midiáticas, o fenômeno tecnomídia, como sentido geral que se sobreporia às particularidades de diferentes aspectos (processos, discursos, estruturas), ou seja, que estaria ontologicamente à base dos recortes aplicados da pragmática-analítica, ética, estética?

### **3. O processo: a dinâmica do aparato na perspectiva pragmático-analítica**

Na primeira perspectiva possível, reunimos as abordagens de caráter pragmático-analítico, ou seja, investigações que, de maneira estilística ou metodológica, aproximam-se das tecnologias midiáticas sob o ponto de vista teleológico, com foco no processo e instrumentalidade do aparato midiático que estejam a observar. Esta é uma perspectiva que de maneira geral interpreta a própria matriz tecnológica como fomentadora da facticidade. Não por acaso, são abordagens filosóficas que se apoiam fortemente no realismo científico; isto é, dependem ou necessariamente partem de evidências científicas, ou mimetizam o método científico de conceituação para expor ou explicitar suas teorias. Este ‘estilo de investigação’ com inspiração analítico-pragmática é predominante no universo anglo-saxão e menos importante ou ainda incipiente na tradição neolatina. Para os novos pensadores, declaradamente influenciados pelo pragmatismo, percebemos que é o uso cotidiano e funcionalidade de uma tecnologia o fenômeno co-determinante, se não moldador da realidade. Desta maneira, entidades conceituais nucleares abstratas dão lugar, em princípio, à descrição processual dos mecanismos da realidade a partir da própria experiência. À luz da contribuição singular do pai do pragmatismo Richard Rorty (1931-2007), que, contra a inocuidade do teoreticismo puro das representações metafísicas, propôs a chamada “virada linguística”, as aplicações pragmático-analíticas possuem uma perspectiva mais próxima da filosofia da tecnologia, na qual interessa a dinâmica da instrumentalidade do objeto e suas interações com

o homem-inventor. Podemos assim bem caracterizar o fio condutor do viés pragmático nas palavras do próprio Rorty:

Não importa se o instrumento é um martelo, um revólver ou uma frase, o usar o instrumento é parte da interação do organismo com o seu ambiente... Nenhum organismo humano ou não-humano está mais ou menos em contato com a realidade do que qualquer outro organismo. (RORTY, p. xxiii, 1999)

Este fio condutor do pragmatismo rortiano, no qual a própria dinâmica de operação do objeto se sobrepõe à teorização, combate duramente o abstracionismo metafísico, oferecendo uma poderosa e atraente perspectiva de compreensão filosófica das tecnologias midiáticas, justamente por enfraquecer a filosofia das ‘grandes’ questões a-históricas essenciais (como a heideggeriana) e voltar-se para a interação homem-máquina como tal.

Se analisarmos então o caso específico da observação de tecnologias midiáticas, o paradigma do pragmatismo expressa-se concretamente na refutação ou subestimação da interpretação de instrumentos midiáticos como meros receptáculos de mensagem, “... reduzidos a serem instrumentos para a transmissão-retenção de sentido de informação pré-existente.”, como defende a filosofia da mídia pragmática de Sandbothe (p.95, 2005, *tradução nossa*). Para Sandbothe, “Em vez disso, a definição funcional de mídia é estendida para além do âmbito restrito, específico do teoreticismo, de condições de possibilidade de conhecimento da realidade para um âmbito mais amplo da ação humana.” (Idem). Neste sentido, máquinas, dispositivos midiáticos – o aparelho de rádio, a TV, o computador – perdem seu papel de coadjuvante no advento da realidade. Cada um ao seu modo processual/funcional particular torna-se a matriz causal da facticidade e não carece de uma adicional supra realidade conceitual. É isto que também ocorre com a linha de pensamento de Saarinen e Taylor (p.8, 1994, *tradução nossa*), para quem “a teoria chega sempre tarde demais”; ou seja, a representação e discurso são posteriores à instrumentalidade agenciadora do aparato midiático per si. No caso de Saarinen e Taylor, esse é o princípio que deve guiar uma filosofia da mídia preocupada então em como aperfeiçoar o processo, independentemente das significações éticas de seu discurso.

Esta orientação pragmática é carregada de realismo científico, como já aludi. Um exemplo particular dessa característica encontrou explicitamente em Hansen (2006), que busca no padrão orgânico uma interpretação para o mundo digital. Em sua análise da vídeo-imagem, por exemplo, ele recorre à contribuição da neurociência para destacar o aspecto dual

do referido meio – de um lado, amplificando a função cerebral e, do outro, fabricando nossa realidade.

A era digital e o próprio fenômeno da digitalização podem ser compreendidos como demarcação de uma alteração na relação de dois termos cruciais: mídia e corpo. Dito de maneira simples, ao passo em que a mídia perde sua especificidade material, o corpo assume uma função mais proeminente como processador seletivo de informações. (HANSEN, p.22, 2006).

Como vemos, na perspectiva de Hansen, o corpo humano se torna ele próprio o aparato midiático, a máquina da realidade, processando dados do mundo real ao passo em que é afetado por ele. Nesta perspectiva, vemos também como a dinâmica de interação funcional de existência humana *versus* tecnologia midiática sobrepõe-se a qualquer discussão ética ou política.

No entanto, é importante observar com ressalvas que, não obstante a defesa e pretensão de uma libertação das amarras conceituais da metafísica, o realismo científico dos novos filósofos pragmático-analíticos ainda se apoia inevitavelmente no artifício da cunhagem de conceitos-ferramentas, em uma crescente sofisticação terminológica, que decerto impressiona estilisticamente, mas evidentemente torna-se problemática para uma filosofia que pretende justamente suplantar o abstracionismo teórico em favor de uma concreta evidenciação da dinâmica de funcionalidade dos fenômenos os quais se dedica a analisar.

#### **4. O discurso: o limite do humano na perspectiva ética**

A segunda perspectiva ilustra a contribuição no campo da ética, aplicada à análise das tecnologias midiáticas; uma perspectiva predominante, sobretudo no recorte geográfico das Américas e Europa neolatina. As teorizações de cunho ético acerca das tecnologias midiáticas, classicamente, se caracterizam por uma ênfase dada à análise em nível do discurso na qual as tecnologias midiáticas são enquadradas primariamente como dispositivos de recepção e transmissão de mensagens. A ética aplicada encontra seu lugar no plano das humanidades, no sentido de uma ampla discussão sobre o papel cultural das mídias na transmissão, na manutenção de ideologias e etc. Curiosamente, embora o viés humanístico não compartilhe totalmente o caráter de determinismo tecnológico que poderíamos encontrar na abordagem analítico-pragmática, as duas têm em comum o traço do homocentrismo (antropocentrismo),

no qual prevalece uma compreensão do aparato tecnológico como entidade 'neutra', sendo precisamente o agenciador de seu uso (homem) o determinante da sua valoração moral.

A perspectiva da ética tem lugar cativo na filosofia política ganha e outro sentido na ontologia. Este plano ontológico, que também poderíamos chamar de metaético, diferencia-se do plano da ética normativa aplicada, pois não tem como objetivo primeiro a análise ôntica moral (sobre o certo e o errado), mas sim pretende questionar a validade de uma declaração moral, ou seja, a lógica e racionalidade de um princípio normativo que por sua vez adquire valor de certo ou errado. Esta diferenciação é muito bem sintetizada no esclarecimento que faz Copp, em sua introdução à ética (p. 19, 2006), "Ao passar de uma metaética para uma ética normativa, saímos dos problemas sobre ética e passamos para problemas éticos". Assim, percebemos, por exemplo, a necessidade do cuidado na interpretação do discurso heideggeriano aplicado a uma análise das tecnologias, no qual devemos observar o fato de que este se encontra justamente em um nível ontológico, no qual o impacto negativo ou positivo de determinado aparato tecnológico sobre a sociedade está em segundo plano. Com isto, porém, a discussão de problemas éticos, como por exemplo, o papel de um telejornal na formação da opinião pública, seja menos importante, em detrimento de um questionamento que se pretenderia 'mais elevado'. Apenas atentamos para o inerente jogo de espelhos em que uma determinada tecnologia midiática, para citar outro exemplo, a internet, pode se mostrar ora como dispositivo engendrador de discursos, ora evidenciado pelo próprio modo de ser do que é a verdade do discurso, ou seja, o aparecimento do real, o qual precede qualquer valoração moral predicativa. Este plano metaético não quer dizer, no entanto a-ético; ele é, em verdade, o plano ético por excelência, como bem esclarece Lèvinas (p. 180, 1970): "Ao desvelamento do ser em geral, como base do conhecimento e como sentido do ser, preexiste à relação com o ente que se exprime; no plano da ontologia, o plano ético." Assim, entendo que, em princípio, ética pode dizer respeito à própria relação da existência humana com aquilo que é. Dito de outro modo, o sentido geral desta relação é desde sempre ético, e por esta razão tratar de ética é, em última instância, tratar de ontologia.

Feita esta ressalva, observamos que, não obstante o plano ôntico da ética aplicada seja talvez o mais frutífero e independente com incontáveis vertentes e ângulos de discussão ainda são relevantes à luz do objetivo de ilustrar olhares particulares contemporâneos da filosofia que nos direcionam ao fenômeno tecnomidiático. Assim, elenco uma contribuição que julgamos pertinente em face ao momento singular vivido pelo Brasil: o filósofo alemão Peter Trawny, em

seu ensaio intitulado “Meio e Revolução” (2012) elabora uma singular perspectiva de compreensão do sentido temporal de meio [Medium], na qual meio “é a unidade imaterial do capital e da técnica” (p. 27, *tradução nossa*). Assim, para Trawny, haveríamos atingido um determinado modo de ser onde não há mais produção, apenas mediação [Vermittlung], um nível de “flexibilidade” (p. 27) total, fomentado pelo capital planetário, como meio por excelência. Nesta perspectiva radical, também a compreensão clássica moral da periculosidade de uma tecnologia em particular vê-se desafiada. “Não há certamente nenhuma força capaz de ser contra o meio”. (p. 59). Somadas estas duas perspectivas, a de compreensão ontológica do meio na unidade entre capital e técnica, e a da impossibilidade de uma subjetificação do meio, chegamos a uma interpretação do meio como fundamento ontológico para além das mídias e medialidades. No que Trawny evidencia como um mundo em pós-produção e uma força motriz da realidade para o qual o homem resta ambivalente, denotamos como em consequência (e não como causa) as tecnologias do hoje operam transformações até mesmo no sentido de história. Como observa Trawny, “Ninguém precisa mais se lembrar o que se passou na história, é preciso apenas conhecer o registro.” (p. 22) Este paradigma da mediação como estágio ulterior ao da produção apresenta-se pois como uma perspectiva desafiadora para e instigadora para as teorias da mídia da atualidade, ela nos provoca para um redimensionamento das proporções do humano na terra – e esta é por excelência uma questão ética. É assim que, como provocação, Trawny afirma: “A definição do meio como uma extensão do corpo é inapropriada... É portanto o corpo a extensão do meio” (p. 29).

Assim sendo, nesta dimensão metaética, vislumbramos que uma perspectiva ética a partir de tecnologias midiáticas implica em uma compreensão prévia dos contornos dos limites de nossa existência humana. Sem a compreensão desta dimensão, restamos incapazes de superar a dialética maniqueísta na qual há sempre o outro, um inimigo fantástico – um discurso esquizofrênico no qual somos ao mesmo tempo este que quer salvar e este que quer destruir o mundo. A superação desta dialética passa crucialmente por compreendemos a existência humana como sendo precisamente este ‘entre’ (HEIDEGGER, p. 191, 2006), sujeito e assujeitado à eventualidade de ser.

## 5. A estrutura: a plasticidade dos meios na perspectiva estética

Uma terceira via de aproximação filosófica das tecnologias midiáticas pode se dar através da estética. Em particular no campo da chamada estética da mídia aplicada, o interesse se dá pela clássica inter-relação de arte-beleza-percepção, sendo a discussão predominantemente voltada para a análise de expressões midiáticas entendidas como artísticas, como por exemplo, o cinema ou, mais recentemente, a chamada arte digital. Pode denotar, portanto, uma ênfase no sensorial (apreciação) como o caráter predominante da perspectiva estética aplicada ao estudo das tecnologias midiáticas. Em uma definição conceitual:

Estética da mídia aplicada difere da estética tradicional em três modos principais: em vez de dizer respeito primariamente ao belo e à filosofia da arte, a estética aplicada lida com uma variedade de fenômenos estéticos, incluindo luz, cor, espaço, tempo/movimento e som, e com nossa reação perceptual a eles [...]. Enquanto que a estética tradicional é usada primariamente para análise, a estética da mídia pode ser aplicada a ambas análise e síntese – à produção. (ZETTI, p. 15, 2010)

Zetti apresenta um recorte do plano estético que no seu entender seria o mais adequado para abordar o próprio das mídias, onde já não seria mais possível uma estética do perceber dissociada da análise do fazer.

De modo geral, vejo que a estética da mídia defendida por Zetti parte de uma concepção tradicional, entendida como o âmbito do sensorial (percepção), e mais ainda, denotamos a inegável primazia da percepção visual. No âmbito desta monossensibilidade predominante não haveria 'beleza' na parafernália do aparato técnico, nem poesia no discurso; o visual é o que faz sentido, como o que é sentido (pela experiência humana). Diante disto, desejo pensar uma contribuição da perspectiva estética filosófica voltada para os fenômenos midiáticos. Preciso dar um passo atrás na questão e começar questionando essa compreensão clássica de estética em que continuam a se apoiar novos estudos.

Recorro a Rodowick (2001) que fornece uma análise minuciosa do caráter estético predominante do nosso tempo, e que ajuda a compreender a formação da perspectiva estética tradicional, e de como as novas tecnologias midiáticas desafiam tal modelo: "O século XVIII produziu uma oposição hierárquica entre o verbal e o visual, entre representação linguística e plástica, como categorias ontológicas que não mais podem ser sustentadas, se é que jamais puderam ser." (p. 154). Em certo sentido, Rodowick retoma uma discussão que em um grau mais profundo é iniciada por Derrida (p. 17, 1967) em sua Gramatologia, a saber, sobre a relação entre a tecnicidade dos meios, o que ele entende como logocentrismo: "Ou bem a

escrita jamais foi um simples ‘suplemento’, ou se faz urgente à construção de uma nova lógica do ‘suplemento’. Derrida inaugura revolucionariamente a ideia de que é preciso uma compreensão radical do fazer criador (neste caso específico, o fazer da escrita) a partir do qual então se pode compreender o próprio pensar e ser. Ao que alude Derrida, aponta Rodowick como desafio para uma nova filosofia, por exemplo: o quão questionável nos pareceria uma análise filosófica sobre a narrativa ficcional ou sobre a pintura que se ocupasse, primeiramente, da dinâmica causal e/ou processual dos seus suportes? Ou seja, o quão relevante é a feitura da madeira e seu encaixe sobre o canvas para a pintura ou o gesto de umedecer os dedos na língua ao passar as páginas do livro? No que concerne à compreensão dessas expressões artísticas? Neste ponto, já antecipo a demonstração de certa retórica das ‘expressões’. Será que os estudos voltados para a arte digital que necessariamente focam na estrutura dos meios estariam apoiados sobre um falso plano de questionamento? Talvez ainda precisássemos aprender com Derrida uma perspectiva de aproximação da estética que justamente tome para si o problema do questionar o suplemento como fundamental para a compreensão do fenômeno tecnomidiático.

Assim, radicalmente, uma estética da mídia precisaria, sobretudo, começar pelo próprio questionamento do conceito de estética – este pelo qual finalmente poderia se abrir uma nova perspectiva de abordagem do signo da imagem, para citar um exemplo, que não necessariamente se reduziria ao caráter sensorial, da estética como percepção. É o que podemos aprender com Heidegger (2007) em sua crítica à estética como percepção, em última instância, como vivência (humana). Mas, haveria uma maneira de compreender a imagem para além da estética como apreciação/percepção do belo/vivência humana? Faz-se necessário, portanto, ter em vista e pôr em jogo o plano ontológico do processo criativo (da máquina, do homem); e é nesse sentido que acreditamos serem as tecnologias midiáticas do hoje os melhores acessos fenomenais a essa questão.

De maneira geral, o que encontramos nesse nível ontológico da perspectiva estética é justamente o que buscamos enquanto superação dialética de um sujeito contemplador/objeto dado à contemplação. Uma reformulação do problema, sobretudo no campo da análise da imagem e arte digital passaria, propriamente, pela evidenciação da insuficiência do modelo causal da produção da realidade – este mesmo que Heidegger lança fundamentalmente em sua questão da técnica – tornado ainda mais evidente quando olhamos para as novas formas de produção midiáticas. Como bem diagnostica Rodowick (p. 139), “Estamos no último estágio da

era da estética.” Um estágio que notadamente já perdura tão longo é o tempo que precisamos para redescoberta dos sentidos proposta pela desconstrução metafísica de Heidegger e seus sucessores.

## 6. O sentido da filosofia de hoje

Os apontamentos sobre três modos de aproximação filosófica do universo das tecnologias midiáticas, processo, discurso, estrutura, expressos respectivamente em uma perspectiva pragmático filosófica, ética e estética, se mostra como um rico caminho para pensar o próprio e essencial fenômeno tecnomidiático. Na hipótese da indicação de um sentido geral, um signo comum, que permearia a multiplicidade de aspectos e manifestações, essa se demonstraria possível, precisamente porque à base de tais manifestações tecnológicas revela-se algo que não está passível de ser investigado objetivamente, pois diz respeito a uma situação de mundo, uma indicação do que somos e como somos no presente. Pensar em termos de tecnomídia, portanto, nos indica o sentido do que hoje é, aquilo que também Heidegger (2012) entende como facticidade. É justamente neste sentido que esta passa a ser questão inevitável e necessária para a filosofia, sem que, contudo jamais possa ser equivocadamente apreendida como seu objetivo final.

Além disto, ao compreender a dimensão ontológica da tecnicidade, adquire-se também outro olhar sobre as tecnologias midiáticas. Somos capazes de uma reflexão para além da agencialidade humana, intencionalidade histórica e utilitarismo. Na perspectiva heideggeriana, passo a perceber o fazer humano, a vontade política e o determinismo tecnológico no caráter elementar do advento de ser. Tecnologias não são, portanto modos de fabricação da realidade, mas sim modos de aparição da realidade. Se optarmos por um diálogo com Heidegger, devemos aceitar que se é somente à medida que se opera uma espécie de apropriação eventual a partir da qual algo pode vir à luz; uma coisa, qualquer coisa, surge enquanto tal – nos vem de encontro.

Ao revisarmos sumariamente diferentes escolas de pensamento, defendemos a possibilidade de legitimação do fenômeno tecnomidiático como uma entidade conceitual e, portanto, corroboramos com a ideia de independência e afirmação da teoria das mídias como campo de estudo. No âmbito de uma investigação filosófica, denotamos um sentido geral no qual mídia parece ser compreendida como uma região ontológica, o que se mostra com o

fortalecimento de uma filosofia voltada para a mídia. Muito além do que poderia ser visto como uma questão para os historiadores da filosofia ou preocupação exclusiva dos bibliotecários, cada vez mais desafiados pelo movimento fusional das áreas do saber, a questão sobre a determinação de como é mídia como autêntico problema filosófico revela-se uma necessidade para a compreensão da própria tarefa da filosofia em nossa configuração de mundo atual, ou seja, a discussão do lugar da filosofia em tempos de informação.

Por fim, denotamos que é preciso usar de reserva ao compreender o que se dá como caráter de 'novidade' nesse interesse ou nessas 'novas' abordagens. A filosofia, enquanto exercício de reflexão sobre princípios avança de modo circular, ou seja, seu progresso só pode ser compreendido se de antemão houver compreensão da sua temporalidade, esta horizontalmente estendida, de um futuro que tem primazia sobre o passado, onde os momentos de agora dão lugar ao instante e instanciação da existência como pensado por Heidegger. Assim, o novo ou a novidade na filosofia ganha outro sentido como tão bem nos esclarece a filósofa brasileira Marcia Schuback:

Essa ideia que temos do novo é econômica, tanto no sentido de ser o movente de uma economia de mercado como no sentido de ser avara. Entender o novo como o que se distingue do que já foi é avareza porque só consegue ouvir, ver, ler, pensar o novo comparando com o que já ouviu, já viu, já leu, já pensou...Ser novo é nunca ter sido assim, ou seja, é mostrar o nunca ter sido do passado, do velho. O novo criador não substitui o velho, ilumina o velho, faz soar no velho o que nunca havia soado. Nesse sentido, o novo é irrupção do desconhecido. Nesse sentido, toda força de criação deve ser entendida como criação de força e não substituição ou superação do já ter sido (SCHUBACK, p. 63-64, 2010).

Assim, compreender a dimensão temporal é essencial para reconhecer os limites da contribuição da filosofia, mas para entender como, de fato, os fenômenos do nosso hoje são caracterizados com a predominância das tecnologias midiáticas em todos os campos da vida, são como que uma necessidade filosófica, onde, no extremo da radicalização, uma filosofia da mídia passa soar redundante. Essa problemática é evidente e urgente para o pensamento. Ela se anuncia a cada vez que novas abordagens filosóficas surgem no mercado editorial propondo novas perspectivas na qual mídia é um tema central. Neste sentido, a aura de ceticismo em torno das contribuições que recebem diferentes nomes (filosofia da mídia, fenomenologia da mídia e etc.) constitui-se muito mais um problema em torno da própria afirmação da filosofia do que propriamente em torno da validade científica do que significa mídia. Como tive a intenção de demonstrar, a mídia enquanto temática perfaz o cenário da investigação filosófica

enquanto signo do presente - é uma autêntica situação de mundo que se oferece ao olhar filosófico. Na breve revisão do panorama de uma atual “introspecção no que é”, quis indicar que sob o signo da mídia pode se guardar uma pergunta essencial capaz de manter um filosofar ainda possível – mesmo hoje, em tempos de informação.

### Referências

- COPP, David (Ed.). *The Oxford Handbook of Ethical Theory*. London: Oxford University, 2006.
- DERRIDA, Jacques. *De la grammatologie*. Paris: Editions de Minuit, 1967.
- FACLKLER, P. Mark ; FORTNER, Robert S. (Ed.) *The Handbook of Global Communication and Media Ethics*. Vol. I e II. West Sussex: Willey Blackwell, 2011.
- HARMAN, Graham. *Tool-Being. Heidegger and the Metaphysics of Objects*. Chicago: Open Court, 2002.
- HANSEN, Mark. *New Philosophy for New Media*. Cambridge: MIT Press, 2006.
- HEIDEGGER, Martin. A origem da obra de arte. In: MOOSBURGER, Laura de B. “A origem da obra de arte” de Martin Heidegger: tradução, comentário e notas. Dissertação de Mestrado em Filosofia. Universidade Federal do Paraná, 2007.149 p.
- \_\_\_\_\_. *Beiträge zur Philosophie (Vom Ereignis)*. Frankfurt am Main: Klostermann, 1989.
- \_\_\_\_\_. *Die Grundprobleme der Phänomenologie*. Frankfurt am Main: Klostermann, 2005a.
- \_\_\_\_\_. *Einblick in das was ist: Bremer Vorträge 1949*. Frankfurt am Main: Klostermann, 2005b.
- \_\_\_\_\_. *Ontologia (Hermenêutica da facticidade)*. Trad. Renato Kirchner. Petrópolis: Vozes, 2012.
- \_\_\_\_\_. *Ontologie (Hermeneutik der Faktizität)*. Frankfurt am Main: Klostermann, 1988.
- \_\_\_\_\_. *Logik als die Frage nach dem Wesen der Sprache*. Frankfurt am Main: Klostermann, 1998.
- \_\_\_\_\_. *Meditação*. Trad. Marco Casanova. Petrópolis: Vozes, 2010.
- \_\_\_\_\_. *Metaphysische Anfangsgründe der Logik im Ausgang von Leibniz*. Frankfurt am Main: Klostermann, 1978.
- \_\_\_\_\_. *Ser e tempo*. Trad. Márcia Cavalcante Sá Schuback. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.
- \_\_\_\_\_. *Sobre a questão da determinação da coisa (causa) do pensamento/Zur Frage nach der Bestimmung der Sache des Denkens*. Trad. Marcia Sá Cavalcante Schuback. 11p. (no prelo, sem publicação), 2011.
- LEVINAS, Emmanuel. *Totalidade e Infinito*. Trad. José Pinto Ribeiro. Lisboa: Edições 70, 1988.
- RODOWICK, D.N. *Reading the Figural: Or Philosophy After the New Media*. Durham: Duke U. Press, 2001.
- RORTY, Richard. *Philosophy and Social Hope*. London: Penguin Books, 1999.

SAARINEN, Esa; TAYLOR, Mark C. *Imagologies: Media Philosophy*. London, Routledge, 1994.

SANDBOTHE, Mike. *Pragmatic Media Philosophy: Foundations of a new discipline in the Internet Age*. Translated by Andrew Inpkin. E-book, 2005. Disponível em: <http://www.sandbothe.net>.

SHUBACK, Marcia Cavalcante Sá. A fragilidade do um. In: *Revista Humanidades*. N. 57. Agosto 2010. Fundação Universidade de Brasília. p. 50-65.

TRAWNY, Peter. *Medium und Revolution*. Berlin: Matthes & Seitz, 2011.

ZETTI, Herbert. *Sight, Sound, Motion: Applied Media Aesthetics. Independence*: Cengage Learning, 2010.