

Intersubjetividade e Comunicação: da virada linguística à fenomenologia

Guilherme Policena de Almeida ¹

Resumo: O estudo tem o objetivo de compreender e relacionar, através do método fenomenológico, os conceitos de intersubjetividade e comunicação; bem como seus correlativos processos de co-constituição e enraizamento no *lebenswelt* (mundo da vida).

Palavras-chave: Comunicação; Fenomenologia; Intersubjetividade.

APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA

Os conceitos de intersubjetividade e comunicação ganham um inédito protagonismo a partir do momento - conhecido como “virada linguística” ou “pragmática” - em que a filosofia do século XX passa do paradigma da subjetividade transcendental e monológica para o da intersubjetividade linguística e dialógica. A escavação, reconstituição e problematização desses conceitos envolve um esforço epistemológico onde a história da filosofia contemporânea e as teorias da comunicação se confundem. Trata-se, além de uma incursão na história da filosofia, de uma epistemologia da comunicação e, mais autenticamente, de uma filosofia da comunicação.

OBJETIVOS

Geral

O estudo tem o objetivo de compreender e relacionar os conceitos de intersubjetividade e comunicação através do método fenomenológico, considerando a especificidade desses conceitos à luz da virada linguística do século XX na filosofia.

Específicos

¹ Mestrando em Comunicação (FAC / UnB). Orientador: Tiago Quiroga
guilhermepolicena@hotmail.com

- Explicar o surgimento do conceito de intersubjetividade na virada linguística; o porquê de ela poder ser entendida também como virada pragmática, dialógica ou intersubjetiva;
- Levantar o problema da comunicação e sua crescente complexidade diante do advento da cultura comunicacional e da técnica, que resultaram em sua crise epistemológica;
- Com ênfase nas obras de Husserl, Merleau-Ponty e Heidegger, explicar a co-constituição da intersubjetividade; bem como alcançar uma concepção existencial de comunicação que se desenrola no *lebenswelt* (mundo da vida).

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Trata-se de uma pesquisa teórica que partirá de uma análise bibliográfica abrangente, que busca articular em um corpo unificado conceitos provindos das áreas da filosofia e comunicação. As obras podem ser divididas em três grupos (história da filosofia moderna e contemporânea, epistemologia da comunicação e fenomenologia), cada um demarcado pela fundamentação de aspectos específicos do tema.

REFERENCIAL TEÓRICO

O estudo será apoiado pelo pensamento de Martin Heidegger em *Ser e Tempo*, em que ele postula a intersubjetividade como uma dispersão do ser no mundo do cotidiano e do falatório, sendo estes os elementos que configuram a natureza banal da comunicação. É nela que o ser se “esquece” de sua condição de ser-para-a-morte. Com o complemento heideggeriano à ideia de co-constituição da realidade desenvolvida por Husserl e Merleau-Ponty, intersubjetividade e comunicação gradualmente se revelarão como conceitos complementares e fenômenos fundantes da existência humana.

RESULTADOS ESPERADOS

Compreender a natureza intersubjetiva da comunicação é um grande passo para que passemos a vê-la como atividade existencialmente enraizada e que se desenrola no mundo da vida, sendo este o mundo das vivências e experiências que constituem o sujeito. Com isso, é possível diminuir a carência epistêmica da área, oferecendo princípios a uma fenomenologia da comunicação; e também a carência observada no próprio cenário cultural e social, tão

dominado pela técnica e o “culto” à informação, através do despertar para uma ética do reconhecimento, que vislumbre a responsabilidade para com o Outro e o considere não como representação, mas como presença.

REFERÊNCIAS

- APEL, K. **Transformação da Filosofia II - O a priori da comunidade de comunicação**. São Paulo: Loyola, 2000.
- BRAGA, J. L. **Constituição do Campo da Comunicação**. Verso e Reverso, São Leopoldo, Unisinos, v. XXV, n. 58, jan./abr. 2011.
- CASTRO, F. F. **Fenomenologia da Comunicação em sua quotidianidade**. Intercom – RBCC, São Paulo, v. 36, n. 2, p. 21-39, jul./dez. 2013.
- _____.; CASTRO, M.; FREITAS, A.; COSTA, H. **Intersubjetividade, Comunicação e Sensibilidades**. Disponível em:
<http://www.academia.edu/32013154/Intersubjetividade_Comunicação_e_Sensibilidades>. Acesso em 01 de Junho de 2017.
- HEIDEGGER, M. **Ser e Tempo**. Petrópolis: Vozes, 1993.
- HUSSERL, E. **Meditações Cartesianas**. São Paulo: Madras Editora Ltda., 2001.
- HÖSLE, V. **O sistema de Hegel: o idealismo da subjetividade e o problema da intersubjetividade**. São Paulo: Edições Loyola, 2007.
- MARTINEZ, M.; SILVA, P. C. **Fenomenologia: o uso como método em Comunicação**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, E-compós, Brasília, v. 17, n. 2, mai./ago. 2014.
- MARCONDES FILHO, C. (Org.) **Dicionário da Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2014.
- MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- RODRIGUES, A. D. **A natureza intersubjetiva da comunicação**. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n. 37, p. 76-88, set./dez. 2016.
- VASSALO DE LOPES, M. I. (Org.) **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2003.