

A INTUIÇÃO COMO MÉTODO INVESTIGATIVO EM PESQUISAS NO CAMPO DA ESTÉTICA, COMUNICAÇÃO E LITERATURA

Leandro de Bessa Oliveira

Resumo: Através do método fenomenológico, passando pelas noções de percepção de proximidade, este trabalho busca reunir discussões teóricas acerca da intuição como método, bem como suas aplicações para a pesquisas campo da estética e comunicação.

Palavras-chave: Intuição. Fenomenologia. Estética. Comunicação. Literatura.

Nossa proposta em pensar a intuição como método de investigação científica não é de modo algum uma novidade. Pode ser encontrada em Heráclito, cujo o pensamento foi cognominado como obscuro e enigmático e, no qual, a intuição estaria no próprio fundamento da sua demonstração do *logos*. Posteriormente, reapresentado por Edmund Husserl em sua fundamentação fenomenológica, em que *intuição* e *intenção* estariam relacionadas às suas evidências apodíticas, condicionadas as presença do objeto ou do fenômeno. Também, por meio da filosofia de Heidegger, ao adicionar a sua problemática de “ser-no-mundo”, *Dasein*. Ainda, perpassando aquilo que Michel Maffesoli chamou de intuição estética sendo ao mesmo tempo uma intuição intelectual objetivada, o que permitiu, de seu ponto de vista, “compreender o incompreensível isto é, o aspecto complexo de uma realidade sensível que não se reduz à razão pura e simples.” (MAFFESOLI, 2008, p. 139).

Por meio desses autores, trataremos de examinar o valor da intuição no processo de investigação científica, sobretudo no que tange as pesquisas que envolvem comunicação, estética e literatura, objetivando aplicar tal método nas pesquisas relacionadas ao Grupo de Estudos em Comunicação e Produção Literária: Siruiz. Nosso procedimento metodológico será por meio exploratório e bibliográfico, no intuito de aproximar do método intuitivo e fenomenológico.

Faremos o percurso a partir das noções de inesperado, desconhecido e invisível. Em um de seus fragmentos, Heráclito profere: “O vínculo não-aparente é melhor que o aparente”, delineando assim, que tudo que fazemos ou pensamos pressupõe-se algo de que desconhecemos. Passando pela fenomenologia. Husserl, descendeu de família judaica e foi, contudo, educado sem instruções religiosas. Desde os seus estudos secundários interessou-se pela matemática e pelas ciências naturais. A preocupação em fundamentar a Matemática

levou-o a aprofundar-se na filosofia. Segundo Fragata (1962) Husserl foi um entusiasmado pela filosofia, e resolveu dedicar-se exclusivamente a ela, por sentir um impulso veemente de lhe encontrar uma fundamentação, capaz de sustentar também todas as outras ciências.

Acerca do impulso fundamentador de Husserl para a sua filosofia fenomenológica, este orientou-se através das chamadas “evidências apodíticas”, em que estão relacionadas a noção de intenção e intuição. Para Husserl a “intenção significativa” ocorre quando significamos intencionalmente o objeto, sem considerar ainda a sua presença (objeto meramente, significado intencionalmente, sem presença). Esta “intenção” pode ser preenchida pela presença do objeto, uma vez em que o objeto se coloca diante de nós temos uma “intuição”, neste caso a intuição seria o preenchimento de uma intenção, e a evidência é para Husserl a consciência da intuição. Mas como “evidência” e “intuição” mutuamente se implicam, Husserl usa, na prática indiferentemente as duas palavras.

Para ilustrar, se Van Gogh tem só em conta o conteúdo significativo de um quarto ou um Girassol, teríamos aí uma *intenção significativa*, quando o quarto ou os Girassóis colocam-se diante do Pintor, neste caso ocorreria uma *intuição*. Logo, “Husserl diversifica fundamentalmente a evidência não a partir do sujeito mas do objeto” (FRAGATA, 1962, p. 22), em que se confere três categorias aos objetos: sensíveis, categoriais e universais. O objeto sensível é uma singularidade empírica, por exemplo, o quarto diante de Van Gogh determina a *intuição sensível*. O objeto categorial é primariamente aquilo que se afirma (*kategóreo* significa “afirmar”), correspondendo portanto ao conteúdo do juízo. Por exemplo, o quarto é amarelo. Finalmente, os objetos universais, também denominados “essenciais” e “eidos” (*eidos* significa “forma”) correspondem ao vulgarmente chamados “conceitos universais”. Por exemplo, o quarto de Van Gogh é amarelo. Ainda, qualquer desses objetos podem ser apresentados dum modo imediato, ou seja, com a presença do objeto por si mesmo, por corporeidade (*leibhafti*), - e de modo indireto, isto é, por meio de uma imagem ou recordação.

Por fim, chegaremos nesse “modo indireto” de apresentação, caso em que caberia ilustrar como se dá através das narrativas literárias: como a memória, na obra de Proust; ou o amor, na obra *Grande Sertão: Veredas* de Guimarães Rosa. Neste último caso, nos interessa alcançar uma investigação que se ligará não à indução ou dedução, mas à intuição que, segundo Willi Bolle (2011, p. 263) “trata-se de captar a ideia ou invenção” e ainda, “aprender os objetos em profundidade”.

REFERÊNCIAS

BOLLE, Willi. **Grandesertão.br: o romance de formação do Brasil**. São Paulo: Duas Cidades, Editora 34, 2004.

FRAGATA, Júlio. **Problemas da Fenomenologia de Husserl**. Braga (Portugal): Livraria Cruz; 1962

MARCONDES FILHO, Ciro. **Princípio da razão durante**, vol.III, tomo 5, "O conceito de comunicação e a epistemologia metapórica". São Paulo, Paulus, 2010.

MAFFESOLI, Michel. **Elogio da razão sensível**. Rio de Janeiro (RJ): Vozes; 1998.

MORIN, Edgar. **Ciência com consciência**. São Paulo: Bertrand Brasil, 1996

_____, Edgar. Método 3. **O conhecimento do conhecimento**. Tradução: Juremir Machado da Silva. 4ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SLOTERDIJK, Peter. **O Estranhamento do Mundo**. Lisboa: Relógios d'Água, coleção antropos, 2008.

SLOTERDIJK, Peter. **Esferas: Bolhas**. 1 ed. [S.l.], Editora Estação Liberdade, 2015.

STEIN, Ernildo. **O incontornável como o inacessível – uma carta inédita de Martin Heidegger**. In revista Natureza Humana. V.1 n. , p. 250-338. PUC-RS, 1999.