
Estudos de Mídia sem mídia? Kittler, Gumbrecht e a indefinição de um conceito¹

Marcio TELLES²
Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)

Resumo

O artigo discute como o termo “mídia” é empregado nos Estudos de Mídia alemães, sobretudo em dois de seus principais teóricos, Friedrich Kittler e Hans Ulrich Gumbrecht. Chama a atenção a falta de uma definição clara do conceito de mídia na obra desses dois autores: no caso do primeiro, temos uma definição operacional; no caso do segundo, o termo é indefinido. O argumento é que existe um conceito específico de mídia em operação, mesmo que ele não seja expresso pelos autores. Desentranhar dos seus escritos essa concepção específica de mídia ajuda a compreender como se estrutura o pensamento dos dois autores e por que os Estudos de Mídia alemães desenvolveram-se no vácuo de um conceito normativo arredondado.

Palavras-chave

Mídia; Teoria Alemã das Mídias; Friedrich Kittler; Hans Ulrich Gumbrecht; Palavras-chave.

Introdução

“Tente explicar para o seu sobrinho” – brinca o teórico holandês Geert Lovink (2011, p. 76, tradução nossa) – “que Estudos de Mídia não são estudos culturais, não são estudos visuais, tampouco é comunicação. O que serão então?”. A provocação de Lovink pode ser estendida para outra questão: *O que são, afinal, mídias?* A polissemia do substantivo – que prolifera por outros termos como mediático, medial, a grande mídia, medialidade, midiatização, mediação, etc. – faz de qualquer tentativa de sua definição uma tarefa hercúlea.

Talvez, o conceito de mídia seja o nosso Odradek: difuso, achatado, feito de pedaços de outros conceitos, “os fios não serão mais do que fiapos, restos emendados ou

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor da Universidade Federal do Espírito Santo. Doutor e Mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com estágio doutoral na Winchester School of Art, Universidade de Southampton, Reino Unido.

simplesmente embaraçados de fio gasto, da mais diversa cor e espécie” (KAFKA, 1994, p. 22). Às vezes, com a ajuda de alguma outra hastezinha teórica, pode até ficar em pé, mas, no mais das vezes, temos a certeza de que é o remanescente quebrado de alguma outra coisa. Como o pai de família do conto de Kafka, na impotência de diálogo com o conceito, fingimos a inexistência do problema – afinal, “todos sabem” o que a mídia “é” e o que ela “faz”, não é mesmo? – mesmo se o conceito continue a habitar naquele canto bagunçado das questões da área que não enfrentamos arrumar. As questões se aglomeram: o que é ou são mídia(s)? O que elas fazem? O que, afinal, “medeiam”? As dificuldades se espalham para a prática teórica: haveria “teorias” das mídias? Elas seriam diferentes de aplicar às “mídias” teorias sociais? E, por último, mas com certeza não menos importante, ainda falamos de Comunicação quando nos engajamos com teorias *da* mídia?

Por um breve período bastante prolífico, o conjunto de autores dos Estudos de Mídia na Alemanha pareceu responder a essas questões e apaziguar alguns ânimos. Friedrich Kittler virou de pernas para o ar os estudos literários quando propôs um foco não nos discursos, mas nos discursos sobre as condições discursivas do canal, o que seu colega Hans Ulrich Gumbrecht nomeou *materialidade da comunicação*. Nessa perspectiva, são as tecnologias de mídia, e não a episteme, a cultura ou a história as condições de possibilidade de qualquer discurso. Elas não apenas *determinam* nossa situação, como se inscrevem nas materialidades do próprio texto que dão origem. *Drácula*, de Bram Stoker, já não seria mais o precursor do horror moderno nem um conto de vampiros, mas a inscrição, em papel, das ansiedades com as novas tecnologias de comunicação e suas formas inovadoras de burocracia, com secretárias dedicadas e suas máquinas de escrever, além de um fonógrafo que não pode deixar de registrar (KITTLER, 1997).

A teoria da mídia nesse formato se inscreveria em um novo horizonte para as Humanidades, a passagem de um paradigma hermenêutico, como diz Gumbrecht, para um “elogio da superfície”, como diz Flusser, onde a materialidade e seu preceito de corporalidade não seriam excluídos dos processos de significação, ao contrário, viriam ao centro do palco. Como brincou o título intraduzível de uma coletânea: *Media/Matter* (HERZOGENRATH, 2015). Mídia e materialidade são dois lados de uma única e mesma moeda.

Não obstante o edifício teórico erigido pelas *Medienwissenschaften* (Estudos de

Mídia) germânicas, não há nem em Kittler, nem em Gumbrecht, uma única definição direta do que seja *mídia*. Kittler a “define”, entre aspas, como o acúmulo de três funções – processamento, armazenamento e transmissão –; enquanto Gumbrecht mantém o termo envolto em uma aura de incerteza, diz ele (2010, p. 41, grifo meu): “como (se é que de algum modo) a *mídia e as materialidades de comunicação* pode[m] ter algum impacto sobre o sentido que transporta[m]”. Nesse caso, a conjunção “e” está expressando uma relação de equivalência ou de diferença entre mídias e materialidades de comunicação? Mídias e materialidades são sinônimas ou trata-se de duas classes de substantivos de operações semelhantes? Mídia e materialidades têm impacto sobre o sentido? O mesmo impacto? Se sim, por que marcá-las dessa maneira? Não sabemos. Afora a citação acima, o termo mídia só é em seu *Produção de Presença* (GUMBRECHT, 2010), empregado mais uma vez, na página 173, com um sentido bastante pedestre, quando o autor refere-se a como “a mídia” influencia/induz certas percepções.

Para aqueles que seguiram os passos de Kittler e Gumbrecht, não parecia existir qualquer delimitação ou definição axiomática do que poderia vir a ser enquadrado como mídia: essa “não-ontologia” (HORN, 2007) levou a uma definição tautológica, definido-a de forma *ad hoc*. Mas, mesmo nesses casos, muitos autores (GEISLER, 1999) não pareciam interessados no que as pessoas faziam com as mídias – o que quer que elas fossem, de gramofones a fantasmas. Ao contrário, a “não-ontologia” apregoada pelos teóricos alemães dessa primeira fase dos Estudos de Mídia a definiam a partir dos usos e/ou das demandas do *pesquisador*. Como observa Jussi Parikka, o uso que Kittler dá ao termo mídia “não é antiontológico *per se*, mesmo que não se estabeleça sobre uma definição de meios de comunicação reconhecido por uma entidade disciplinar e institucional” (PARIKKA, 2012, p. 10, tradução nossa).

Ainda assim, os Estudos *de Mídia* continuaram a servir de marco operatório para uma vasta gama de pesquisadores, mesmo que as ligações entre seus objetos de pesquisa não estivessem exatamente claros. Entre pessoas jurídicas e pastas de arquivos, passando de lulas-vampiro a selos, as duas “a-definições” de mídia de Kittler e Gumbrecht continuavam a juntar esta disparidade: eram, afinal, materialidades que – não sem algum esforço teórico – armazenavam, processavam e transmitiam informações.

Como uma disciplina chamada Estudos de *Mídia* pôde prescindir por tanto

tempo e em seus textos mais fundamentais de um conceito de *mídia*? O que tentaremos argumentar neste artigo é que existe, sim, uma definição de “mídia”; apenas que ela jamais aparece como um conceito claro: é contrabandeada do “senso comum”, o caldo intelectual de que bebem tanto Kittler quanto Gumbrecht. Nesse caldo, a “palavra-chave” (WILLIAMS, 2015) *mídia* tem um significado muito exato, seguindo uma longa tradição de pensamento advinda da recepção germânica de Aristóteles. Ainda que uma filologia detalhada da evolução deste termo dentro do contexto alemão seja de grande valia, nosso objetivo por ora é demonstrar como, na falta de uma definição clara de mídia, é este entendimento que “desliza” para dentro das brechas dos textos de Kittler e Gumbrecht, auxiliando-os a construir o edifício que se tornou os Estudos de Mídia e, de uma maneira ampliada, o que se tem nomeado Teoria Alemã das Mídias.

1. Kittler

Em meados dos anos 1980, Kittler, enquanto aguardava o longo processo de apreciação de sua *Habilitationsschrift*³, passou a dedicar-se à construção de um sintetizador analógico com um programa próprio para operar. O *design* tanto do circuito quanto de seu software foi feito nas margens do manuscrito da versão revisada da habilitação que viria a ser publicada na forma de livro com o título de *Aufschreibesysteme 1800/1900*, ou *Discourse Networks 1800/1900* (KITTLER, 1990). Para alguns dos comentaristas da obra de Kittler (FEIGEFELD, 2015; WINTHROP-YOUNG, 2013; SPRENGER, 2016), foi esse *hobby* que gradativamente levou-o a preocupar-se com os limites da mídia, palavra até então ausente de seu primeiro grande tomo. A partir daí e notadamente em seu segundo livro, *Gramophone, Film, Typewriter* (KITTLER, 1999), o objetivo do alemão passou a ser “descobrir o que uma mídia poderia fazer” (FEIGEFELD, 2015, p. 2, tradução nossa).

Mais ou menos nessa mesma época, durante sua estada em Stanford ao longo de 1982/1983, Kittler descobriu a teoria da informação de Claude Shannon (KRÄMER, 2006; SPRENGER, 2016). Shannon deu a Kittler um modelo, bastante cibernético, de comunicação. Compreendida metodologicamente a partir dos elementos de Shannon – fonte, emissor, sinal, receptor e canal –, Kittler assume os procedimentos de codificação, processamento de sinais e decodificação como suficientes para dar conta de

³ “Habitação” é a segunda dissertação, a ser publicada na forma de livro, que qualifica formalmente os candidatos ao cargo de Professor na universidade alemã. Às vezes, é traduzida como “tese pós-doutoral” (por ex. SPRENGER, 2016, p. 71), mas seu equivalente mais próximo no país é a tese de livre-docência.

três dimensões mediais: respectivamente, em sua obra, armazenamento, processamento e transmissão. Isso permitirá a Kittler ignorar conotação e denotação do conteúdo em favor de um mecanismo interno de processamento de sinais. Quando Kittler refere-se a discurso, ele quer dizer rigorosamente troca de sinais em um circuito fechado: ele importa-se com “como [textos] existem, não com o que eles contêm ou representam, refletem ou criticam” (KITTLER, 2016, p. 92, tradução nossa). No pensamento kittleriano, o humano é reduzido à consequência do endereçamento de sistemas técnicos, uma posição a ser ocupada em uma placa de circuitos cibernética.

Um dos exemplos centrais de Kittler (1990, p. 191-198; KITTLER, 1999, p. 202-206), é a frase do filósofo Friedrich Nietzsche, endereçada em uma carta a um amigo compositor, sugerindo que “Nossas ferramentas de escrita também operam sobre os nossos pensamentos”. Debilidado pela miopia, Nietzsche havia há pouco adquirido uma máquina de escrever primitiva. O amigo em questão chamou a atenção de Nietzsche: seu estilo de filosofar mudara após a troca par ao novo meio de inscrição.

Nietzsche [...] mudou de argumentos para aforismos, de pensamentos para trocadilhos, de retórica para o estilo de telegrama. É precisamente isso que significa a frase que nossas ferramentas de escrita também estão trabalhando em nossos pensamentos. A bola de escrever de Malling Hansen, com suas dificuldades operacionais, transformou Nietzsche em um lacônico (KITTLER, 1999, p. 203, tradução nossa).

O que Kittler está tentando operacionalizar é a redução do arquivo foucaultiano às características materiais enquanto um sinônimo geral para “mídia”. Nesse sentido, os limites do comunicável equivaleriam aos limites da medialidade: Nietzsche escreve diferente com a máquina de escrever pois ela o direcionada a um determinado conjunto de enunciáveis disponíveis. As mídias atuam sobre nossos pensamentos por que são elas que ofertam o universo do comunicável (dos visíveis e dos enunciáveis).

Isso descansa sobre uma compreensão particular da palavra “mídia”, substanciada por uma forte tradição germânica, que Kittler “contrabandeia” para dentro de sua obra. Nela, Aristóteles é nomeado o “primeiro teórico da mídia” (SEITTER, 2015), quiçá o primeiro teórico *alemão* de mídias. Para Aristóteles “há sempre um atributo sensível que causa um movimento no *medium* (ar, água ou terra), que por sua vez produz movimento nos órgãos do sentido. Com isso, os corpos só são percebidos na medida em que atributos sensíveis movimentam o *medium*” (BASTOS, 2012, p. 56). O *a priori medial* do qual que falará Kittler (1999) precisa ser compreendido por esse viés aristotélico: não existe significação fora das mídias (e sua base material), pois não

existiria sequer percepção. Isso significa que é a mídia que produz a presença de algo que até então estava além ou aquém do nosso limiar perceptivo. Uma nova mídia, portanto, muda as fronteiras do visível e do enunciável – daquilo que pode ser percebido – em uma determinada época, logo, também do comunicável. Kittler inverte a proposição McLuhaniana: as mídias não são a extensão do homem; é o humano a extensão das mídias.

O pensamento de Kittler é costumeiramente compreendido como uma cruz entre pós-estruturalismo, sobretudo Derrida, Lacan e Foucault, com pitadas de Heidegger. Esse construto não funciona sem a mediação de Aristóteles. Quando Kittler dirige a Foucault sua famigerada crítica – de que a “análise de discurso não pode ser aplicada a arquivos de sons ou rolos de filme” (KITTLER, 1999, p. 5, tradução nossa) e que, precisamente por causa disso, “A pesquisa histórica de Foucault não avança muito além de 1850” (KITTLER, 1990, p. 369, tradução nossa) – parece um erro crasso ao ouvido dos foucaultianos, que são rápidos em lembrar que Foucault não se limitou, de forma alguma, a arquivos de papel. Mas isto desconsidera Aristóteles: Kittler compreende que faltou a Foucault levar em conta a *mediação* do arquivo, no sentido de uma materialidade que se interpunha entre ele e a leitura, e que lhe permitira ler em primeiro lugar. O *a priori* medial de Kittler não é o arquivo de Foucault, mas lhe é anterior – algo que será retomado, já neste século, pelos autores que se aglomeram em torno das “Técnicas Culturais”. Essa cegueira a respeito da materialidade de seu arquivo faz de Foucault incapaz para dar conta das inscrições arquivísticas quando os atos comunicativos de ouvir, ver e escrever separam-se em três processos distintos de reprodução mecânica, ou três mídias: gramofone, cinema, máquina de escrever (justamente o título do livro mais famoso de Kittler). Logo, Kittler está lidando com dois universos epistêmicos (“redes discursivas”) distintos e inconciliáveis, um calcado na linha escrita e em uma só mídia (1800), outro nas imagens técnicas cindidas em mídias distintas (1900). Nesse sentido, as mídias são tanto epistemologias quanto ferramentas heurísticas das epistemes.

Kittler não é exatamente o primeiro autor a propor as mídias enquanto epistemologia. Alguns anos antes, o canadense Neil Postman (1985) localizava na articulação entre as características de uma mídia e os discursos possibilitados por ela uma mudança nas formas de tomar conhecimento da verdade – ou seja, seu nível de observação é o do discurso e do conteúdo. Já Kittler aponta para o nível da

materialidade. Seu olhar é “[...] numerativo ao invés de narrativo, descritivo ao invés de discursivo, infraestrutural ao invés de sociológico” (ERNST, 2018, p. 45). O regime de verdade de uma mídia como o rádio encontra-se ao nível do campo eletromagnético e não no discursivo. As possibilidades de inscrição no canal, reduzido à materialidade de suas trocas elétricas, molda o conteúdo transportado, assim como quem o utiliza. Isso aponta para um duplo impacto da mídia: enquanto extensão do homem e como gargalo contedístico.

Aqui há algumas proximidades com McLuhan, todavia com uma mudança substancial. Embora ambos apontem para a impossibilidade de pensar sobre as mídias e pensar além delas dentro de um ambiente medial específico, eles oferecem diagnósticos distintos para tanto. Para o canadense⁴, os homens são incapazes de enxergar o ambiente medial enquanto ele está em plena operação – ele se tornaria progressivamente explícito justamente enquanto rui, construindo um contra- ou anti-ambiente para refleti-lo. Para o alemão, os homens são incapazes de compreender o ambiente medial no qual estão inseridos por que eles não possuem as proficiências técnicas para tal – além disso, as mídias só lhes permitiriam compreender dentro de seus próprios limites. Toda apreensão de um ambiente é sempre parcial.

Por causa disso, uma das críticas dirigidas a Kittler é que ele reveste de novas roupas a velha tradição germânica de pensar a sucessão de épocas através de uma mídia condutora como a organizadora da experiência – o chamado *Leitmedium* (GEISLER, 1999). O *Leitmedium* é, conceitualmente, o meio de comunicação que exerce uma influência particularmente forte sobre a opinião pública e os outros meios de comunicação de uma determinada época. Está presente no linguajar popular quando se fala em “Era da TV” ou “Era do Digital”. As periodizações de McLuhan soam semelhantes a essa ideia – “a galáxia de Gutemberg”, a “era da Eletricidade”, etc.; e, de certa forma, Kittler com suas epistemes 1800/1900 parece centrado em formas mediais⁵.

Essa é uma crítica injusta. Ao contrário de se fiar a um suporte técnico apenas, Kittler jamais se concentra em apenas um deles como epistemologicamente relevante, e sim na interação entre diversas mídias em um dado momento. Kittler estilhaça qualquer

⁴ Estou pensando, especificamente, nesta passagem de McLuhan: “Uma coisa sobre a qual os peixes não sabem absolutamente nada é a água, já que não têm antiambiente que lhes permita perceber o elemento dentro do qual vivem” (McLUHAN apud LOGAN, 2011, p. 5).

⁵ Esse tipo de pensamento não é exclusividade dos germânicos, nem dos canadenses, basta conferir qualquer programação de evento acadêmico da Comunicação para encontrá-la expressa em abundância (sobretudo em relação ao Digital).

pretensão de uma mídia em se tornar a condutora de uma era (por exemplo, a “era da imprensa”, a “era do cinema”, a “era do digital”), porque elas necessariamente precisarão comportar-se em relação umas às outras, formando o que Elsaesser (2018) nomeia de *Medienverbund*, rede de mídias. Kittler entende essa relação obrigatória como a tríade lacaniana (KITTLER, 1999). A máquina de escrever, originalmente desenvolvida para ajudar a deficientes visuais como Nietzsche a escrever, assume o papel do Simbólico lacaniano, um conjunto de signos finito e pré-determinado aberto a variações apenas dentro desse todo. O cinema atua como o Imaginário ao oferecer uma imagem espelhada do corpo, em termos de psique e forma sensório-motor. Por último, o Real lacaniano é explicitado nas tecnologias de captação sonora: a inclusão de ruídos nessas gravações – pigarros, sussurros, etc. – são o “indesejável da comunicação”, mas sem os quais ela não existiria. Eles são a manifestação da materialidade do canal, no caso o nosso próprio corpo, que produz, junto do sentido, os seus dejetos⁶.

Em última instância, isso aponta para a necessidade de uma cuidadosa descrição da materialidade da mídia. Para retornar à ótima metáfora dos peixes em McLuhan (vide nota na última página), Kittler está menos interessado na água do que nas partículas imperceptíveis de hidrogênio e oxigênio que a compõem que a compõem (WINTHROP-YOUNG, 2018). É por isso que, em última instância, esse entendimento particular de mídia nos Estudos de Mídia não está completo sem uma reflexão profunda sobre as materialidades de comunicação.

2. Gumbrecht

Na mesma época em que Kittler desenhava seu sintetizar, o professor de literatura Hans Ulrich Gumbrecht transferiu-se da Universidade de Bochum para Siegen (1983-1989) a fim de coordenar o primeiro Programa de Doutorado para estudos teóricos e literários da Alemanha (CASTRO ROCHA, 1998). Gumbrecht, a esta altura, já iniciara uma série de críticas à Estética da Recepção, que o levava a explorar o que ele chamava de campo “não-hermenêutico”. É fácil compreendê-lo como uma negação da hermenêutica, na qual o sentido imanente de um texto é redescoberto a partir de uma leitura atenta e profunda através do ato universal de interpretação. Gumbrecht identifica-o como um modo de produção de sentido que desprezava a superfície do

⁶ Em uma época de máquinas comunicantes e inteligência artificial, talvez seus programadores fizessem bem em se lembrar dessa lição de Kittler.

texto, cuja qualidade inerente é constantemente ignorada em favor de um sujeito soberano e unificado capaz de dotar de sentido os objetos do mundo. Como modelo de leitura, o paradigma hermenêutico tenderia a transcender a localização dos textos e favorecer termos universais como homem, autor, origem, espírito, internalidade. Esse modelo não era de maneira alguma universal, mas “um fenômeno contingente à evolução das práticas discursivas na Europa” (WELLBERY, 1990, p. x, tradução nossa). Como observa Felinto,

O gesto hermenêutico se baseia na idéia de que uma superfície (corpo, texto, materialidades) atua como simples instrumento de expressão de um sentido que deve ser encontrado na profundidade (espírito, significado, imaterialidade) de um ente espiritual. Dado que a expressão revela-se sempre como insuficiente em relação ao espírito, surge a necessidade da interpretação (FELINTO, 2001, p. 10).

Gumbrecht (1998, p. 145) então se questiona sobre “a possibilidade de tematizar o significante sem necessariamente associá-lo ao significado”, o que o leva a questionar as noções de sentido, de presença e, com o último, de *presente* temporal. Gumbrecht relê o problema do sentido e da presença aproximando-se bastante de Kittler e ainda mais de Niklas Luhmann. Observando que, na teoria dos sistemas de Luhmann, “a percepção de um mundo exterior nada seria senão um produto secundário da autorreferência produzida” (GUMBRECHT, 1998, p. 144) – próximo a como todo discurso é um discurso sobre as condições discursivas do canal (Kittler) –, Gumbrecht nota que todo sistema pressupõe algo que lhe é exterior, mas sobre o qual é incapaz de tematizar por fugir dos parâmetros sistêmicos que possibilitam qualquer compreensão. Logo, observa Gumbrecht, todo sentido deve ser o produto da própria *materialidade* em que é produzido.

A partir da organização de cinco colóquios em Dubrovnik, Croácia (então Iugoslávia), ao longo da década de 1980, cujo dois últimos serão coletados em inglês no livro *Materialities of Communication* (GUMBRECHT, PFEIFFER, 1994), Gumbrecht irá propor três conceitos-chaves para os Estudos de Mídia: *exterioridade*, *medialidade* e *corporalidade*.

Exterioridade se refere ao nível material que antecede a qualquer articulação de sentido e, sem o qual, nenhum sentido se concretizaria. Medialidade implica o meio através do qual o nível material é processado como parte de uma estrutura de construção de sentido. Por fim, corporalidade supõe um deslocamento sutil, embora decisivo, da centralidade do sujeito, modernamente visto como fonte de ações conscientes, para a centralidade do corpo, visto, numa época pós-hermenêutica, como metonímia da contingência (CASTRO ROCHA, 1998, p. 20-21).

Exterioridade supõe que as tecnologias de comunicação não são instrumentos usados por sujeitos para a produção de sentido, mas o próprio horizonte capaz de gerar o sentido. Por consequência, os objetos materiais são manifestações inconscientes dessas “redes discursivas”: as escolhas estéticas, os assuntos e discursos, até as falhas técnicas, são lidas como expressões dessa exterioridade. Como David Wellbery (1990, p. xx, tradução nossa) nota em relação a Kittler, o princípio da exterioridade faz com que “O objeto de estudo, portanto, não seja aquilo que é dito, mas o fato brutal de que é dito, de que é isto que está inscrito e não qualquer outra coisa”.

À primeira vista, parece não haver muito de novidade em relação à sociologia da literatura; mas o ineditismo está no tipo de leitura “diferencial” que a abordagem supõe, sobretudo por que, novamente, ela se ancora em uma compreensão bastante particular de elementos dispersos na rede discursiva germânica: a distinção entre fundo e figura (TELLES, 2017). Na Teoria da Gestalt, o “fundo” é uma “massa de elementos reunidos de modo disperso, sem nenhuma configuração fixa, mas que adquire uma forma rígida tão logo alguma força se aplique sobre [ele]” (BASTOS, 2012, p. 57). Como ele não possui nenhuma qualidade específica, se apresentaria como um excelente portador das figuras, entendidas como o recorte, o agenciamento provisório desses elementos heterogêneos.

Como demonstra Bastos (2012), o conceito de mídia na tradição germânica pós-Aristóteles é dividido em duas grandes categorias: as suas formas materiais, por um lado, e o *medium* ou meio propriamente dito, de outro, que só pode ser acessado de forma enviesada a partir da descrição cuidadosa da materialidade manifestada. A mídia é definida por sua medialidade – a sua posição como terceiro mediador em um sistema dual articulado entre *medium* e materialidade. A materialidade é a forma de expressão do *medium* – a sua “entidade não discursiva” (ERNST, 2018, p. 44) –, mas não pode ser reduzida jamais à sua medialidade. Justamente, qualquer materialidade está, enquanto exterioridade, sempre em risco de se tornar obsoleta como expressão da rede que a articula. A proposta metodológica de Gumbrecht é, então, ler pelas fissuras: as falhas técnicas, as gafes, os erros, as manifestações brutais e aparentemente sem sentido são os momentos de desvelo onde o significado ficaria em suspenso e seríamos apresentados ao *médium* em toda sua estranheza, aos limites possíveis daquilo que pode ser enunciável.

Nessa construção, a *medialidade* é uma função que estrutura a mídia a partir da distinção entre o significado e tudo aquilo que é excluído como ruído. Ruído se tornaria, assim, a própria condição de possibilidade do sentido. Ao mesmo tempo, essa função é extremamente frágil: tal como o vento desfaz a pegada na areia, não há garantias de que *médium* e materialidade vão prosseguir ressoando mutuamente. Como na exterioridade, o importante para a medialidade é sua relação com o *medium*. O *medium* se expressa apenas nas fissuras e, por isso mesmo, pensam tanto Gumbrecht quanto Kittler, as materialidades, vinculadas à medialidade, são o mais próximo que podemos chegar do *medium*.

Kittler pensa o *medium* como uma intromissão do Real, o ruído na gravação sonora que insistentemente se declara presente na forma material. Gumbrecht, porém, parece percebê-lo como uma “zona” ou estado que prescinde de significação, o que o leva a teorizar formas comunicacionais afetivas. Seus trabalhos são repletos de exemplos de experiências nessa zona específica: das estéticas provocadas por obras de artes, passando por êxtases religiosos até jogadas esportivas. Se o *medium* pode ser pensado como uma massa de elementos heterogêneos dispersos e sem configuração fixa, Gumbrecht permite compreendê-lo como um movimento de dissolução de diferenças entre sentido e não-sentido, significado e significante, tempo e espaço, humano e não-humano. Usando o exemplo de um atleta e da expressão esportiva “*in the zone*” (entrar na zona), ele observa que

Assim que entra na zona, ele [o atleta] já não percebe o quão rápido está correndo. Não se sente pressionado. Movimentos que pareciam difíceis antes de ele estar ‘na zona’ tornam-se fáceis, silenciosos e naturais. Paradoxalmente, é a retirada da pressão temporal que permite um bom *timing* – para encontrar o momento certo que corresponda a cada movimento do corpo num determinado contexto espacial (GUMBRECHT, 2007, p. 139).

É na “zona” que, por um brevíssimo momento, há um relance desse médium como um conjunto heterogêneo de elementos que não possuem diferenciação entre si, mas que é ele mesmo, para ser apreendido, revelado em *outra* forma. Obviamente, esse tipo de ocasião tem ares de epifania, e não é exagero que Gumbrecht possa ser acusado de certo misticismo tardio. Todavia, se há uma dissolução entre figura e fundo na “zona”, é porque ela lembra a impossibilidade de qualquer existência sem a distinção primordial entre fundo e figura, *medium* e materialidade.

O último princípio que apresenta Gumbrecht, *corporalidade*, destrona a noção de agência como central ao ser humano. “O corpo não é mais essencialmente um agente ou

ator... [Ele] Deve encontrar outros corpos e resistências. Desse modo, a cultura pode ser resumida na ideia de um regime pelo qual os corpos têm de passar” (WELLBERY, 1990, p. xv, tradução nossa). E o único lugar pelo qual eles *podem* passar é pela mídia. Essa perspectiva, que Gumbrecht compartilha com Kittler, permite uma nova maneira de olhar para a materialidade do corpo como parte de redes que se estendem ao trabalho, ao exército e, sobretudo, à maneira em como somos treinados para usar e interagir com as tecnologias de mídia.

Esses três princípios apontam para o interesse dos Estudos de Mídia alemães na possibilidade não-verbal da produção de sentido. É necessário, mais uma vez, um exame cuidadoso das materialidades da comunicação. Gumbrecht (2007 e 2010, respectivamente) está ciente disso quando tenta propor o fascínio (no caso dos esportes) e a experiência estética (no caso das artes) como categorias de análise. Por exemplo, em um dos textos mais citados dos Estudos de Mídia alemães, “*Software* não existe”, Kittler (2017, p. 373-392) enfatiza que, para cada ato de escritura da programação (*software*), o *hardware* sempre especificará como será sua manifestação material. Não é apenas uma oposição entre os códigos/as linguagens e a matéria bruta, o que refaria a distinção que Gumbrecht tentara desfazer. O que Kittler está demonstrando é a impossibilidade de tematizar o *software* sem levar em consideração o *hardware* como uma materialidade de inscrição que, por sua vez, é condicionante das operações de linguagem. Aqui, a distinção entre figura e fundo se articula medialmente, onde o *hardware* é o fundo do *software* mas, invertido o ponto de vista, o *software* é o fundo do *hardware*. A medialidade do computador é indissociável desse ato de distinção.

Logo, para Kittler e Gumbrecht, a compreensão de como uma mídia constitui sentido/significado e constrói mundos exige, necessariamente, o conhecimento detalhado de materialidade, o que muitas vezes quer dizer: de suas operações técnicas. Wolfgang Ernst afirma que a análise das materialidades da comunicação dá “acesso à dimensão material (o mundo físico) de um momento cultural” (ERNST, 2018, p. 30). A manifestação mais ousada deste pensamento é a proposta de uma geologia da mídia de Parikka (2015), na qual a história das mídias se liga com a história do Universo; afinal, há sempre *mais uma* materialidade a ser considerada. Chegar-se-ia à materialidade *mise en abyme*.

Conclusão

Apresentamos recortes das obras de Kittler e Gumbrecht que lidam com idéias sobre mídia, mesmo sem articulá-la em um conceito arredondado e normativo. O objetivo foi demonstrar que essa falta de uma definição ontológica sobre *o que é* uma mídia não inibe o pensamento crítico sobre as mídias; ao contrário, no caso de ambos, permitiu-lhes construir o que foi nomeado de Estudos de Mídias, na Alemanha, parte da Teoria Alemã das Mídias, no estrangeiro.

No caso de Kittler e Gumbrecht, *mídia* é um termo cujo significado é emprestado do senso comum germânico – mídia como algo que se interpõe entre o sentido e o sensível – advindo da recepção alemã de Aristóteles, como bem demonstram Bastos (2012) e Seitter (2015). Nesse sentido, Kittler e Gumbrecht também seriam o resultado de sua “rede discursiva” (KITTLER, 1990). Aqui estamos concordando com Raymond Williams (2015), para quem existiriam relações entre o vocabulário empregado por grupos específicos e a conceptualização de seus mundos, expressos sobretudo em palavras-chave que servem para organizar o pensamento – neste caso, *mídia*.

Como observa Durant (2006, p. 3-4, traduções nossas) ao comentar o trabalho de William, as palavras-chave são “são palavras carregadas de importância para um domínio particular” e que “evocam acesso privilegiado a algo”. É por isso que Kittler e Gumbrecht podem prescindir de uma definição ontológica de mídia e, ao mesmo tempo, compreender-se mutuamente e erigir uma escola de pensamento com traços comuns. Ao mesmo tempo, coloca uma dificuldade extra ao leitor estrangeiro: o que o brasileiro entende por mídia não é a mesma coisa escrita pelo alemão. Seus mundos semânticos estão distantes.

Evidentemente, só se pode ir até um patamar sem um conceito desenhado e reflexivo de mídia. Os Estudos de Mídia na Alemanha parecem tê-lo atingido ainda nos anos 1990, com maior reverberação na presente década. Como diagnostica Winthrop-Young (2018), atualmente os Estudos de Mídia passam por uma “crise de meia idade” na Alemanha, em que sinais de confusão e questionamento de seus pressupostos teóricos estão espalhados. Como indaga-se Claus Pias recentemente: “*Was waren Medien?*” (“O que eram/estavam mídia” – PIAS, 2011a) e, mais significativamente, “*Was waren Medien-wissenschaften?*” (“O que são Estudos de Mídia?” - PIAS, 2011b). A solução para a crise tem sido a linha de raciocínio aberta aos primeiros sinais de

problema nos anos 1990, quando pensadores como Sybille Krämer, Dieter Mersch e Joseph Vogl começaram a defender uma *Medienphilosophie*, filosofia dos media, que levasse o questionamento de “o que é” uma mídia a fundo. Nessa nova fase, então, teríamos a passagem do termo ao conceito.

Referências bibliográficas

BASTOS, M. T. Medium, media, mediação e midiatização. In: M.A. MATTOS; J.S. JANOTTI Jr.; N. JACKS (orgs.), **Mediação & Midiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 53-78.

CASTRO ROCHA, J. C.. A Materialidade da Teoria. In: GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Corpo e forma: ensaios para uma crítica não-hermenêutica**. Org.: João Cezar de Castro Rocha. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1998, p. 7-22.

DURANT, A. Raymond Williams’s Keywords: investigating meanings ‘offered, felt for, tested, confirmed, asserted, qualified, changed’. **Critical Quarterly**, vol. 48, no. 4, inverno 2006.

ELSAESSER, T. **Cinema como Arqueologia das Mídias**. Trad. Carlos Szlak, São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2018.

ERNST, W. **Arqueografia da mídia: método e maquina versus história e narrativa da mídia**. In: BASTOS, Marcus; ALY, Natália. **Audiovisual experimental: Arqueologias, diálogos, desdobramentos**. São Paulo: Pontocom, 2018, p. 23-50.

FEIGELFELD, P. "Kittler is a Liar!" **Metaphora**. *Journal for Literary Theory and Media*. EV1: Was waren Aufschreibesysteme? Ed. Arndt Niebisch e Martina Süess. 2015. Acessado em 20 de novembro de 2018. Disponível em: <<http://metaphora.univie.ac.at/volume1-feigelfeld-eng.pdf>>

FELINTO, Erick. Materialidades da Comunicação: Por um Novo Lugar da Matéria na Teoria da Comunicação. **Ciberlegenda**, n. 5, Rio de Janeiro, RJ: 2001.

GEISLER, M. From Building Blocks to Radical Construction: West German Media Theory since 1984. **New German Critique**, n. 78, p. 75-107, 1999.

GUMBRECHT, H. U. **Corpo e forma: ensaios para uma crítica não-hermenêutica**. Org.: João Cezar de Castro Rocha. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1998.

_____.; PFEIFFER, K. Ludwig. **Materialities of Communication**. Stanford, EUA: Stanford University Press, 1994.

_____. **Elogio da Beleza Atlética**. Trad. Fernanda Ravagnani. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

_____. **Produção de presença: o que o sentido não consegue transmitir**. Rio de Janeiro: Ed. Contraponto, 2010.

HERZOGENRATH, B. Media|Matter: an introduction. In: HERZOGENRATH, B.(Org.) **media|matter: the materiality of media|matter as medium**. Nova Iorque: Bloomsbury Academic, 2015, p. 1-18.

HORN, E. Editor's Introduction: "There Are No Media". **Grey Room**, n. 29, p. 7-13, 2007.

KAFKA, F. **Um médico rural: pequenas narrativas**. Trad.: Modesto Carone. 3ª edição. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

- KITTLER, F. _____. **Discourse Networks: 1800-1900**. Stanford, EUA: Stanford University Press, 1990.
- _____. **Literature, Media, Information Systems**. Nova Iorque: Routledge, 1997.
- _____. **Gramophone, Film, Typewriter**. Stanford, EUA: Stanford University Press, 1999.
- _____. Unpublished Preface to **Discourse Networks**. **Grey Room**, n. 63, p. 91-107, 2016b.
- _____. **A verdade do Mundo Técnico: ensaios sobre a genealogia da atualidade**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2017.
- KRÄMER, S. The cultural techniques of time axis manipulation: on Friedrich Kittler's conception of media. **Theory, Culture & Society**, v. 23, n. 7-8, p. 93-109, 2006.
- LOGAN, R. K. Figura/Fundo: Decifrar o Código McLuhan. **E-Compós**, v. 14, n. 3, p. 1-13, set./dez. 2011.
- LOVINK, G. Media Studies: Diagnostics of a Failed Merger. In: LOVINK, Geert. **Networks without cause: a critique of social media**. Cambridge, Reino Unido e Malden, Massachussets, Estados Unidos: Polity, 2011, p. 76-94.
- PARIKKA, J. **What is media archeology?** Cambridge, EUA: Polity Press, 2012.
- _____. **A Geology of Media**. Minneapolis, EUA: University of Minnesota Press, 2015
- PIAS, C. (Org.) **Was Waren Medien?** Zurique: diaphanes, 2011a.
- _____. Was waren Medien-Wissenschaften? Stichworte zu einer Standortbestimmung. In: PIAS, C. (Org.) **Was Waren Medien?** Zurique: diaphanes, 2011b, p. 7-30.
- POSTMAN, N. **Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business**. Londres: Penguin Books, 1985.
- SEITTER, W. [Meta]physics of Media. In: HERZOGENRATH, B. (Org.) **media|matter: the materiality of media|matter as medium**. Nova Iorque: Bloomsbury Academic, 2015, p. 19-27.
- SPRENGER, F. Academic Networks 1982/2016: the provocations of a reading. **Grey Room**, n. 63, p. 70-89, 2016.
- TELLES, M. Medium/forma nas teorias alemãs das mídias: exterioridade, a priori tecnológico-medial, corporalidade, presença e Kulturtechnik. **Verso e Reverso**, v. 31, p. 173-181, 2017.
- VOGL, Joseph. Becoming-media: Galileo's Telescope. **Grey Room**, n. 29, p. 14–25, 2007.
- WELLBERY, David E. Foreword to **Discourse Networks: 1800-1900**. In: KITTLER, Friedrich A. **Discourse Networks: 1800-1900**. Stanford, California: Stanford University Press, 1990.
- WILLIAMS, Raymond. **Keywords: A Vocabulary of Culture and Society**. Oxford: Oxford University Press, 2015.
- WINTHROP-YOUNG, G. Cultural Techniques: Preliminary Remarks. **Theory, Culture & Society**, v. 30, n. 6, p. 3-19, 2013.
- _____. Recursive Innovation. In: CHAMPLIN, Jeffrey; PFANNKUCHEN (Orgs.). **The Technological Introject: Friedrich Kittler between implementation and the incalculable**. Nova Iorque: Fordham University Press, 2018, p. 193-208.