

GUMBRECHT, Hans Ulric. *As Conseqüências da Estética da Recepção: Um Início Postergado*. In: **Corpo e Forma**. Rio de Janeiro: UERJ, 1998EL  
Aline de Caldas Costa

Aline de Caldas<sup>[1]</sup>

O autor inicia o capítulo citando o questionamento feito por Jauss acerca do leitor enquanto uma mudança de paradigma na crítica literária, no intuito de redeterminar o campo e as tarefas que esta lança na área cultural. Nesse contexto, Gumbrecht julga necessário avaliar quais das fases da mudança de paradigma, cunhada por Tomas Kuhn, a crítica literária vive.

A Estética da Recepção chega como uma proposta de mudança de paradigma. Pode ser lida como uma visão de mundo que engloba a Teoria da Recepção, de Jauss, a Teoria do Efeito, de Iser e a Teoria da Ação, de Gumbrecht, atravessando problemas ligados ao leitor, ao texto e ao processo de comunicação. Contudo, a Estética da Recepção possui deficiências no sentido de apresentar respostas às novas questões, que, segundo Kuhn, são o ponto de partida para a mudança de paradigma, além de requerer a integração entre a Crítica Literária e a Sociologia da Comunicação.

Muda-se o olhar sobre a questão do leitor, rompendo com a noção de texto enquanto objeto estanque e colocando a leitura como processo de reconstrução do texto.

Dissolvem-se as antigas motivações, as quais passam a ser mais pessoais, livres do objetivo de alcançar a leitura correta. Interessa à Estética da Recepção o confronto entre a construção do autor e as reconstruções do leitor. Atenta para os significados e seus locais de construção, suas interpretações, observando as diferenças heurísticas à luz de mediações históricas e sociais. Faz-se necessário ainda avaliar o conceito de texto, que para a recepção normativa, encontra-se voltado para um modelo de leitura ideal, enquanto que, para a leitura descritiva, ou heurística, necessita flexibilidade.

Gumbrecht salienta que a crítica literária não deve ser vista como uma disciplina submissa à sociologia da comunicação, mas como uma contribuição para a sua legitimação. Expõe as idéias de atos comunicativos como atos de expressão, ou mesmo a própria percepção, que provém da ação social, por sua vez, um recorte da estrutura social explicados pelo autor como sendo conceitos básicos da sociologia cognitiva. Dessa maneira, a ação comunicativa, a produção e a compreensão de textos representam ação social, que deve levar em consideração a ação cognitiva do leitor, a motivação para (propósitos da leitura) e a motivação porque (explicação dos propósitos a partir de uma condição histórica e social) do leitor. Observando-se as condições históricas para a formulação das motivações para e porque de um leitor

normal é possível compreender a necessidade de avaliar a redefinição de tarefas da crítica literária e a intensificação do debate sobre suas questões históricas, redefinindo o atributo estético, lido como a função da experiência do leitor, como motivação. Na experiência da leitura, também o leitor se transforma em autor.

Outras dificuldades no campo da documentação e compreensão da recepção ao longo da história, da realização de uma análise das ações cognitivas do leitor criativo em épocas distintas, é a falta de continuidade em tais estudos. Além disso, as tentativas de testar a recepção ainda são falhas, não cumprem as necessidades teóricas da sociologia da comunicação, tampouco refletem as interpretações textuais de públicos-alvo variados. Para Jauss, essa experiência requer um método que investigue as razões do leitor implícito, traçando um paralelo com a leitura preferencial do autor, facilitando a ambição maior da estética da recepção, como descreve o autor: "a reconstrução da influência da literatura na história" (p. 41-42) e o estudo das condições da produção do significado.

Para conceber uma sociologia da comunicação que pudesse favorecer o trabalho crítico, Gumbrecht elenca como necessários os seguintes pontos: a seleção de procedimentos de pesquisa sobre a recepção, a reconstituição de processos históricos de recepção, o estudo das especificidades dos atos comunicativos, a delimitação do histórico das motivações e a instauração de uma fenomenologia da leitura literária.

[1] Graduada em Comunicação Social (rádio e TV) e mestre em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz (Ilhéus, BA). Pesquisadora na área de Comunicação e Cultura Popular e colaboradora do Programa Pensar a Agir com a Cultura: Curso Desenvolvimento e Gestão Cultural/ Rede de Gestores Regionais de Cultura - Belo Horizonte/Ouro Preto.