

---

## Uma breve introdução aos Estudos de Mídia alemães<sup>1</sup>

Marcio TELLES<sup>2</sup>  
Universidade Federal da Paraíba  
Faculdade Cásper Líbero

### Resumo

O objetivo do artigo é apresentar, de forma didática, um panorama sobre os Estudos de Mídia (*Medienwissenschaft*) alemães. Para tanto, reconta o contexto em que estes estudos surgiram na academia alemã na década de 1970, apontando que estas origens são importantes para compreender alguns dos desenvolvimentos teóricos da abordagem. Na segunda parte do texto, tenta-se elaborar um “programa de pesquisa” em comum de vários autores identificados com a abordagem, a partir do pensamento epistemológico de Lakatos (1989). Ao fim, tenta-se demonstrar a utilidade dos Estudos de Mídia para os objetos estudados na área de Comunicação no Brasil.

### Palavras-chave

Estudos de Mídia; Teoria Alemã das Mídias; Epistemologia da Comunicação

### Introdução

Embora a pesquisa em mídia e comunicação na Alemanha tenha longa tradição acadêmica, precedendo até mesmo a “fundação” da Comunicação enquanto ciência nos Estados Unidos (RÜDIGER, 2012), aquilo que se conhece como “Estudos de Mídia” alemães é uma corrente teórico-metodológica surgida em meados de 1980 em duas “escolas”: Constança e Berlim, identificadas respectivamente com Hans Ulrich Gumbrecht e Friedrich Adolph Kittler. É esta corrente que recebe o rótulo de *Medienwissenschaft(en)*, na Alemanha, e de *German Media Theory* no mundo anglófono. Sua característica central é o foco nas materialidades de mídia como ponto de entrada para a investigação sociocultural, aproximando-se à abordagem desenvolvida no Canadá por Harold A. Innis, Marshall McLuhan e outros (GEISLER, 1999; RÜDIGER, 2012; PIAS, 2016). Autores como Thomas Elsaesser, Siegfried Zielinski, Cornelia Vismann, Sybil Krämer, Claus Pias, Joseph Vogl, Bernhard Siegert, dentre muitos outros, levaram

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professor Colaborador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB e pós-doutorando na Faculdade Cásper Líbero. Doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

---

a abordagem a caminhos distintos em relação ao que é praticado enquanto uma “teoria dos meios” no resto do mundo.

Para a perspectiva adotada pelos Estudos de Mídia alemães, tudo o que os meios armazenam e medeiam é armazenado e mediado sob condições criadas por eles próprio. Isto quer dizer que todo conhecimento obtido a partir das mídias – seja uma imagem do céu noturno sob um telescópio ou uma notícia política através da televisão – é, primeiro e antes de tudo, sempre um conhecimento sobre a própria mídia: o que ela pode fazer, dizer, mostrar, dar a conhecer. As mídias colocariam as condições tanto de sua própria existência quanto daquilo que é/pode ser experienciado – inclusive comunicado – através e a partir delas. Como sintetiza muito bem Joseph Vogl (2007, tradução nossa), “tudo que sabemos, aprendemos e sabemos a partir dos meios”. Por esse viés, tanto o humano, quanto aquilo a que chamamos de “realidade”, são produtos das mídias e não existem antes delas. Esta posição, bastante ousada, modifica nosso entendimento sobre uma “construção mediada da realidade” (COULDRY; HEPP, 2020). Por outro lado, oferece o esquema para uma história “midiológica” da humanidade, já que não existiria história humana anterior ao seu engajamento com as mídias – toda a história da humanidade é, por este viés, uma história dos meios de comunicação (FLUSSER, 2014; KITTLER, 2006).

No Brasil, os Estudos de Mídia alemães têm inspirado cada vez mais trabalhos na área da Comunicação. Se os termos relacionados à “teoria alemã das mídias” (às vezes também no plural) encontram ainda pouquíssimos resultados no Google Scholar<sup>3</sup>, quase todos nossos (TELLES, 2017, 2019a, 2019b, 2019c, 2020a, 2020b), partes relevantes da teoria são disseminadas na área, ainda que de forma desordenada e sem dar a ver o todo. Por exemplo, o termo “materialidades da comunicação”, pelo qual se identifica boa parte da abordagem, retorna 674 resultados de artigos em português na mesma plataforma. Já “Arqueologia das Mídias”, outra sinédoque, tem 290 documentos com o termo “arqueologia *da mídia*” e 177 com “arqueologia *das mídias*”.

A redescoberta<sup>4</sup> de Friedrich Kittler, autor símbolo dos Estudos de Mídia alemães, também tem resultado em uma interessante leva de artigos que tentam adaptar a abordagem do autor para mídias locais, como o jornalismo da *belle époque* carioca,

---

<sup>3</sup> Pesquisas realizadas no dia 18 de novembro de 2020.

<sup>4</sup> Sem esquecer que Ciro Marcondes Filho foi um dos primeiros brasileiros a citarem os trabalhos de Kittler no país (MARCONDES FILHO, 2007, 2011, p. 239-265).

---

fonógrafos, médiums espíritas, pilhas, dispositivos de memória etc. Como se observa, todas estas investigações são muito recentes, em paralelo às traduções dos trabalhos do alemão que lentamente ganham as prateleiras brasileiras (KITTLER, 2016, 2017, 2019).

Frente ao interesse crescente dos pesquisadores brasileiros pela teoria alemã das mídias (embora ainda travestida de “materialidades da comunicação” ou “arqueologia das mídias”), urge a necessidade de uma sistematização dessa escola de pensamento. Este texto introdutório é parte de um esforço mais amplo para o qual temos nos dedicado em um projeto de pós-doutoramento, com supervisão do professor Luís Mauro Sá Martino. No resto deste artigo, tentaremos sistematizar os contornos gerais da abordagem. A ideia é que o texto seja autossuficiente para introduzir aqueles interessados na perspectiva “germânica” dos Estudos de Meio e, assim, despertá-los a perseguir seus objetos de pesquisa por essa perspectiva. Na primeira parte, iremos retomar um pouco da história dos Estudos de Mídia na Alemanha, apenas para situar o leitor. A seguir, usando dos escritos sobre epistemologia de Imre Lakatos, procuraremos descrever o que se pode antever como um programa de pesquisa em comum a vários dos autores que se identificam com a abordagem dos Estudos de Mídia alemães.

### **História dos Estudos de Mídia na Alemanha**

Inúmeros trabalhos historiográficos a respeito dos estudos em comunicação na Alemanha registram tradições significativas para a constituição da área desde o início do século XX, com especial atenção para a primeira metade do século. Ainda assim, as abordagens predecessoras à *Medienwissenschaft* são marcadas pela análise focada na interpretação de mensagens, como bem nota Rüdiger (2012). A primeira escola antecessora é os *Zeitungenwissenschaften*, estabelecidos durante a Primeira Guerra a fim de ensinar aos jornalistas como fazer parte da esfera pública. O ímpeto pela criação das “Ciências do Jornalismo” veio do campo profissional, não intelectual (WIEDEMANN, 2016), e a disciplina esteve amplamente focada na educação de novos jornalistas. A partir de 1933, com a ascensão do governo nacional-socialista, a área ganhou destaque dentro do Ministério de Propaganda (SIMONSON; PETERS, 2008), e os *Zeitungenwissenschaften* alcançaram a fama entre as disciplinas sociais na Alemanha. Como consequência, muitos dos pesquisadores deste período se alinharam ao regime nazista, o que os impediu de continuar exercendo a docência no pós-guerra (MEYEN; LÖBLICH, 2006).

---

O outro antecessor dos Estudos de Mídia foi a Publicística (*Publizistikwissenschaft*), espécie de reinvenção das desacreditadas “Ciências do Jornalismo” após a Segunda Guerra, agora adotando novos objetos de pesquisa (todos os fenômenos de publicização de opiniões), com perspectiva social (sobretudo humanísticas) e preocupada com aplicações práticas (WIEDEMANN, 2016; RÜDIGER, 2019). Todavia, a saúde da disciplina sempre foi claudicante. Nos anos 1960, a Publicística entrou em guerra fratricida entre aqueles que almejavam mantê-la enquanto uma ciência hermenêutica, mais ligada às Humanidades, e aqueles que desejavam direcioná-la às abordagens empíricas de opinião pública herdadas do funcionalismo norte-americano (como Elizabeth Noelle-Neumann; cf. LÖBLICH, 2007; RÜDIGER, 2019). Com inspiração nas pesquisas norte-americanas, voltando-se a problemas práticos e pontuais da Comunicação Social, a disciplina foi refundada uma terceira vez, desta vez com o nome que detém até hoje na Alemanha, *Kommunikationwissenschaft*, “Ciência da Comunicação”.

Esse é o contexto de surgimento dos Estudos de Mídia na Alemanha durante os primeiros anos da década de 1970, não nos departamentos de Ciências Sociais (onde até então estiveram alocados as Ciências do Jornalismo, a Publicística e a Comunicação), mas nos departamentos das Humanidades – na Literatura, nas Artes Visuais, no Teatro. O termo *Medienwissenschaften* (Estudos de Mídia) foi cunhado em 1972 por Friedrich Knilli (1930-) e visava distinguir seu campo de estudo tanto da *Publizistik* quanto da *Kommunikationswissenschaft* ao retirar o foco tanto do empirismo sociológico das pesquisas em opinião pública, quanto do pragmatismo vocacional das pesquisas em comunicação. Knilli queria prestar a atenção menos na análise das mensagens e em seu contexto e mais nos próprios meios e o que eles possibilitavam ou não fazer.

Herdeira, por um lado, da Estética da Recepção (*Rezeptionästhetik*) e, por outro, do pós-estruturalismo francês (WINTHROP-YOUNG, 2011) – sobretudo Foucault, Derrida e Lacan –, os Estudos de Mídia alemães apontam para uma virada no pensamento social germânico em direção à “medialidade” [*Medialität*] (FELINTO; MÜLLER, 2008). Entendida como as características dos meios que constroem as possibilidades de comunicação através de cada canal, o foco na medialidade fez com que vários germanistas e filólogos, formados em Letras e Literatura, se aproximassem da área da Comunicação (MÜLLER, 2009). Hoje, duas gerações mais tarde (PIAS, 2016), os Estudos de Mídia desenvolveram-se em direções variadas, sempre mantendo o foco nos meios.

---

Os dois principais autores que dão o estofamento necessário para os Estudos de Mídia se desenvolverem enquanto uma abordagem bem delimitada são Hans-Ulrich Gumbrecht, na Universidade de Constança, e Friedrich Kittler, na Universidade Humboldt, de Berlim. Para Gumbrecht, um especialista em literatura medieval e em estudos de recepção, existira uma mudança fundamental na passagem da leitura em voz alta para a solitária e interna. Essa mudança não foi apenas de sentido, mas de forma: a leitura solitária e sem voz, em que as palavras ressoavam apenas “na mente” do leitor, permitiu a construção de textos e ideias mais complexas e menos rimadas. Essas relações, que já haviam sido notadas por vários historiadores da leitura, só são possíveis porque o meio físico da literatura se modificou: os códices (nossos livros) se tornaram mais baratos, mais populares e mais disseminados. Ou seja, muda a materialidade da comunicação, muda a comunicação – e com o tempo, o todo da sociedade. Esse é o diagnóstico feito por Friedrich Kittler quando analisa três outros meios de comunicação “elétricos”: o gramofone, o cinema e a máquina de escrever. Como ele sintetiza naquela que talvez seja a frase mais conhecida dos Estudos de Mídia alemães: “As mídias determinam nossa situação, a qual (apesar ou por causa disso) merece uma descrição” (KITTLER, 2019, p. 17).

É porque as mídias constroem e delimitam o que pode ser mediado a partir e através delas, e mais ainda por que isto impacta a maneira como compreendemos a nós mesmos e à realidade, é que precisamos dedicar especial atenção a elas. Por isso mesmo, grande parte da atenção que os teóricos alemães dedicarão às mídias será para entender de que elas são feitas e o que elas podem ou não fazer. Por vezes, essa obsessão parecerá muito próxima da engenharia (como nos trabalhos de Wolfgang Ernst); outros, da geologia (como no livro *A Geology of Media*, de Jussi Parikka – que, aliás, não é alemão, mas fez boa parte de sua formação no país e hoje é um dos principais divulgadores da abordagem). No geral, essa tendência a pensar os limites *materiais* dos meios de comunicação é conhecida pelo conceito de “*materialidade da comunicação*”, ou seja, a percepção bastante evidente de que “todo ato de comunicação exige a presença de um suporte material para efetivar-se” (FELINTO, 2001, p. 3).

Para o teórico alemão Hans-Ulrich Gumbrecht, um dos proponentes do termo “materialidade da comunicação”, o importante é atentar que a materialidade da comunicação – a superfície – também comunica, “produz sentidos” que precisam ser considerados na hora de uma interpretação. Histórias em quadrinhos preto-e-branco

---

produzem sentidos variados, isto é, são experimentadas de maneira diferente que as histórias em quadrinhos coloridas? De um ponto de vista estritamente materialista, a técnica de impressão em quatro cores pode ter sido essencial para o desenvolvimento estético dos quadrinhos de super-heróis com seus uniformes coloridos, mas era um limite técnico da própria tecnologia que não faz mais sentido hoje em dia, quando colorização, impressão e mesmo a distribuição são digitais.

Logo, a materialidade não é apenas um suporte, mas parte ativa dos processos comunicativos. Não nos comunicamos *através* dos meios de comunicação, mas *com* eles. Paradoxalmente, a materialidade da comunicação tende a se tornar invisível conforme a utilizamos. Um “pixel morto” na sua tela de televisão chama sua atenção para a existência da tela, impedindo que você se “perca” dentro do seriado ou do filme que está assistindo. A mesma coisa quando a conexão do Wi-Fi falha. Como as infraestruturas, nossos meios de comunicação só se tornam visíveis quando se quebram (LEIGH STAR; RUHLER, 1996).

A abordagem materialista desenvolve perspectivas que questionam alguns dos pressupostos da área. Por exemplo, para Wolfgang Ernst (2017), o passado nas e das mídias jamais pode ser re-produzido, pois a mediação sempre ocorre no presente. Por mais que se usemos tecnologias de mídia passadas ou produtos midiáticos antigos, o processo medial está ligado intrinsecamente ao momento de sua mediação – o agora.

Essa questão temporal desperta uma compreensão altamente histórica dos processos mediais. A *medialidade* de dado “sistema de inscrição” (*Aufschreibesysteme*) é o conjunto de mídias que compõem o que pode ser comunicado – “armazenado, processado e transmitido” – em um determinado tempo e local. Por isso mesmo, todo o estudo a respeito dos meios de comunicação precisa delimitar seu tempo e espaço de análise. A tentativa é devolver um dado objeto midiático ao seu passado e à sua medialidade, pois são eles (tanto tecnologias, mas também produtos como filmes etc.) resquícios e evidências que precisam ser compreendidos na articulação entre passado e presente.

Estes contornos gerais – a materialidade, a medialidade e a inclinação histórica de um dado sistema de inscrição serão retomados no subcapítulo a seguir. Agora, vamos meditar sobre uma questão muito importante: existe, de fato, uma teoria *alemã* sobre os meios de comunicação? É verdade que muitos dos autores que poderiam ser incluídos naquilo que estamos ora caracterizando por *Estudos de Mídia alemães* negariam a

existência de uma “tradição alemã” particular sobre as teorias de mídia, pressupondo participarem de um diálogo universal (vide PIAS, 2016). Logo, uma “teoria alemã” de Estudos de Mídia pode não existir na Alemanha (como defende com mais ênfase SPRENGER, 2016), mas ela existe nos Estados Unidos, na Inglaterra e no Brasil, como algo mais ou menos reconhecido e reconhecível, em torno de um rol de autores mais ou menos comum, com elementos suficientes para que se possa considerá-la um “colégio invisível” (SOLLA PRICE; BEAVER, 1966), já que sabemos o tipo de análise que será empregada quando nos deparamos com uma proposta que se anuncia a partir deste conjunto de teóricos.

Nesse sentido, o termo também é uma construção a partir de um olhar exterior. Da mesma maneira que a produção de alguns *outsiders* canadenses tornou-se uma “Escola de Toronto” e sinônimo de uma abordagem teórica<sup>5</sup> supostamente aglutinada por fronteiras nacionais (WINTHROP-YOUNG, 2011), os Estudos de Mídia alemães e, com mais frequência, a “Teoria Alemã da Mídia” (*German Media Theory*) são construídos dos revisores e tradutores anglófonos, o que, para alguns autores alemães, desfiguraria propostas teóricas distintas (GEOGHEGAN, 2013; SPRENGER, 2016). Ainda assim, a sensação de que está se tratando de algo comum é o que motiva as tentativas de sistematização da abordagem, como Horn (2007), Vogl (2007), Müller (2009) e Parikka (2012). Estas sistematizações tendem a descrever a abordagem dos Estudos de Mídia através do conceito de mídia (Horn e Vogl), na relação entre estes estudos e outras vertentes relacionadas, como os Estudos Culturais britânicos e a Estética da Recepção germânica (Müller), ou ainda a partir de um recorte destes estudos (Parikka). Todavia, acreditamos que seja possível desenhar um programa de pesquisas comum a partir destas contribuições dispersas. É o que tentaremos na próxima seção.

### **Um programa para estudar as mídias**

Inspirado no pensamento epistemológico de Imre Lakatos, tentaremos a seguir identificar o “programa de pesquisa” dos autores germânicos desde os anos 1980, década em que Gumbrecht e Kittler “refundam” a *Medienwissenschaft*. Tal programa desenvolve-se em um “núcleo duro” e algumas “teses auxiliares”. A coordenação deste aparato nos permite excluir alguns autores contemporâneos e conterrâneos e incluir

---

<sup>5</sup> Sobre a elaboração de um sistema teórico a partir destes autores, algo que não é dado *a priori*, ver BARBOSA, 2014. Este trabalho inspira a empreitada de escrutinar os autores alemães.

---

outros, de nacionalidades diferentes, mas cujo trabalho ajuda a avançar este programa de pesquisa (como o caso do finlandês Jussi Parikka).

Para Lakatos (1989, p. 65 e seguintes), um programa de pesquisa é composto por dois conceitos: a heurística negativa e a heurística positiva. A heurística negativa é o núcleo firme e irreduzível de suposições básicas e compartilhadas que não podem ser questionadas e, por isso mesmo, atuam como axiomas. Ao redor deste núcleo duro, estão as hipóteses auxiliares (a heurística positiva), que apoiam ou decorrem do núcleo duro e apontam para os métodos de análise e de observação. O núcleo duro é uma hipótese teórica geral que serve de base do programa e guia o desenvolvimento do problema e de sua análise.

No caso dos Estudos de Mídia alemães, o núcleo duro da abordagem é a suposição de que a análise técnica da materialidade da mídia confere elementos para observar o todo da sociedade. É esse núcleo que articula os três elementos que são as áreas de atuação dos Estudos de Mídia: a epistemologia (como se pode saber sobre algo), a ontologia (as propriedades desse algo) e a história. Para compreender bem esse ponto, é necessário retomar a um dos antecessores destes estudos, Walter Benjamin. Em seu ensaio “A obra de arte na época da possibilidade de sua reprodução técnica”, Benjamin (1940/2017) defende que o desenvolvimento da superestrutura social pode ser predito caso se observem as estruturas dos atuais meios de produção. Essa é uma perspectiva reconhecidamente marxista – a relação entre superestrutura e infraestrutura. Colocada na linguagem de Kittler (2017, p. 373-392), o *software* social é reconhecido como o efeito do *hardware* tecnológico e econômico. Por causa dessa identificação, Marx e Engels poderiam prever o que iria acontecer no nível do *software* assim que identificassem algumas mudanças no nível da infraestrutura.

Vejamos como Benjamin refaz essa correlação em seu estudo clássico. Para ele, a arte tradicional torna-se obsoleta com os novos meios, que teriam aniquilado o trabalho original e único (aurático), criado por um único indivíduo (burguês) autor. Com as mídias técnicas, não faz mais sentido ficar procurando por um original. Na fotografia e no cinema, por exemplo, várias cópias positivas podem ser feitas do mesmo negativo. Mais do que isso, na produção de um filme, quem é de fato o “autor”? O diretor? O roteirista? O câmera *man*? Os atores? É só com um grande esforço teórico – francês, diga-se de passagem – que conseguimos chegar a uma construção que reconhece o diretor como o



responsável por uma obra cinematográfica. Mas não há nada interno à materialidade do cinema que aponte necessariamente nesta direção. O cinema é uma arte coletiva.

Para Benjamin, as novas tecnologias e suas condições de comunicação libertariam as massas de seu estado contemplatório em relação às artes. Tal liberação no plano das artes (superestrutura) deveria ou poderia resultar em uma revolução também no plano das relações econômicas. A revolução social é uma consequência necessária da revolução tecnológica. Nesse tipo de análise, os significados ou o conteúdo da mensagem não são realmente importantes: “apenas o lado técnico e formal deve ser hábil em treinar a expertise dos ouvintes e fazê-los superar a barbárie”, Benjamin (1991, p. 1507, tradução nossa) escreve em relação a outra tecnologia da época, o rádio.

Benjamin estabelece a proposta que será seguida pelos autores posteriores: é a relação entre condições técnicas, coletivos humanos e seus modos de percepção – ou seja, as mídias – o que *determina* a história (WERBER, 2003). Assim como Marx e Engels precisam mergulhar na ideologia da superestrutura até encontrar o que se esconde abaixo – a infraestrutura técnica e econômica –, um teórico alemão das mídias precisaria ignorar o sensualismo dos sons, das imagens e da semântica (tudo que é *Sinn*, sentido) para encontrar o “real”: a materialidade da comunicação (cf. GUMBRECHT, 2010).

O prefácio do recém-publicado em português *Gramofone, Filme, Typewriter* de Friedrich Kittler (1985/2019) é o que demonstra de forma mais sucinta esse núcleo duro. Em uma passagem bastante significativa, Kittler ataca McLuhan, acusando-o de que, apesar do título de seu livro mais famoso – *Understanding Media* – “compreender as mídias... permanece impossível” (KITTLER, 2019, p. 19), pois

[...] o que conta não é a mensagem ou o conteúdo com que as tecnologias de comunicação literalmente equipam as chamadas almas para o período de uma época tecnológica, mas sim (em rigor com McLuhan) *somente os seus circuitos*, sobretudo esse esquematismo da perceptibilidade. Quem for capaz, então, de escutar o *diagrama elétrico* no som sintetizado dos CDs ou de vê-lo nos canhões de laser das discotecas, encontrará a felicidade (KITTLER, 2019, p. 19, grifos nossos).

Nessa passagem, Kittler defende o estudo minucioso das partes que compõe uma dada materialidade da comunicação a partir do seu “diagrama” (a planta baixa dos circuitos). O estudo da materialidade poderia ajudar a compreender traços das sociedades (ou de grupos) que adotam a mídia em questão, onde o *socius* seria não mais que o reflexo da máquina – o que conferiria poderes “preditivos” ao intérprete. Para Benjamin (1991), o rádio é um exemplo claríssimo dessa relação: as práticas de comunicação radiofônica de um para muito são “fascistas” não apenas por sua hierarquização, mas por que “traem”

---

sua própria tecnologia submersa. É porque todo microfone pode funcionar como um alto-falante que as práticas de difusão um-para-muitos pode e *deve* ser substituída por uma comunicabilidade horizontalizada, onde a interação entre todos os participantes é a praxe.

Kittler vai além. Para ele, as plantas-baixas (diagramas) dos circuitos dos meios técnicos são abstrações do modelo social vigente em dada sociedade em dado momento. Tomemos por exemplo o famoso estudo de Kittler sobre a universidade<sup>6</sup>. Para Kittler, a universidade desenvolveu-se em direção à sua forma contemporânea em íntima relação com as tecnologias midiáticas de armazenamento, processamento (produção) e transmissão (disseminação) de conhecimento. Logo, conhecimento, educação e universidade (a superestrutura) são *contingentes* ao sistema midiático existente em determinado momento, sua infraestrutura. Qualquer mudança nessas condições midiáticas (sua “*medialidade*”), resultaria, *necessariamente*, em mudanças na educação e no conhecimento, nas maneiras em como ele é buscado, produzido, armazenado, disseminado e reproduzido dentro e fora das instituições de ensino. Uma comunidade acadêmica baseada na hermenêutica, nos códigos e em seminários é muito diferente de outra, baseada na computação, no ensino à distância via chamadas de vídeo e em metodologias ativas. A educação é, logo, necessariamente ligada às alterações em sua base medial.

O último exemplo já aponta para a abordagem “kittleriana” do modelo benjaminiano. Se Benjamin ainda estava ligado à análise da materialidade, entendida enquanto *tecnologia*, Kittler avança para compreender as materialidades enquanto *técnicas*. Essa passagem só é possível porque técnica e tecnologia, em alemão, estão dobradas na mesma palavra: *Technik*. Toda tecnologia é também uma técnica. Logo, as materialidades “inscrevem” – quer dizer, criam, propõem – as próprias maneiras como serão utilizadas (SIEGERT, 2015). Tanto o livro (uma tecnologia evidente), quanto a hermenêutica e o seminário (técnicas de leitura e de aprendizagem) podem ser pensadas como compondo a “medialidade” da universidade novecentista pois são, no fundo, todas *Techniken*. Isso faz com que o conceito *mídia* seja compreendido como um objeto relacional, que está na base (na infraestrutura) das nossas práticas: não nos comunicamos

---

<sup>6</sup> Em geral, KITTLER, 1990. O sistema universitário é uma preocupação tão recorrente de Kittler que ele retorna a ele em textos diferentes ao longo da carreira. TELLES, 2020a, faz uma primeira aproximação a esta recorrência, de forma ainda provisória.

---

a partir das mídias, como se fossem mero suportes aos nossos pensamentos, mas nos comunicamos *com* as mídias.

Esse entendimento expande o campo dos Estudos de Mídia em geral. Para Krapp (2011), a *Medienwissenschaft* inaugura o “*medial turn*” das Humanidades na Alemanha ao introduzirem nelas a questão das técnicas e das tecnologias (de mídia), propondo a mudança de foco para as redes de técnicas/tecnologias que armazenam, processam e disseminam dados. Para o projeto mais ousado de Kittler (1980; 2004; cf. TELLES, 2020a), a criação de uma Ciência da Cultura (*Kulturwissenschaft*) após a “expulsão do Humano das Humanidades”, tudo se resumiria ao estudo detalhado das técnicas e das tecnologias empregadas que sustentam os empreendimentos científicos particulares. Nessa perspectiva, toda ciência se tornaria teoria da mídia. Assim como antes nenhum empreendimento do conhecimento existiria sem uma discussão filosófica para assentar suas bases, hoje nada pode existir sem levar em consideração o “metanível” da medialidade. Do mesmo modo como existem Filosofias das Ciências, das Artes, da Política, do Direito, da Medicina etc., os Estudos de Mídia alemães apontam para a existência de “Midiologias” das Ciências, das Artes, da Política, do Direito, da Medicina etc.

Mas o que realmente é *produzido* na relação entre humanos e mídias? Essa é a questão que têm se perguntado os teóricos mais contemporâneos na Alemanha. Alguns defendem a passagem das *Medienwissenschaften* para o estudo sistemático das *Kulturtechniken*, como Bernhardt Siegert. A tradução exata deste termo é difícil, não apenas pelo termo *Technik*, como já notado, mas sobretudo por causa de *Kultur*, normalmente traduzido por cultura. O termo *Kulturtechniken* é primeiro empregado nas ciências agrárias e poderia ser mais bem traduzido por “técnicas de cultivo”. Cabe lembrar que “cultivar” é um termo caro ao pensamento germânico – por exemplo, no “mito humboldtiano” da universidade nos moldes alemães (TERRA, 2019) –, o autocultivo (*Bildung*) da mente de forma não-utilitarista. Ou seja, um certo ideal de que, ao cuidarmos de nossa educação, seja para e pelo trabalho, seja pela cultura, seja mesmo por um *hobby* estaríamos melhorando a nós mesmos. Ou seja, nos “autocultivando”. Se “cultivar” é uma ação autorreflexiva, é quando nos dedicamos a certas técnicas – por exemplo, aprender a pintar – que nos cultivamos enquanto pintores. Atenção para o salto que será dado pelos teóricos alemães: é o uso das técnicas e das tecnologias que produzem os humanos de determinada maneira e não de outra. Sem as mesmas técnicas e sem as mesmas

tecnologias, os humanos seriam diferentes (FLUSSER, 2014; KITTLER, 2019). Talvez nem humanos seriam! É por isso que Kittler critica McLuhan de forma tão virulenta na passagem acima. Ao pensar a tecnologia como “extensão” do humano, o canadense teria perdido justamente aquilo que a técnica/tecnologia produz – o humano. Essa hipótese auxiliar é conhecida como *Medienapriorismus* – ou “a priori medial”; quer dizer, basicamente que, ao olhar para uma situação, a mídia vem sempre primeiro, e, portanto, precisamos encontrá-la para iniciarmos nossa análise.

Cada uma destas “situações” produzem seres humanos de maneira diferentes. Elas produzem também aquilo que Kittler chama de *Aufschreibesysteme*, as “redes de tecnologias e instituições que permitem a uma dada cultura selecionar, armazenar e processar dados [*data*] relevantes” (KITTLER, 1990, p. 369, tradução nossa). Esse termo tem muitas traduções, mas a mais condizente com a ideia de Kittler é “sistema de inscrição”. Um sistema de inscrição dá conta de tudo que pode ser armazenado, processado e transmitido e um dado momento da história. Nada pode existir fora dele, pois é simplesmente e literalmente impensável. Por isso mesmo, ele compõe a “medialidade” dos processos comunicacionais.

Todavia, esses “sistemas de inscrição” são altamente voláteis, não apenas porque as tecnologias mudam velozmente, mas também porque, a qualquer momento, uma nova “atualização” tecnológica pode mudar a maneira como vemos ou entendemos as coisas. Daí tudo muda. Essa última abordagem caracteriza o que tem sido chamado de Arqueologia das Mídias (para um resumo em português, cf. TELLES, 2019c). No geral, Estudos de Mídia e Arqueologia de Mídia se confundem, justamente porque a segunda estuda os mesmos objetos da primeira, porém em uma perspectiva “histórica”<sup>7</sup>. Bem da verdade, o próprio Kittler considerava essa distinção irrelevante (KITTLER; ARMITAGE, 2006).

A Arqueologia das Mídias avança muitas das perspectivas dos Estudos de Mídia, sobretudo porque seus autores tendem a refletir mais amplamente sobre seus métodos. Para Thomas Elsaesser, que cunhou o termo, a Arqueologia das Mídias deveria respeitar a descontinuidade e estudar o “[...] *pars pro toto* [parte do todo] do fragmento, que dá ao presente acesso a um passado” (ELSAESSER, 2018, p. 186). A Arqueologia das Mídias ampliaria o leque das “materialidades” para além da própria tecnologia ou técnica. Esse

---

<sup>7</sup> Ainda que, por sua própria base teórica, “história” seja compreendida de uma maneira muito específica – vide TELLES, 2020b.

é um passo metodológico decisivo. Surgem como fragmentos do passado, no caso por exemplo do cinema: bilhetes para um filme, a disposição da sala de projeção, o programa e a programação, os cardápios da loja de refrescos, as resenhas de jornal da época, anotações da produção, sítios de locação etc. Todos estes elementos podem dar a compreender não só o filme, mas a “medialidade” de uma época. Desse modo, o que se está sendo observado se torna o “centro ausente” da pesquisa. Ao contrário de abordagens que estudem o cinematógrafo e sua constituição técnica ao longo do século XIX (como MANNONI, 2000), os alemães vão procurar no entorno do cinema os reflexos desta mudança ensaiada e depois concretizada, assumindo uma ideia de *recursão* (ou *feedback-loop* como chama Kittler) entre a mídia e a cultura – entre infra e superestrutura. Kittler (2019), por exemplo, irá buscar o reflexo do cinema na literatura, enquanto Zielinski (1999) a procurará em escritos científicos da época que tentavam capturar o que se chamava de “audiovisão”.

Estabelecemos, assim, o programa de pesquisa dos Estudos de Mídia alemães. Três elementos, coordenados, formam o “núcleo duro” (LAKATOS, 1989) do programa de pesquisa dos Estudos de Mídia: a) o foco na materialidade dos processos mediais; b) a historicidade destas configurações; e c) a compreensão de que é na articulação destes dois vértices, matéria e história, que é possível comunicar e “construir” a realidade. Estas três características colocam as mídias no centro da investigação em comunicação.

### **Considerações finais**

A perspectiva dos Estudos de Mídia alemães é uma abordagem muito viva, que pode ser aplicada a diversas disciplinas, situações e objetos. O ponto inicial é identificar e delimitar uma situação para o estudo, e então observar quais mídias compõe seu “sistema de inscrição”. A partir daí, começamos a destrinchar a medialidade do fenômeno analisado: como os meios são constituídos? O que é possível dizer, fazer e comunicar com eles? Quais seus limites semióticos? Que tipo de mensagens comportam? Como estas coisas impactam a situação analisada? Extrapolando, como isso repercute no todo da sociedade? Podemos pensar estas questões quando uma nova tecnologia é introduzida ou podemos trabalhar “recursivamente”, observando como as mídias que já existem levaram a uma certa configuração das coisas. A “situação” em si é variada: pode ser a comunicação interpessoal (face-a-face *versus* WhatsApp?), um processo civil (a digitalização da burocracia dos governos), uma disciplina acadêmica (as Humanidades tradicionais *versus* as Humanidades Digitais), etc. As potencialidades são quase infinitas.

---

Como vimos, a abordagem faz parte de uma rica história de pesquisa em Comunicação na Alemanha, que merece ainda ser melhor conhecida aqui no Brasil – e para o qual há esforços notáveis, como os do professor Francisco Rüdiger (2012; 2019). Em nossa opinião, este programa de pesquisa tem um potencial enorme para a disciplina da Comunicação como um todo, não apenas na questão das materialidades. Esperamos que este texto introdutório seja o suficiente para despertar seu interesse nos Estudos de Mídia alemães.

### Referências

BENJAMIN, W. Reflexionen zum Rundfunk. In: BENJAMIN, Walter. Gesammelte Schriften, Vol. II/1-3. Edição Revisada. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1991, p. 1506-1507.

\_\_\_\_\_. A obra de arte na época da possibilidade de sua reprodução técnica (5a versão). In: Estética e sociologia da arte. Edição e tradução João Barrento. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017, p. 207-241.

COULDRY, N.; HEPP, A. A Construção Mediada da Realidade. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2020.

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

ERNST, W. The Delayed Present: media-induced tempor(e)alities & techno-traumatic irritations of 'the contemporary'. Berlim: Sternberg Press, 2017

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

\_\_\_\_\_; MÜLLER, A. Medialidade: encontros entre os estudos literários e os estudos de mídia. Contracampo, n. 19.

FLUSSER, V. Comunicologia: reflexões sobre o futuro. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

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

GEOGHEGAN, B.D. After Kittler: on the cultural techniques of recent German media theory. Theory, Culture & Society, v. 30, n. 6, p. 66-82, 2013.

GUMBRECHT, H.U. Produção de presença: o que o sentido não consegue transmitir. Rio de Janeiro: Ed. Contraponto, 2010.

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

KITTLER, F. Die Austreibung des Geistes aus den Geisteswissenschaften: programme des Poststrukturalismus. Paderborn, Alemanha: Schöningh, 1980.

\_\_\_\_\_. Discourse Networks: 1800-1900. Stanford, EUA: Stanford University Press, 1990.

\_\_\_\_\_. Universities: Wet, Hard, Soft, and Harder. Critical Inquiry, v. 31, n. 1, outono de 2004.

\_\_\_\_\_. Musik und Mathematik I. Hellas 1: Aphrodite. Munique, Alemanha: Fink, 2006.

---

\_\_\_\_\_. Mídias Ópticas: curso em Berlim, 1999. Trad. Markus Hediger. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

\_\_\_\_\_. A verdade do Mundo Técnico: ensaios sobre a genealogia da atualidade. Rio de Janeiro: Contraponto, 2017.

\_\_\_\_\_. Gramofone, Filme, Typewriter. Trad. Daniel Martineschen, Guilherme Gontijo Flores. Belo Horizonte e Rio de Janeiro, Editora UFMG e Ed. Uerj, 2019.

KITTLER, F.; ARMITAGE, J. From Discourse Networks to Cultural Mathematics: An Interview with Friedrich A. Kittler. *Theory, Culture & Society*, v. 23, n. 7-8, p. 17-38, 2006.

KRAPP, Peter. On collegiality: Kittler models Derrida. *Thesis Eleven*, v. 107, n. 1, p. 21-32, 2011.

LAKATOS, I. La metodología de los programas de investigación científica. Madri: Alianza Editorial, 1989.

LEIGH STAR, S.; RUHLER, K. “Steps Toward an Ecology of Infrastructure: Design and Access for Large Information Spaces”. *Information Systems Research*, v.7, n.1, p.111-134, 1996.

MARCONDES FILHO, C. Que melodias tocam as ranhuras de um crânio? Friedrich Kittler, o fonógrafo e Rilke. *Ghrebh- Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia*, n. 9, mar./2007, p. 79-105.

\_\_\_\_\_. O princípio da razão durante: da Escola de Frankfurt à crítica alemã contemporânea. *Nova Teoria da Comunicação III – Tomo II*. São Paulo: Paulus, 2011.

MEYEN, M.; LÖBLICH, M. *Klassiker der Kommunikationwissenschaft*. Constança: UVK, 2006.

MÜLLER, A. As contribuições da teoria da mídia alemã para o pensamento contemporâneo. *Pandaemonium germanicum*, n. 13, p. 107-126, 2009.

PARIKKA, J. *What is media archeology?* Cambridge, EUA: Polity Press, 2012.

PIAS, C. What’s German About German Media Theory? In: FRIESEN, Norm. (Org.). *Media Transatlantic: Developments in Media and Communication Studies between North American and German-speaking Europe*. Basileia: Springer International, 2016, p.15-27.

RÜDIGER, F. A trajetória da publicística como proposta criadora de uma ciência da comunicação autônoma nos países de língua alemã. *Comunicação & Sociedade*, v.33, n.57, p. 103-128, 2012.

\_\_\_\_\_. Síntese de história da publicística: Estágios reflexivos da ciência da comunicação pública alemã. Florianópolis: Insular, 2019.

SIEGERT, B. *Cultural Techniques: Grids, Filters, Doors, and Other*. Nova Iorque: Fordham University Press, 2015

SIMONSON, P.; PETERS, J.D. Communication and Media Studies, History to 1968. In: DONSBACH, W. *The International Encyclopedia of Communication*. Malden, MA: Blackwell, 2008, p. 765–771.

SOLLA PRICE, D.J.; BEAVER, D.D. Collaboration in an invisible college. *American Psychologist*, 1966, p. 1011-1018.

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* (UNISINOS. ONLINE), v. 31, p. 173-181, 2017.

\_\_\_\_\_. Teoria alemã das mídias: mídia, história, cultura e técnica no território comunicacional alemão. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2019a.

\_\_\_\_\_. Mídia e história na Teoria Alemã das Mídias. *Ação Midiática - Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura*, p. 51-70, 2019b.

\_\_\_\_\_. Des/Re/Escrevendo a história dos meios de comunicação: quatro contribuições a partir das Arqueologias das mídias. *Dispositiva - Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação e Artes da PUC Minas*, v. 7, p. 101-116, 2019c.

\_\_\_\_\_. Kittler na Universidade: a "expulsão do humano das humanidades". *Anais do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2020/resumos/R15-2055-1.pdf>>. 2020a. Último acesso: 1º dezembro 2020.

\_\_\_\_\_. Arqueologia das Mídias como Pós-História das Mídias. *Questões Transversais*, v. 8, p. 14-21, 2020b.

TERRA, R.R. Humboldt e a formação do modelo de universidade e pesquisa alemã. *Cadernos de Filosofia Alemã*. *Cadernos de Filosofia Alemã*, v. 24, p. 133-150, 2019.

VOGL, J. Becoming-media: Galileo's Telescope. *Grey Room*, n. 29, p. 14–25, 2007.

WERBER, N. Current German Media-Theory and their Ancestors: Benjamin and Brecht. Disponível em: <<http://homepage.ruhr-uni-bochum.de/niels.werber/Germanmedia.htm>>. Último acesso: 16 de janeiro de 2018.

WIEDEMANN, T. Practical orientation as a survival strategy: The Development of Publizistikwissenschaft by Walter Hagemann. In: SIMONSON, P.; PARK, D.W. (Orgs.). *The International History of Communication Study*. Nova Iorque: Routledge, 2016, p. 109-129.

WINTHROP-YOUNG, G. Krautrock, Heidegger, Bogeyman: Kittler in the anglosphere. *Thesis Eleven*, v. 107, n. 1, p. 6-20, 2011.