

Resenha

Além da atribuição de sentido

Beyond the attribution of sense

Fabício Silveira

Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Av. Unisinos, 950, Cristo Rei, 93022-00, São Leopoldo, RS, Brasil.
fabricios@unisinos.br

GUMBRECHT, H.U. 2010. *Produção de Presença. O que o sentido não consegue transmitir*. Rio de Janeiro, Ed. Contraponto/Ed. PUC-Rio, 206 p.

Alemão radicado nos Estados Unidos, atuando como pesquisador e docente junto à Universidade de Stanford, Hans Ulrich Gumbrecht não é um desconhecido no Brasil. Já teve vários livros publicados em língua portuguesa, por algumas das mais prestigiosas e consideradas editoras nacionais. Entre eles, destacam-se, por exemplo, *Modernização dos Sentidos* (Editora 34, 1998), *Corpo e Forma* (Ed. UFRJ, 1998), *Em 1926. Vivendo no limite do tempo* (Record, 1999), *As Funções da Retórica Parlamentar na Revolução Francesa* (Ed. UFMG, 2003) e *Elogio da Beleza Atlética* (Cia. das Letras, 2007).

Soma-se a esse conjunto uma série igualmente considerável de outras publicações organizadas por ele, escritas em co-autoria ou, enfim, apenas ancoradas, de algum modo, no projeto acadêmico que Gumbrecht (e seus companheiros, afinal, como vemos, ele não está só) vem desenvolvendo há mais de duas décadas. Se considerarmos ainda as inúmeras vezes em que visitou o país e os artigos publicados em jornais de grande circulação (aliás, o livro *Elogio da Beleza Atlética* é uma versão

ampliada de um artigo escrito originalmente para o jornal Folha de São Paulo), veremos que Gumbrecht, de fato, há muito circula, tem boa acolhida, bom trânsito e causa relevante impacto no meio acadêmico brasileiro.

É surpreendente então que *Produção de Presença. O que o sentido não consegue transmitir* (Ed. Contraponto, Ed. PUC-Rio, 2010, 206p.) possa ser saudada, desde já, como uma das publicações mais inquietantes, auspiciosas e necessárias do ano que corre. Em torno do livro, ainda há um inegável sabor de novidade.

A importância fundamental da obra (seu maior frescor e sua urgência) está em sistematizar um conjunto de formulações e propostas teóricas que, até então, haviam aparecido ao leitor brasileiro de forma esparsa, parcial e fragmentária. Critico literário em pele de filósofo, Hans Ulrich Gumbrecht possui interesses diversos, que vão do esporte à retórica parlamentar, dos mundos televisivos à obra do dramaturgo alemão Heinrich von Kleist (1777-1811). Posicionado entre a história e a teoria literária, valendo-se habilmente dessas duas disciplinas¹,

¹ Cf. Araújo (2006) e Gumbrecht (2005, 2008, 2009).

Gumbrecht aglutina seus interesses (lhes dá ordem e sistematicidade) em torno da rubrica das “materialidades da comunicação”.

Para o autor, em síntese, importam as condições materiais que possibilitam a emergência do sentido. Ou seja: trata-se de problematizar (e, no extremo, evitar) o ato interpretativo. Movido contra os excessos hermenêuticos, o livro, aliás, faz uma interessante crítica ao que chama de “cultura do sentido”, assumindo, de saída, o compromisso

de lutar contra a tendência da cultura contemporânea de abandonar, e até esquecer, a possibilidade de uma relação com o mundo fundada na presença. Mais especificamente, assume o compromisso de lutar contra a diminuição sistemática da presença e contra a centralidade incontestada da interpretação nas disciplinas do que chamamos ‘Artes’ e ‘Humanidades’ (Gumbrecht, 2010, p.15).

Nesse contexto, trata-se de focalizar (ou de tentar focalizar, na medida do possível) o significativo (“as coisas do mundo”) independentemente de seus significados. Há, em Gumbrecht, uma certa fascinação com as formas (os materiais, os suportes, a corporeidade bruta) da expressão. Aprender a “produção de presença” é apreender “todos os tipos de eventos e processos nos quais se inicia ou se intensifica o impacto dos objetos ‘presentes’ sobre corpos humanos” (p. 13). Para o autor, uma “presença” é algo tangível, com o qual mantenho uma relação no espaço e que tem algum tipo de impacto sobre o meu corpo e os meus sentidos.

Entre a “substancialidade do ser” e a “universalidade da interpretação”, Gumbrecht opta pela primeira. Propõe uma espécie de ajuste de contas, um equilíbrio de ênfases entre os efeitos de sentido e os efeitos de presença, uma reequalização das tensões entre ambos. Historicamente, tais tensões foram silenciadas, acarretando uma preponderância excessiva do paradigma do sentido sobre o paradigma da presença. A empreitada, como vemos, não é modesta. Um dos maiores méritos da publicação é delimitar esse debate, dando-lhe uma conformação que ainda não dispúnhamos (embora pudéssemos intuí-la).

Até agora, em língua portuguesa, ao menos, tínhamos, de um lado, os textos mencio-

nados acima, assinados pelo próprio Gumbrecht, que sugeriam, que aludiam, rápidos, direta ou indiretamente, às vezes de modo errático, ao tema das materialidades da comunicação. De outro lado, tínhamos uma nuvem de dados, uma relativamente extensa literatura secundária (composta por artigos de comentaristas, capítulos isolados em livros, *papers* produzidos para congressos, marcados por intenções de pesquisa e vieses muito próprios). Recuperando esses escritos todos, lidando com eles, poderíamos apenas depreender (ou supor) as linhas de força, o campo de aplicabilidade, os ângulos e os temas preferenciais, as heranças teóricas e os modos de operação das Materialidades da Comunicação. De todo modo, se trataria sempre de uma síntese. Talvez uma projeção ou a montagem de um quebra-cabeças. Ou seja: é como se tivéssemos, até aqui, na maior parte, textos escritos ou antes ou depois das formulações nucleares da Teoria das Materialidades. É como se tivéssemos escritos mais ou menos (ora mais ora menos) dedicados à fundação mesma dessa perspectiva. Agora, *Produção de Presença* refaz esse quadro, insere-se justamente nesse hiato, cobrindo essa lacuna, dedicando-se exatamente à apresentação desse núcleo conceitual, à apresentação do histórico e dos bastidores desse processo investigativo (logicamente, nos últimos vinte anos, Gumbrecht não esteve só no amadurecimento da proposta; ao lado dele, encontram-se vários outros, como Friedrich Kittler, Karl Ludwig Pfeiffer e Paul Zumthor).

A maior contribuição do livro, portanto, é reinstaurar com mais solidez esse debate, é circunscrevê-lo, dando-lhe a voz, a internalidade e o foco apropriados. Pavimenta-se assim uma via de entendimento do mundo para além da “metafísica do sentido”. Aqui, desconfia-se da suposição de que a verdade (o verdadeiro sentido, a felicidade, a “boa vida”, enfim, como quisermos chamar) é algo que se encontra “oculto”, é sempre “profundo” e “transcendental”. Ao contrário, Gumbrecht defende um tipo de aderência às “coisas do mundo”, à presença no instante e à “intensidade do momento”. Este é o campo “não-hermenêutico” que o autor quer sondar².

² *Aqueles que forjam o “campo hermenêutico”, para Gumbrecht, são Dilthey, Heidegger e Gadamer. Mesmo Saussure e Hjelmslev se encontrariam também aí. Ressalte-se que Gumbrecht não faz uma discussão sobre teorias específicas (de cada um dos autores citados, por exemplo – dentre eles apenas Heidegger é mais largamente comentado), mas tenta, fazendo alguns rápidos recorridos teóricos, evidenciar justamente a emergência de um “campo”, um amplo paradigma ou um amplo posicionamento epistêmico que tem sido dominante, nos últimos anos, na área das Ciências Humanas (chamadas também, muito curiosamente, “ciências do espírito”). O autor alega que o “campo não-hermenêutico” deveria equiparar-se ao “campo hermenêutico”, seja enquanto prática acadêmica, seja enquanto objeto de reconhecimento institucional.*

No campo dos estudos de comunicação, autores como João Cezar de Castro Rocha (1998), Simone Sa (2004), Michael Hanke (2006) e Erick Felinto (2007) vem há alguns anos chamando atenco para a Teoria das Materialidades da Comunicação. Nesses casos, Gumbrecht é sempre citado como um dos principais formuladores e um dos mais notaveis propagadores dessa perspectiva teórica que, se não inventa a roda, se não traz uma novidade inaudita para os estudos de mdia, ao menos atualiza e d renovado fôlego para abordagens e modos de entendimento que, embora houvessem estado um tanto adormecidos, mostram ainda muita pertinência para a pesquisa em Comunicação e, sobretudo, para o estudo de determinados fenmenos sociais e objetos midiáticos configurados (e afetados, sobremaneira) pelos últimos avanços tecnológicos.

Dentre os estudos de mdia, Gumbrecht insere-se numa tradição que remonta a Walter Benjamin e Marshall McLuhan.  McLuhan quem irá dizer, por exemplo, que a principal conseqncia ou repercussão dos meios de comunicação tem muito pouco a ver com o nível das opiniões e dos juízos emitidos e muito mais a ver com o nível das experiências sensíveis e das estruturas de percepção que eles tipificam.

Salienta-se assim que há algo que podermos chamar, na esteira do filósofo italiano Mario Perniola (2005), de “sensualismo tecnocorpreo” da experiência comunicacional contemporânea. Gumbrecht recoloca a questão, com provocativa radicalidade, com maiores pretensões de sistematização e/ou numa linha-gem genealógica também muito própria da rea. Mesmo antes de McLuhan, diversos textos de Benjamin também seriam perfeitamente cabíveis para discutirmos as materialidades da comunicação e o particular “sex appeal do inorgânico” de que elas se revestem (e com o qual nos interpelam). Não surpreende, portanto, que Benjamin seja citado em *Produção de Presença*, num momento importante da obra, quando Gumbrecht refere ao período histórico e ao contexto intelectual em que floresce a tese das “materialidades da comunicação”³.

A própria Susan Sontag, num artigo de 1964, intitulado “Contra a interpretação” (reunido no volume homnimo), também falava

sobre a necessidade de que uma hermenêutica da arte fosse substituída pelo que chamava, na época, de uma “erótica da arte”. Para ela, os discursos explicativos e exegéticos, esclarecedores dos múltiplos sentidos da obra artística não deveriam implicar num afastamento da obra, mas deveriam ser, ao contrário, um modo de obtermos maior proximidade com a obra de arte.

Gumbrecht aceita essa perspectiva. De fato, Sontag também  citada. No entanto, ao seu modo, *Produção de Presença* d atenco às *medialidades* – e os próprios fenmenos estticos são assim redefinidos, sem restringirem-se mais aos produtos artísticos especficos⁴. O trecho a seguir é bastante direto, pessoal e esclarecedor:

O passo em direção às “materialidades da comunicação” abraira nossos olhos para uma multiplicidade de temas fascinantes, que poderiam ser resumidos (pelo menos, aproximadamente) nos conceitos de “história dos media” e “cultura do corpo”. Nosso fascínio fundamental surgiu da questão de saber como os diferentes meios – as diferentes “materialidades” – de comunicação afetariam o sentido que transportavam. Já não acreditávamos que um complexo de sentido pudesse estar separado da sua medialidade, isto é, da diferença de aspecto entre uma página impressa, a tela de um computador ou uma mensagem eletrnica. Mas ainda não sabmos muito bem como lidar com essa interface de sentido e materialidade (Gumbrecht, 2010, p.32).

Esse registro remonta ao início da década de 1970 e ao ambiente universitário em que germinam os primeiros esboços (os “primeiros passos”) em torno das materialidades. Hoje, passados mais de vinte anos, ainda não se pode atribuir às Materialidades da Comunicação o estatuto de uma teoria em bom nível de formulação, sólida e consistente, suficientemente testada. Antes, trata-se ainda de um fértil campo de estudos, uma perspectiva de trabalho em função da qual alguns conceitos vem sendo formulados e discutidos (além de “presença”, “presentificação”, “forma”, “acoplagem”, “simultaneidade”, “epifania”, “medialidade”, “corporificação” [ou *embodiment*] e “sensorialidade” são alguns dos conceitos propostos).

³ Sobre Benjamin, aliás, Gumbrecht (2003) colaborou também na organização do volume Mapping Benjamin. *The work of art in the digital age*.

⁴  na situação da experiência esttica que podemos perceber, mais facilmente, o jogo tenso entre presença e sentido. Gumbrecht d assim importantes subsídios para a compreensão das estticas da comunicação. Cf. Guimarães et al. (2006).

O melhor acabamento textual que a teorização das materialidades ganhou, até aqui, ocorreu em 2004, justamente com a publicação da primeira edição de *Production of Presence* (2004), agora finalmente disponível ao leitor brasileiro. Mesmo o volume *Materialities of Communication* (2004), resultado de um importante colóquio realizado em Dubrovnik, na Croácia, em 1987, não é uma obra que procure algum acabamento ou ordenação formal, sistematização de categorias, metodologias, definição de objetos e campos de aplicação, etc.

Como tal, a edição brasileira de *Produção de Presença. O que o sentido não consegue transmitir* deve ser saudada. Trata-se de um texto corajoso, arrojado, irônico e auto-reflexivo. Dono de uma escrita densa e fluente, até comovedora em determinadas passagens, Gumbrecht nos desvela um amplo conjunto de questões, um amplo panorama intelectual, por certo, bastante úteis à área da Comunicação e, no extremo, capazes, inclusive, de apresentar novos desafios, dar novo impulso e novos direcionamentos aos estudos que fizemos. Trata-se de um livro voltado para o futuro.

Referências

- ARAÚJO, V.L. 2006. Para além da autoconsciência moderna: a historiografia de Hans Ulrich Gumbrecht. *Vária História*, 22(36):314-328.
- FELINTO, E. 2007. *Passeando no Labirinto*. Ensaios sobre as tecnologias e as materialidades da comunicação. Porto Alegre, Ed.PUCRS, 116 p.
- GUIMARÃES, C.; LEAL, B.; MENDONÇA, C.C. (orgs.). 2007. *Comunicação e Experiência Estética*. Belo Horizonte, Ed. UFMG, 208 p.
- GUMBRECHT, H.U. 1998. *Modernização dos Sentidos*. São Paulo, Ed.34, 318 p.
- GUMBRECHT, H.U. 1998. *Corpo e Forma. Ensaios para uma crítica não-hermenêutica*. Rio de Janeiro, Ed. UERJ, 175 p.
- GUMBRECHT, H.U. 1999. *Em 1926. Vivendo no limite do tempo*. Rio de Janeiro, Record, 560 p.
- GUMBRECHT, H.U. 2003. *As Funções da Retórica Parlamentar na Revolução Francesa*. Belo Horizonte, Ed. UFMG, 220 p.
- GUMBRECHT, H.U. 2004. *Production of Presence. What meaning cannot convey*. Stanford, Stanford University Press, 200 p.
- GUMBRECHT, H.U. 2005. Hans Ulrich Gumbrecht. Número especial da revista *Floema – Caderno de Teoria e História Literária*, 1A, Vitória da Conquista (BA), Edições UESB, 105 p.
- GUMBRECHT, H.U. 2007. *Elogio da Beleza Atlética*. São Paulo, Cia. das Letras, 184 p.
- GUMBRECHT, H.U. 2008. Kleist por H. U. Gumbrecht. Número especial da revista *Floema – Caderno de Teoria e História Literária*, 4A, Vitória da Conquista (BA), Edições UESB, 100 p.
- GUMBRECHT, H.U. 2009. A presença realizada na linguagem: com atenção especial para a presença do passado. *História da Historiografia*, 3:10-22.
- GUMBRECHT, H.U.; PFEIFFER, K.L. (orgs.). 1994. *Materialities of Communication*. Stanford, Stanford University Press, 447 p.
- GUMBRECHT, H.U.; ROCHA, J.C. (orgs.). 1999. *Máscaras da Mimesis. A obra de Luiz Costa Lima*. Rio de Janeiro, Record, 378 p.
- GUMBRECHT, H.U.; MARRINAN, M. 2003. *Mapping Benjamin. The work of art in the digital age*. Stanford, Stanford University Press, 268 p.
- HANKE, M. 2006. A Materialidade da Comunicação: um conceito para a ciência da comunicação? *Interin*, 1:1-8.
- PERNIOLA, M. 2005. *O Sex Appeal do Inorgânico*. São Paulo, Studio Nobel, 152 p.
- ROCHA, J.C. (org.). 1998. *Interseções: a materialidade da comunicação*. Rio de Janeiro, Ed.UFRJ, 368 p.
- SÁ, S. 2004. Explorações da noção de materialidade da comunicação. *Revista Contracampo*, 10/11:31-44.
- SONTAG, S. 1987. *Contra a Interpretação*. Porto Alegre, LP&M, 352 p.