



Interin

E-ISSN: 1980-5276

interin@utp.br

Universidade Tuiuti do Paraná

Brasil

Hanke, Michael

Materialidade Da Comunicação – Um Conceito Para A Ciência Da Comunicação?

Interin, vol. 1, núm. 1, 2006, pp. 1-8

Universidade Tuiuti do Paraná

Curitiba, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504450754006>

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

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe , Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

## **Materialidade Da Comunicação – Um Conceito Para A Ciência Da Comunicação?<sup>1</sup>**

Michael Hanke<sup>2</sup>

### **RESUMO:**

Esta contribuição tem o objetivo de apresentar e discutir o conceito da materialidade da comunicação a partir do obra homônima publicado em alemão em 1988, e traduzido parcialmente para o inglês. “Materialidade da comunicação” é um programa de pesquisa, que pretende indagar sobre as condições, o lugar, o suporte e as modalidades de produção de sentido, que, por si, são isentos de sentido. Foi desenvolvido no centro de estudos avançados em pós-graduação de Siegen, Alemanha, com a área de concentração denominada “Formas de comunicação e formas de vida”. Participaram neste projeto interdisciplinar pesquisadores de várias disciplinas, tais como letras e ciências sociais; e foi a busca para um consenso mínimo sobre o conteúdo específico dessa área que gerou a idéia de que qualquer comunicação precisa uma componente de materialidade, sendo este o fundamento básico do conceito.

“Materialidade da Comunicação” é o título de um livro, baseado num congresso homônimo, cujos organizadores, Hans Ulrich Gumbrecht e Karl-Ludwig Pfeiffer, foram diretores do centro de Estudos Avançados em pós-graduação na cidade de Siegen, Alemanha. A área de concentração deste projeto interdisciplinar foi denominada “Formas de comunicação e formas de vida”, da qual participaram pesquisadores, nacionais e estrangeiros, de várias disciplinas, tais como letras e ciências sociais.

A edição do livro na versão alemã, publicada em 1988, conta com 943 páginas e 55 artigos de autores diferentes. A tradução para o inglês é uma seleção de 34 textos, sendo 26 da edição original e mais 08 novos textos. Não participaram dessa versão, entre outros, Luiz Costa Lima, então professor na PUC – Rio e na Universidade Federal Fluminense, Humberto Maturana e Paul Watzlawick.

“Materialidade da Comunicação” é um programa de pesquisa, que pretende indagar sobre as condições, o lugar, o suporte e as modalidades de produção de sentido, que, por si, são isentos de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP 01 – Teorias da Comunicação, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

<sup>2</sup> Doutor em Semiótica, em 1990, Pós-doutorado no centro de Estudos Avançados em Siegen entre 1991 e 1993, Livre-Docente em Ciências da Comunicação, em 1998, na Alemanha. Coordena o Núcleo Vilém Flusser, onde desenvolve pesquisa sobre a Teoria da Media e Comunicação de Vilém Flusser (CNPq 2003/2006).

sentido. Esta é a definição-chave do colóquio e do conceito. Em outras palavras, pergunta, o que sobra dos fenômenos da comunicação, depois de abstrair a dimensão do significado, e se isso pode constituir uma nova área de pesquisa interdisciplinar.

Na introdução Ludwig Pfeiffer pergunta, 1º se, tendo em vista que tudo é uma construção, interpretação, simulação, informações circulando, existe ainda ou pode ser pensado algo como materialidade? E 2º se existem veículos materiais fora da interpretação? A resposta do conceito é sim, porque materialidade é concebida como o outro lado da interpretação. O conceito quer repensar a hermenêutica, presumindo uma dicotomia entre uma materialidade, uma presença de coisas e situações num nível de “realidade” fora da interpretação, e, de outro lado, as respectivas interpretações. Transferido para a comunicação isso quer dizer: o desenvolvimento e funcionamento de sistemas e o uso destes sistemas de conhecimento na comunicação são duas coisas diferentes.

Segundo Gumbrecht, o conceito tenta resolver o seguinte problema: qualquer entendimento de uma configuração do passado é realizado através de uma transferência daquilo que queremos entender para nossa presença; mas não temos critérios para distinguir interpretações adequadas de projeções inadequadas que nos fazemos. “Materialidade” expressa a esperança de fugir dessas projeções, sendo as materialidades objetos de pesquisa, e desenvolver significado em cima desses fenômenos materiais, privados do significado, que eles continuam a apresentar. A idéia foi pesquisar elementos constitutivos para “formas de comunicação” – sem ofuscar estes por interpretações prematuras. Dar atenção ao som como som, ao gesto corporal como gesto corporal, sem perder esta materialidade do significante de vista por causa da atenção dada ao significado (1988: 915). Entender o que se pode fazer com uma caneta sem interpretar as palavras escritas com ela.

As ciências do “espírito” ou da cultura (as ciências humanas) do futuro não deveriam tratar o nível do significado dos produtos culturais, mas, o que pareceu mais promissor, as materialidades desta produção. Quis se aproximar às ciências exatas, ou melhor, superar o dualismo entre as ciências humanas e exatas (Gumbrecht 1988: 728, 1988: 919). Essa re-configuração das ciências humanas intencionada se reflete no programa do centro dos estudos avançados, fundado em 1986: introduzir formas de comunicação para as ciências da literatura e lingüística deveria transformar as filologias antigas, ou seja, colocar em pauta estruturas de organização, media, o corpo, a voz ou a escrita – materialidades – e deveria mostrar, como formas de vida se baseiam em formas de comunicação.

No seu livro mais recente, “Production of Presence – What Meaning Cannot Convey” – “Produção de presença – o que o significado não pode trazer”, Gumbrecht, ao contar a história do desenvolvimento do seu pensamento, contextualiza, no primeiro capítulo chamado

“Materialidade/O não-hermenêutico/presença”, o conceito da materialidade da comunicação. Ainda aqui o embate de Gumbrecht é com a hermenêutica e com a prática da interpretação, especificamente nas letras. Ele defende, que, além da interpretação, existe um nível que não é alcançável pela interpretação, que serve como ponto de partida para o processo: a materialidade. “Materialidade da Comunicação” é o “campo não-hermeneutico”, aquilo que serve como base para interpretação, mas não é idêntico a ela. Isso é importante si queremos transferir o conceito das letras (literatura) para as ciências sociais (aplicadas), ou, para a Comunicação. É obvio, que a interpretação é também essencial para estes, mas numa forma diferente do que para a história da literatura.

A crítica à interpretação não quer excluir o nível do significado, mas “materializar” o discurso das ciências da cultura, e questionar a tradição, segundo a qual a interpretação seja a prática exclusiva das ciências humanas. “Materialidade” pretende derrubar essa hegemonia da interpretação, que veda a pesquisa de outros fenômenos e questões (Gumbrecht 2004: 32). Mesmo não sabendo uma alternativa ao sentido e à hermenêutica, existia um desconforto com o relativismo intelectual que acompanha a cultura de interpretação (Gumbrecht 2004: 23) – e isso vale a pena discutir também na Comunicação.

O colóquio de 1987 no qual o conceito foi desenvolvido, é o quarto de uma série de cinco, realizados entre 1981 e 1989. O local, a cidade de Dubrovnik em Iugoslavia, foi escolhido por vários motivos; um deles sendo que Iugoslavia foi o único país da Europa acessível para pessoas de países ocidentais e orientais, os últimos com governos comunistas, que restringiram viagens para o exterior. Esse detalhe já indica um espírito específico desses encontros. A título de curiosidade gostaria de mencionar que também participaram nesta história, por duas vezes, brasileiros. Segundo Gumbrecht, a idéia dos colóquios nasceu, quando ele, em 1979, junto com um “amigo brasileiro” (não especificado), atendendo um outro congresso, sentiu o desejo de voltar para essa cidade linda: materialidade é também um pressuposto para a ciência!

A idéia geral dos colóquios foi analisar a ciência da literatura e da lingüística historicamente. Pouco satisfeito com os resultados dos primeiros três, o grupo procurou um novo rumo, e alguém propôs, em 1985, “materialidade da comunicação”. Dois anos depois foi realizado o colóquio, do qual Gumbrecht se lembra com as seguintes palavras:

“Se tem algum encontro científico que eu presenciei que merece o elogio de ter sido “instigante”, “importante”, “produtivo”, foi o colóquio sobre materialidade da comunicação na primavera de 1987.” (2004: 24)

“Materialidade” e “comunicação” prometeram ser conceitos melhores para trabalhar as questões, com mais exatidão e rigor científico, saindo da prática das interpretações repetidas e fartas. A busca de um novo discurso foi motivada por um cansaço com as teorias antigas, ou seja, a teoria crítica, o marxismo, o estruturalismo, o pós-estruturalismo, o deonstrutivismo, e já em 1987, o pós-modernismo (Gumbrecht 1988: 911). “Discursos baixos” é o título do resumo do colóquio de Gumbrecht, e o fato de que a noção de paradigma foi evitada neste contexto merece destaque para caracterizar uma certa modéstia do projeto. Grande estima, por outro lado, foi dada aos seguintes autores: Paul Zumthor, que destacou a voz e a escrita como formas de comunicação centradas no corpo, Jean-François Lyotard, que alegou que a revolução da mídia eletrônica gera uma nova “imaterialização” da vida humana, Walter Benjamin, que ensinou a importância do contato direto com os objetos culturais, e Jaques Derrida, segundo o qual a exclusão do significante (uma forma de materialidade) é responsável pela hegemonia do Logo-Phonocentrismo da cultura européia. “Materialidade da Comunicação” abriu os olhos para assuntos fascinantes como história da mídia, *body culture* e para a seguinte questão: quais efeitos diferentes media, ou seja, diferentes materialidades, têm em relação ao sentido realizado na comunicação. (Gumbrecht 2004: 27/28) Também destacada é a importância do Friedrich Kittler e sua “sensibilidade intelectual” para as formas de materialidade, que deixa-lhe perceber como movimentos intelectuais são encaminhados por inovações nos meios de comunicação baseado na tecnologia.

Por exemplo, Martin Stingelin, ao tratar o filósofo Nietzsche, não parte de um nível de conteúdo filosófico, mas analisa as condições e materialidades mediáticas do filósofo. A máquina de escrever, por conseguinte, foi desenvolvida naquela época com a intenção de facilitar a vida de cegos. Nietzsche, quase cego, com 14 dioptrias, teve que por o rosto bem acima do papel, e as letras foram difíceis de identificar. Receber uma máquina de escrever, em 1882, aliviou muito as condições de trabalho deste, e num comentário relacionado ao novo aparelho de escrever ele nota: nossos instrumentos de escrever também participam quando trabalhamos nossas idéias. (Stingelin 1988: 337) Muitos artigos analisam casos específicos dessa materialidade, Vivian Sobchack (1988), por exemplo, apresenta uma fenomenologia da presença no filme e na mídia eletrônica, analisando o desenvolvimento histórico da fotografia e do filme e o impacto que estes têm para a natureza do “olhar mecânico”, inclusive as transformações da experiência corporal, do tempo e do espaço sob o regime da mudança analógico – digital. É esse estilo de olhar para os fenômenos de uma outra maneira, mais voltada para as materialidades – e os media – e menos para interpretações, que caracteriza o conceito, e assim, sem dúvida, ainda continua estimável.

Em outros termos, materialidade foi descrita como o outro lado da semântica. Jan Assmann, tratando a materialidade da escrita hieroglífica egípcia, entende materialidade com noções da

semiótica. Trabalha com dois lados do signo, um semântico, o significado, e o outro, sua forma material de presença (Assmann 1988: 143). A materialidade do signo é essa parte da matéria prima, que não influencia o significado. Por exemplo, um R pode ser cinzelado em pedra, arranhado em couro, impresso em vários tipos de fontes - Fractura, Garamond ou Helvetica, sem isto afetar seu significado e valor enquanto fonema: continua sendo um R. Para sua funcionalidade é só essencial que ele não seja confundido com uma outra letra, digamos, um P. Aleida Assmann (1988: 238), de maneira semelhante, recorre a uma regra simples, a relação inversa entre presença e ausência: para ganhar um conteúdo semântico, um signo tem que perder a sua materialidade. Para alcançar o significado, ausente, temos que penetrar (ou transcender) a materialidade do signo, que é presente. Mesmo Niklas Luhmann, com sua nova teoria de sistemas, percorre à noção de símbolos materializados e organizados em sistemas (Luhmann 1988: 885). De maneira semelhante, Friedrich Kittler, ao destacar a importância da dimensão da materialidade na comunicação moderna, alega, que não existe significado sem portador, ou seja, veículo físico (Kittler 1988: 324), e recorre à teoria matemática de Shannon, já que esta exclui o nível de significado e é uma teoria pura de materialidade.

Porém, a euforia coletiva inicial de 1989 deste “discurso não-hermeneutico” revelou-se como ilusório, e depois dessa série dos colóquios, perdeu-se o “impulso epistemológico” (Gumbrecht 2004: 29). Caiu num conceito convencional do signo, segundo o qual, na comunicação é transferido um sentido, que, implicando um (indesejado) conceito metafísico, é localizado abaixo da superfície da materialidade. Para Gumbrecht faltaram noções que operassem melhor a materialidade da comunicação, e a solução para ele foi dada por um aluno durante uma aula na UERJ em meados dos anos 90, que propôs “produções de presença” para designar os efeitos da materialidade da comunicação, o que virou exatamente o título do novo livro de Gumbrecht. A “produção de presença” aperfeiçoa o conceito da materialidade da comunicação; chama atenção para aquele lado de um texto, uma obra de arte ou um objeto cultural qualquer, que não é acessível para a interpretação, mas serve como base para ela. (Por isso, o título da versão em alemão é “No outro lado da hermenêutica”.) Presença é aquilo que é palpável, concreto, evidente, e tem um impacto corporal, e Gumbrecht defende uma oscilação entre efeitos de presença (= materialidade) e efeitos de significado.

## Conclusão

O conceito de materialidade é utilizado em todos os vários tipos de teoria de comunicação, que trabalham com alguma noção de suporte material. Parece difícil fugir desse pressuposto sem questionar a idéia da comunicação; são “inúmeras e persistentes ... as abordagens sobre a

materialidade da comunicação”, sendo a materialidade “um dos leitmotifs da discussão do campo comunicacional e, definitivamente, não pode ser creditada ao círculo de Gumbrecht” (Pereira de Sá 2004: 33, 42). Assim, com toda razão é usado mesmo sem referência ao grupo de Gumbrecht/Pfeiffer. O conceito também tem antecessores, como é confirmado em algumas contribuições do livro. Barck, por exemplo, destaca a *materialité* desenvolvida no grupo Tel-Quel por Julia Kristeva, a produção de textos da *chaine signifiante*. (Barck 1988: 131)

Todavia, sendo que “falar em “materialidades da comunicação” significa ter em mente que todo ato de comunicação exige a presença de um suporte material para efetivar-se” (Felinto 2001, apud de Sá 2004: 32), o conceito tem uma pertinência óbvia para a teoria da comunicação (Felinto 2001). Qualquer idéia de representação implica algo que representa e algo que é representado, sendo aquilo que representa sempre uma forma de materialidade. Isso pode ser visto como uma das axiomas básicas da semiótica; segundo Husserl, qualquer compreensão do pensamento (no sentido amplo, incluindo emoções, desejos etc.) de um outro require como veículo ou medium a apreensão de um objeto, um fato ou evento do mundo externo materializado, entendido como representação em relação ao significado. A materialidade que representa é chamado signo (por Alfred Schütz (1967: 319)) ou representamen (por C. S. Peirce, usado, as vezes, como sinónima de signo, por exemplo CP 2.274). E conforme Umberto Eco:

“O processo de significação só se verifica quando existe um código. [...] Sempre que, com base a regras subjacentes, algo MATERIALMENTE presente à percepção do destinatário ESTÁ PARA qualquer outra coisa, verifica-se a significação.” (Eco 1997: 6, grifes de Eco)

Sendo a semiótica não desconhecido para muitos autores do grupo, este raciocínio é também compartilhado por alguns deles. Podemos ainda apontar para duas disciplinas não consideradas por eles: a fonética e a fonologia. A primeira analisa o nível do significante, a materialidade física da língua, e a segunda esta como unidades funcionais (complementaria bem as análises de Gumbrecht (1988a) sobre a constituição de ritmo). O fato de que as duas disciplinas fazem parte da lingüística nos chama atenção pelo fato de que o grupo Gumbrecht/Pfeiffer vem dos estudos literários e das filologias, e eles descobriram a materialidade oriunda deste ponto de vista. Concordamos com Pereira de Sá, que, discutindo o conceito da materialidade da comunicação, observa que, sem “qualquer preconceito contra a interdisciplinaridade, ... torna-se obrigatório o reconhecimento dos limites de cada um dos campos e de seus interlocutores – no caso o da comunicação e o dos estudos literários” (de Sá 2004: 33). As ciências sociais, na tradição weberiana, concebem o objeto como algo produzido pelos atores sociais, ou seja, construções de primeira ordem, que operam na vida social, e para isso precisam de uma visibilidade ou outras formas de percepção. A partir disso, a

ciência social se empenha em produzir análises de segunda ordem a partir desses objetos já configurados pelos atores. Igualmente como uma ciência dos media, as ciências sociais já focalizam a materialidade e o desafio para estas é chegar ao significado. O grupo Gumbrecht/Pfeiffer faz o caminho inverso, o que se deve à qualidade específica dos objetos das letras. Concluimos com uma opinião salomônica compartilhada por eles: que a materialidade e o sentido desenvolvido a partir dela são considerados inseparáveis. Assim sendo, qualquer metodologia nas ciências humanas que inicia a investigação na materialidade deve alcançar o nível de interpretação, e vice versa, a interpretação tem que considerar as condições materiais de produção deste sentido.

#### Referências bibliográficas

- ASSMANN, Aleida: Die Sprache der Dinge. Der lange Blick und die wilde Semiose. In: GUMBRECHT/PFEIFFER 1988: 237-251.
- ASSMANN, Jan: Im Schatten junger Medienblüte. Ägypten und die Materialität des Zeichens. In: GUMBRECHT/PFEIFFER 1988: 141- 160.
- BARCK, Karlheinz: Materialität, Materialismus, *performance*. In: GUMBRECHT/PFEIFFER 1988: 121-138.
- ECO, Umberto: Tratado Geral da Semiótica. São Paulo: Editora Perspectiva 1997.
- FELINTO, Erick: Materialidades da Comunicação: Por um novo Lugar da Matéria na teoria da Comunicação. Revista Eletrônica Ciberlegenda, n. 5, 2001.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich: Flache Diskurse. In: GUMBRECHT/PFEIFFER 1988(b): 914-923.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich: Diesseits der Hermeneutik. Die Produktion von Präsenz. Frankfurt/Main: Suhrkamp 2004. [Production of Presence. What Meaning Cannot Convey. Stanford: University Press 2004]
- GUMBRECHT, Hans Ulrich: Rhythmus und Sinn. In: GUMBRECHT/PFEIFFER 1988(a): 714-729.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich & PFEIFFER, K. Ludwig (orgs.): Materialität der Kommunikation. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1988.
- KITTLER, Friedrich: Signal-Rausch-Abstand. In: GUMBRECHT/PFEIFFER 1988: 342-359.
- LUHMANN, Niklas: Wie ist Bewusstsein an Kommunikation beteiligt? In: GUMBRECHT/PFEIFFER 1988: 884-905.
- PEIRCE, Charles Sanders: Ícone, Índice e Símbolo. CP 2.274-2.308. In: Charles S. PEIRCE: Semiótica. São Paulo: Perspectiva 2000.



PEREIRA DE SÁ, Simone: Explorações da noção de materialidade da comunicação. In: Contracampo. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. 10/11, 2004: 31-44.

PFEIFFER, K. Ludwig: Materialität der Kommunikation? In: GUMBRECHT/PFEIFFER 1988: 15-28.

SCHÜTZ, Alfred: Symbol, Reality, and Society. In: Collected Papers (CP). I: The Problem of Social Reality. Edited and introduced by Maurice Natanson. Den Haag: Nijhoff 1967 (2. ed.), 287-356.

SOBCHACK, Vivian: The Scene of the Screen. Beitrag zu einer Phänomenologie der 'Gegenwärtigkeit' im Film und in den elektronischen Medien. In: GUMBRECHT/PFEIFFER 1988: 416-428.

STINGELIN, Martin: Kugeläusserungen. Nietzsches Spiel auf der Schreibmaschine. In GUMBRECHT/PFEIFFER 1988: 326-341.