

# As contribuições do pragmatismo de William James e da fenomenologia social de Alfred Schütz à Comunicação

*Contributions of William James's pragmatism and Alfred Schütz's social phenomenology to Communication*

■ MARTA RIZO GARCÍA \*

## RESUMO

É comum no campo da Comunicação aceitar as relações entre a Sociologia e as Ciências da Comunicação. Também é parte da cosmovisão do campo da Comunicação incluir-se como parte das Ciências Sociais. O que acontece com a Filosofia? A Filosofia é uma matriz disciplinária relacionada à Comunicação? Com o que a Filosofia contribuiu para a Comunicação? Neste texto estão algumas reflexões em torno da relação entre esses dois campos de conhecimento, e se identificam relações, distâncias, pontos de acordo e possibilidades. Para isso, parte de duas correntes filosóficas que podem problematizar as reflexões sobre a Comunicação: o Pragmatismo de William James e a Fenomenologia Social de Alfred Schütz.

**Palavras-chave:** pragmatismo, fenomenologia social, comunicação

## ABSTRACT

It's common in Communication field to accept the relations between Sociology and Communication Sciences. Also it's part of the vision of Communication field including it as part of Social Sciences. What happens to Philosophy? Is Philosophy a disciplinary matrix related to the communication? What has contributed Philosophy to Communication? This text presents some reflections around the relation between these two fields of knowledge, and identifies relations, distances, points in agreement and possibilities. For it, are taken two philosophical currents that can make complex the reflections on communication: Pragmatism of William James and Social Phenomenology of Alfred Schütz.

**Keywords:** pragmatism, social phenomenology, communication

\* Doutora em Comunicação pela Universidad Autónoma de Barcelona. Coordenadora do Plantel Centro Histórico e Professora da Academia de Comunicación y Cultura da Universidad Autónoma de México.

A RELAÇÃO ENTRE AS Ciências Sociais e as Ciências da Comunicação goza de uma notável legitimidade na história oficial do campo acadêmico da Comunicação. De fato, costuma-se aceitar a comunicação como um campo de estudo que se insere em outro maior, o das Ciências Sociais. Esta consideração, de alguma forma, concebe a comunicação como um objeto de estudo suscetível de ser abordado por diferentes disciplinas sociais.

A relação entre a Filosofia (e as Humanidades em geral) e as Ciências da Comunicação não está tão claramente assumida. Esses frequentemente se vislumbram como campos de conhecimento distantes, com poucos pontos de contato. No melhor dos cenários, a Filosofia e a Comunicação aparecem unidas pela existência da chamada Filosofia da Comunicação, que costuma equiparar-se a tudo aquilo que implica pensamento teórico e epistemológico sobre a comunicação. Mas há mais do que isso.

As relações entre a Filosofia e a Comunicação podem contruir-se a partir de vários pontos de vista. Neste texto se assume a postura ou enfoque teórico, ou seja, se concebe a possibilidade de observar como algumas correntes filosóficas contribuem ao pensamento sobre a comunicação. Para isso, se retomam duas correntes filosóficas particulares, que permitem dar conta de alguns veios de relação entre os dois campos de conhecimento mencionados. Concretamente, o propósito geral do texto é apresentar as contribuições do Pragmatismo norte-americano e da Sociologia Fenomenológica ou Fenomenologia Social à reflexão sobre a comunicação em geral e sobre outros conceitos vinculados a ela, tais como intersubjetividade e ação. Da primeira corrente, escolhe-se William James. Da segunda, Alfred Schütz. O segundo teve influências de James, sobretudo em seu afã por separar-se da fenomenologia transcendental e solipsista de Edmund Husserl e introduzir a sociabilidade – e, portanto, a interação social – como âmbito de estudo legítimo da filosofia e das ciências sociais.

Ainda que não tenham sido suficientemente reconhecidas, ambas as tendências são importantes para as Ciências da Comunicação, e especificamente para a dimensão interpessoal da comunicação – a interação – pelo peso que dão ao sujeito como ator social na relação com outros, com quem interage e constrói sentidos e significados sobre o mundo.

As reflexões que se apresentam neste texto se moldam no trabalho realizado pelo *Grupo hacia una Comunicología posible* (GUCOM) sobre a revisão das fontes científicas históricas das Ciências da Comunicação, isto é, sobre aquelas disciplinas ou campos do saber que oficialmente têm sido reconhecidos como importantes para o desenvolvimento e consolidação do pensamento comunicacional<sup>1</sup>. Ainda que o Pragmatismo não tenha sido considerado estritamente dentro das nove fontes de conhecimento que histórica e

oficialmente construíram o campo da comunicação – algo que sim, acontece, com a Sociologia Fenomenológica – se vislumbra como corrente com valiosas contribuições ao nosso campo de conhecimento.

Em um primeiro momento se apresentam as ideias, conceitos e juízos básicos gerais do Pragmatismo norte-americano, representado por autores como James, Dewey e Peirce, entre outros. Depois, se expõem as principais teses e juízos das propostas dos dois autores centrais para este artigo: William James e Alfred Schütz. O primeiro dá lugar à exposição de alguns elementos que podem fazer dialogar as propostas de ambos os autores. O texto termina com um esboço geral das possibilidades do Pragmatismo e da Sociologia Fenomenológica no campo do saber comunicativo.

A seguir, um apontamento básico para apresentar os autores protagonistas desta proposta. William James é mais conhecido como psicólogo do que como filósofo. Como filósofo, é considerado a figura principal do pragmatismo, corrente que afirma que a verdade de uma ideia ou conceito pode ser avaliada segundo o valor prático que possui. Suas propostas, no entanto, vão mais além de serem apenas psicológicas ou somente filosóficas. Nas palavras de Pérez de Tudela (1998: 142), “a psicologia de James, o pragmatismo de James, a teoria jamesiana da verdade e, definitivamente, suas análises das experiências religiosas, são todos distintos caminhos que parecem apontar a um coração comum; coração diverso, mas constantemente sugerido, antecipado, buscado: uma teoria geral acerca da experiência, ou se quiser, uma teoria geral da realidade”. Essa descrição já apresenta uma primeira aproximação entre William James e o outro autor central deste texto: Alfred Schütz. Filósofo e sociólogo, Schütz é considerado o principal expoente da chamada Sociologia Fenomenológica ou Fenomenologia Social, corrente que a partir da Fenomenologia de Edmund Husserl e a Sociologia Compreensiva de Max Weber pretende uma aproximação fenomenológica com o social, o cotidiano e a experiência dos sujeitos.

## O PRAGMATISMO DE WILLIAM JAMES

O pragmatismo é uma corrente filosófica idealista e subjetiva que considera a verdade a partir do ponto de vista da utilidade social. William James e Charles Sanders Peirce são considerados os pais desta corrente filosófica. Segundo James, no entanto, o Pragmatismo não é propriamente uma teoria filosófica, mas um modo de pensar em que cabem teorias e enfoques distintos e que pode e deve aplicar-se a diferentes disciplinas.

O vocábulo *Pragmatismo*<sup>2</sup> provém do grego *pragma*, que significa *ação*. “O pragmatismo tende a definir que uma ação motiva uma mudança da realidade enquanto move coisas físicas que a compõem e que mais do que atender

1. Segundo a proposta do GUCOM, as novas fontes científicas históricas das Ciências da Comunicação são as seguintes: Sociologia Funcionalista, Sociologia Cultural, Sociologia Crítica, Sociologia Fenomenológica, Psicologia Social, Economia Política, Linguística, Semiótica e Cibernética. Para mais informações, consultar Galindo Cáceres, Jesús (coord.). *Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una Comunicología posible*. Madri: McGraw Hill Interamericana, 2008.

2. O termo foi criado por Charles Sanders Peirce durante os encontros do *Metaphysical Club* de Cambridge, Massachusetts, em 1872. No entanto, o termo foi popularizado por William James em uma conferência de 1898.

as ideias das pessoas, apenas importam seus atos, que definitivamente são avaliados cientificamente” (Estévez, 2007). Portanto, esta corrente se afasta das abstrações, das soluções verbais, da retórica e dos sistemas fechados absolutos, e se dirige à ação, em direção aos feitos concretos. E a comunicação na vida cotidiana é, sem dúvida, um feito concreto, observável, e suscetível de ser analisado.

Por outro lado, o Pragmatismo proporciona uma nova lógica do significado. Segundo esta corrente, a função do pensamento deve ser a de impor uma regra de ação, um hábito de comportamento, uma crença ou cosmovisão compartilhada. Em termos gerais, os pontos de partida do Pragmatismo podem ser enumerados nas seguintes ideias:

- a. Não existe uma verdade, somente cada ser humano a possui por si mesmo, o que lhe permite resolver seus problemas. Daí que a verdade, para o Pragmatismo, seja aquilo que funciona bem ou que melhor convém ao homem.
- b. Não entende por utilidade prática a confirmação da verdade objetiva mediante o critério da práxis, senão aquele que satisfaz os interesses subjetivos dos indivíduos. O verdadeiro, o satisfatório e o útil confluem no mesmo lugar.
- c. A divisão sujeito-objeto se estabelece unicamente dentro dos marcos da experiência, posto que o conhecimento é um conjunto de verdades subjetivas.
- d. O ser humano é capaz de orientar sua atividade segundo fins que foram, em certa medida, criados ou decididos por ele de maneira individual ou coletiva.
- e. O conhecimento mesmo é um tipo de atividade. É exclusiva do ser humano a capacidade de atuar reflexiva e intelectualmente.
- f. As ações e fins constituem o eixo em que se sustenta a atividade interpretativa.
- g. O processo do conhecimento está vinculado ao que o homem faz, mas ao mesmo tempo influi no que o homem pode ou quer fazer.
- h. O característico do Pragmatismo não é subordinar o pensamento à ação, mas redefinir a expressão do pensamento mesmo em teorias que tratam de desvendar a realidade.
- i. A ciência se sustenta na busca incondicional de teorias cada vez mais corretas. A ciência mantém uma relação indireta com a ação.
- j. A prova da verdade de uma proposta é sua utilidade prática. O propósito do pensamento é guiar a ação, e o efeito de uma ideia é mais importante que sua origem.

No entanto, a maioria dos autores concorda que não existem pontos básicos em que todos os pragmatistas concordem (Rossi, 2005). As ideias ou propostas em torno das quais houve consenso foram as seguintes: a concepção dicotômica da experiência, que leva a considerar a relação sujeito-objeto como um processo não-linear; a vinculação entre conhecimento e ação, isto é, a reivindicação da utilidade do conhecimento; a defesa do caráter público do conhecimento, que deve ser sempre compartilhado; o privilégio dado à experiência futura, que se concebe como a única fonte para julgar nossas ações; e algo que já se apontou anteriormente, a recusa à concepção clássica da verdade.

Os pontos de partida gerais do Pragmatismo permitem apontar vários temas comuns, ou ao menos similares, entre o Pragmatismo, a Fenomenologia Social e a Sociologia Compreensiva. Entre estes temas encontramos, por exemplo, a referência à *verstehen* com o propósito de refletir a compreensão pessoal dos motivos e crenças que estão por trás das ações dos sujeitos. Por outro lado, também se observam similitudes em torno da ênfase dada à questão do significado, compreendido como a interpretação que faz o ator de sua realidade e sua cultura dirigida a conhecer o que faz o ator, o que sabe e o que constrói e utiliza. O *verstehen*, sem dúvida, aponta já para algumas relações entre estas tendências filosóficas e o conhecimento em comunicação.

Por outro lado, se concebemos o Pragmatismo como um método, é viável falar da pesquisa pragmática. Esta se caracteriza por conceber a realidade como algo múltiplo; por ser abrangente; por considerar que a experiência humana sempre está mediada pela interpretação; por compreender a verdade como um acordo social e historicamente condicionado; por dar ênfase à capacidade de colocar-se no lugar do outro; por estar interessada na compreensão das percepções e valores atribuídos aos significados; por trabalhar em cenários naturais, não modificados; por potencializar a diversidade; por ter caráter contemplativo; por colocar ênfase no processo de transformação do objeto em sujeito na obtenção de conhecimentos teóricos; por construir conhecimento ideográfico, singular, concreto, baseado no raciocínio imediato; por empregar métodos como a observação participativa, a entrevista em profundidade e as histórias de vida; por não generalizar os resultados teóricos obtidos; por trabalhar a partir de métodos indutivos; e, por último, por propiciar desenhos de pesquisa flexíveis e abertos.

#### ALGUNS CONCEITOS BÁSICOS: CONHECIMENTO, VERDADE E AÇÃO

William James descreveu três partes da personalidade: o *meu* ou *eu* material (meu corpo), o meu (eu) social (as pessoas ao nosso redor: amigos, família etc) e o meu (eu) espiritual (o que penso, minhas ideias e sensações). Como se pode

observar, há um grande paralelismo entre esta concepção de personalidade de James e a proposta de condutismo social de George H. Mead em *Espíritu, persona y sociedad* (1968). Não é por acaso, por isso, que tanto Mead como James tenham sido considerados fontes de pensamento fundamentais para o desenvolvimento das ideias que posteriormente fariam a corrente do Interacionismo Simbólico, com Herbert Blumer (1968) à frente, corrente que goza de certa presença no âmbito das teorias da comunicação, sobretudo no que diz respeito a que as análises da comunicação interpessoal e a interação se referem.

Para William James, o pragmatismo não é apenas um método de análise. É também uma teoria genética da verdade, “uma teoria de que as verdades estão vivas, nascem e envelhecem” (Rodríguez, 1990: 94). A insatisfação diante da teoria da verdade e a concepção milenar de conhecimento – linear, única – foram, entre outros, os detonadores da proposta de James, concebida como uma forma de empirismo radical. O empirismo radical se fundamenta em três ideias básicas: o postulado de que as únicas questões debatíveis na filosofia são as que podem se definir em termos extraídos da experiência; a constatação empírica de que as relações entre as coisas, conjuntivas ou disjuntivas, são objeto de experiência direta, nem mais nem menos que as coisas mesmas, e a conclusão generalizada segundo a qual as relações são também parte da experiência e, portanto, não são necessários os ofícios de nenhum suporte unificante transempírico (James, 1975: 6-7).

O centro do pensamento de James deve situar-se no tema da verdade. Nas palavras do próprio autor, “a epistemologia comum se concentra na vaga afirmação de que as ideias têm que *corresponder* ou *estar de acordo*; o pragmatismo insiste em que se deve ser mais concreto, e pergunta o que pode significar em detalhes tal “acordo” (James, 1975: 104). A verdade, vista a partir do empirismo radical, pode ser explicada assim: “a experiência pragmática da verdade é, acima de tudo, a experiência da radical historicidade desta. O conjunto da experiência humana é o resultado instável da mútua modificação que tem lugar entre as velhas verdades e os novos descobrimentos. A estabilização deste ajuste, sempre relativa, é o que James chama a nova verdade” (Rodríguez, 1990: 99). Em síntese, a verdade significa adequação à realidade, adequação que não está baseada em relações estáticas nem inertes, senão em processos dinâmicos constantes. Parafraseando James, qualquer ideia que nos conduz de forma próspera e bem-sucedida de uma parte de nossa experiência a outra, simplificando e poupando-nos trabalho, é uma ideia verdadeira. A verdade é, então, uma espécie de roteiro para a ação social.

Por outro lado, James estabelece uma distinção entre dois tipos de conhecimento: o conhecimento de *familiaridade*, constituído por preceitos, pelas

únicas realidades que conhecemos; e o conhecimento *sobre*, formado por conceitos, algo como alguns mapas ou planos que esgotam toda sua função em nos conduzir até os preceitos, carecendo de missão cognoscitiva distinta ou específica. Por isso, para James, “o conhecimento conceitual é um simples substituto, cujo sentido consiste em servir de meio para nos conduzir à presença das realidades sensíveis” (Rodríguez, 1990: 96). O primeiro tipo de conhecimento permite ao sujeito atuar sobre a realidade; é um tipo de conhecimento da intuição empírica. O conhecimento *sobre*, por outro lado, permite refletir a realidade, não atuar sobre ela; é um conhecimento representativo ou intelectual. Em tudo isso, a prática não é mais que a atividade que permite conectar o pensamento conceitual à sensação, ao vivido e experimentado diretamente pelos sujeitos. Se concebemos aqui a comunicação como uma experiência cotidiana de relação com *outros*, parece claro então que a teoria pragmática do conhecimento se relaciona também com a comunicação, sobretudo se concebermos esta última como sinônimo de interação.

Todas as reflexões de James, quer sejam psicológicas ou filosóficas, se centram no primeiro tipo de conhecimento, no conhecimento de *familiaridade*. É, então, o homem singular que interessa ao autor, como se verá posteriormente. James compartilha com Alfred Schütz sua proposta de fenomenologia mundana. “O homem entra em contato não com uma realidade encontrada, não fabricada, mas no contato com ela, o homem tem certa liberdade para tratá-la de um modo ou outro (Rossi, 2005: 5). A realidade, portanto, é uma “realidade maleável nas mãos humanas” (Idem).

### A FENOMENOLOGIA SOCIAL DE ALFRED SCHÜTZ

Como já dito anteriormente, a Fenomenologia Social (também conhecida como Sociologia Fenomenológica ou Fenomenologia da vida cotidiana) de Alfred Schütz se baseia na Fenomenologia transcendental de Edmund Husserl, por um lado, e a Sociologia Compreensiva de Max Weber, por outro.

Um dos conceitos básicos do pensamento schütziano, e o que permite identificar de forma mais clara as contribuições da Fenomenologia Social à Comunicação é a intersubjetividade, a consideração de que nós, sujeitos, atuamos no mundo com base nas relações intersubjetivas que temos com *outros*. Ainda que para pensar a comunicação, a intersubjetividade possa ser considerada como o conceito matriz do pensamento de Schütz, o próprio autor empregou outros termos que também ajudam a entender a natureza do mundo social e, conseqüentemente, a comunicação cotidiana que tem lugar nele. Alguns desses conceitos são o *alterego*, a ação e o conhecimento de senso comum.



Para Schütz, o *alterego* é dado ao sujeito como uma demonstração prática de um ser idêntico com quem compartilha um mundo intersubjetivo conhecido como “mundo do eu” no qual convivem seus antecessores, seus contemporâneos e seus predecessores. Isso significa, diria Schütz, que o “outro” é como “eu”, capaz de atuar e de pensar; que sua capacidade de pensamento é igual a minha; que analogamente à minha vida, a dele mostra a mesma forma estrutural-temporal com todas as experiências que isso acarreta. Significa que o “outro”, como “eu”, pode projetar-se sobre seus atos e pensamentos, dirigidos a seus objetos, ou ainda voltar-se em direção a “si mesmo” de modo pretérito, mas também pode contemplar meu fluxo de consciência em um presente vivido.

No que diz respeito à ação, para Schütz, o cenário básico da ação social é o mundo da vida. É nele onde as pessoas empreendem ações baseadas em projetos e caracterizadas por intenções determinadas. Como já se registrou antes, a *ação* é entendida como a conduta proposital projetada pelo agente; ao contrario, o *ato* é definido como a ação cumprida. Portanto, o mundo da vida cotidiana é o cenário e também o objeto de nossas ações e interações. Este mundo não é o mundo privado do indivíduo isolado, mas um mundo intersubjetivo, comum a todos nós, no qual temos interesses eminentemente práticos.

### AÇÃO E COMUNICAÇÃO EM SCHÜTZ

Todas as ações sociais acarretam em comunicação e toda comunicação se baseia necessariamente em atos executivos para comunicar-se com outros, portanto, os sujeitos devem realizar atos manifestos no mundo externo que se suponham interpretados pelos outros como signos daquilo que querem transmitir. Esta é, precisamente, a base da intersubjetividade, a assunção de que *alter* e *ego* se compreendem, significam o mundo com base em significados compartilhados.

Por último, o autor vincula o conhecimento de senso comum com a intersubjetividade. O mundo da vida é intersubjetivo porque nele vivem sujeitos entre sujeitos, com valores comuns e processos de interpretação conjunta. Também é um mundo cultural, enquanto se constitui como um universo de significação para os sujeitos, ou seja, como uma textura de sentido que os sujeitos devem interpretar para orientar-se e conduzir-se nele.

Por isso, o mundo da vida não é um mundo privado, mas intersubjetivo e, conseqüentemente, o conhecimento dele não é privado, mas intersubjetivo e socializado desde o princípio: é um conhecimento de senso comum. Apenas uma parte do conhecimento se origina dentro da experiência pessoal, e em sua maior parte é de origem social, ou seja, foi transmitido por outros sujeitos que ensinam seus semelhantes a definir o ambiente, a significar o seu redor.

O meio significador por excelência que permite transmitir o conhecimento de origem social é a linguagem cotidiana.

Tudo o que foi dito anteriormente permite afirmar que a abordagem teórica da interação e da comunicação desde a Fenomenologia Social implica em falar da relação entre o *eu* e o *outro*. Como afirma Schütz,

ao viver no mundo, vivemos com outros e para outros, e orientamos nossa vida na direção deles. Ao vivenciá-los como outros, como contemporâneos e congêneres, como predecessores e sucessores, ao nos unirmos com eles na atividade e no trabalho comum, influenciando sobre eles e recebendo, por nossa vez, sua influência, ao fazer todas estas coisas compreendemos a conduta dos outros e supomos que eles compreendem a nossa (Schütz, 1974: 39).

Portanto, para a Sociologia Fenomenológica, estar no mundo significa comunicar-se com outros, interagir com outros. Todo sujeito se comunica para constituir-se como tal, e todo ato de comunicação implica colocar em ação atos manifestos no mundo externo que os outros devem interpretar e compreender a partir de suas próprias biografias, fazendo uso de seus acervos de conhecimento disponível.

Como afirma Martín Algarra (1993: 207), “a comunicação é um fenômeno próprio e exclusivo do âmbito de significado finito da vida cotidiana”, o que é o mesmo que dizer que a comunicação não cabe fora da vida cotidiana: a comunicação é um “fenômeno mundano cujo acesso se dá a partir de sua análise como ação humana e que, para sua correta compreensão, deve-se emoldurar no mundo da vida cotidiana (Martín Algarra, 1993: 16). E para Schütz, a comunicação não é um sistema semântico, mas o processo de compartilhar o fluxo de experiências do outro no tempo interior, de forma que se possa constituir a experiência do “nós”.

Em síntese, para a Fenomenologia Social, a subjetividade está inevitavelmente presente em qualquer ato de comunicação. Sem interação não existem sujeitos sociais, dado que a construção de sentidos sobre a realidade social requer, inevitavelmente, interação, discussão e negociação de significados.

### APROXIMAÇÕES ENTRE JAMES E SCHÜTZ

Tanto o Pragmatismo como a Fenomenologia Social dividem a preocupação em conhecer como se formam os significados e as crenças compartilhadas no cenário da vida cotidiana. A ênfase pragmática, no entanto, faz com que William James se interesse também por como é que se tomam e adotam decisões para a ação.

O empirismo radical de James não identifica a experiência com o dado sem mais nem menos, porque sua concepção do conhecimento é sobretudo pragmática, não contemplativa. Isso implica certa diferença com a atitude de

Alfred Schütz diante do problema do conhecimento, já que para este, o dado sem mais nem menos, os sujeitos em “atitude normal” são o centro da construção do mundo da vida e, também, do conhecimento.

No entanto, ambos os autores compartilham a ênfase dada ao concreto. Como afirma James, “toda a originalidade do pragmatismo, o essencial nele, é seu uso do modo concreto de ver as coisas. Começa com a concreção, regressa e termina com ela” (James, 1975: 115-116). A concreção à qual se refere James pode ser vista como um traço característico do mundo da vida, cenário base de todas as reflexões de Schütz. Ambos os autores também se perguntam pelas circunstâncias em que as coisas cobram realidade, sentido, para as pessoas. Em James estas circunstâncias são verdadeiras, úteis para os fins dos sujeitos; em Schütz, a circunstância básica para que as coisas voltem a ter sentido é a intersubjetividade que se dá entre os homens em atitude natural. Em James, a intersubjetividade é concebida como aquilo que nos permite pensar a falibilidade do conhecimento. As teorias – diz James – não resolvem enigmas, são apenas instrumentos de investigação. O centro de sua proposta pragmática, portanto, é a experiência concreta dos sujeitos.

Também se observam coincidências nos autores na divisão da realidade em vários mundos. James diz que existem várias ordens de realidade, talvez um número infinito, que chama de “subuniversos”; Schütz, por seu lado, vê também várias realidades, várias “províncias de sentido”, a mais importante das quais, sem dúvida, é o mundo da vida cotidiana, o *lebenswelt*. De fato, Schütz deixa explícita sua dúvida com o pensamento jamesiano e, de alguma maneira, presta homenagem ao autor; a teoria das realidades múltiplas de Schütz está baseada na discussão de James sobre o sentido de realidade, fundamentada na clássica obra *Princípios de Psicologia* (1890). Schütz sustenta que há várias províncias de significado finito no mundo da vida. Os agentes percebem o mundo como uma multiplicidade de realidades. Daí o paralelismo entre as províncias de significado finitas sobre as quais fala Alfred Schütz e os subuniversos aos quais se refere William James.

Para Schütz, todo nosso conhecimento do mundo – tanto o conhecimento de senso comum pré-teórico próprio da atitude natural, como o conhecimento científico – supõe construções, ou seja, conjuntos de abstrações, generalizações, formalizações e idealizações próprias do nível respectivo de organização do pensamento. O anterior evidencia uma semelhança com os tipos de conhecimento estabelecidos por James, “*de familiaridade e proximidade*, sendo os primeiros os conhecimentos de senso comum, os que maior importância têm nas propostas de ambos autores.

Tanto em James como em Schütz, o objeto de reflexão é o sujeito mundano,

o homem *normal*, na vida cotidiana. A centralidade do cotidiano em Schütz, ou seja, seu distanciamento da fenomenologia transcendental husserliana tem a ver com a negação da experiência pura de James: “Para James, a experiência pura não encontra sua expressão no ego da consciência pura, a experiência pura é o conjunto de tudo o que está relacionado a outra coisa sem que exista necessariamente consciência desta relação” (López, s/d). No âmbito da vida cotidiana, diz Schütz, opera a intersubjetividade, o reconhecimento do *outro* como um sujeito similar a mim e com quem divido, *a priori*, saberes e significados sobre o mundo.

O que foi dito anteriormente faz com que ambos os autores compartilhem, também, certa concepção de tempo e da relação entre sujeitos. Para James, nossos modos fundamentais de pensar sobre as coisas são descobertas que obedecem à experiência de antepassados que conseguiram conservar-se ao longo de tempos ulteriores. Do mesmo modo, Schütz concebe uma continuidade entre os predecessores (os antepassados jamesianos) e os contemporâneos com quem compartilhamos espaço e tempo. Ainda que ambos reflitam sobre o passado, sobre como os que nos precederam deixaram suas pegadas no mundo atual, o centro de interesse de ambos, como se comentou anteriormente, constitui o aqui e o agora, o concreto, o tempo presente. O pragmatismo jamesiano, como a sócio-fenomenologia schütziana, toma como ponto de partida o senso comum e não prescindem nunca do mundo concreto e cotidiano.

É que tanto James como Schütz têm no centro de sua reflexão a experiência cotidiana. Para James, esta não se reduz à sucessão de dados sensoriais mais ou menos coisificados pelos sentidos; é o âmbito do sentido, do irredutivelmente concreto e subjetivo, irracional, multiforme e qualitativo, e por isso, não é conceitualizável (Laso, s/d). O espaço de análise de James não é, portanto, o espaço das ideias, das crenças em abstrato, mas o da ação e das práticas cotidianas. O mesmo sucede com Schütz, que se afasta do transcendental e pretende construir conhecimento sobre o mundo intersubjetivo da vida cotidiana, onde os seres humanos vivem em atitude natural sem colocar em dúvida o concreto. Nos dois autores, portanto, o concreto se converte no centro de suas reflexões, e pese que nenhum dos dois realizou estudos empíricos propriamente dito, suas contribuições conceituais sobre o ato concreto da comunicação e a interação são de sumo interesse para ampliar o conhecimento sobre estes fenômenos.

Vale a pena aprofundar um pouco mais a concepção da intersubjetividade e da comunicação em ambos autores. Ainda que para nenhum deles a comunicação tenha sido um conceito central, ambos, sobretudo Schütz, colocaram ênfase nas relações intersubjetivas e as interações cotidianas como *lugar* onde se constroem os significados *verdadeiros* por parte dos sujeitos. Schütz se perguntava como era possível o entendimento e a comunicação, em quais estruturas

da consciência se achavam os significados que outorgamos a nossas ações ou qual era a origem da relação entre os sujeitos e a sociabilidade. A vida cotidiana, o aqui e o agora, o concreto, é o espaço onde tem lugar a interação entre sujeitos. Do mesmo modo, James se preocupa em como os sujeitos singulares, os concretos, constroem significados úteis para conduzir suas ações neste mundo. Nenhum dos dois se interessou pelos conhecimentos transcendentes, mas pelo o que os humanos comuns pensam e fazem no mundo da vida.

#### ENCERRAMENTO:

#### PRAGMATISMO, FENOMENOLOGIA SOCIAL E COMUNICAÇÃO.

Já se afirmou anteriormente que existe certo consenso em torno das relações entre as Ciências Sociais e as Ciências da Comunicação e que, no caso da Filosofia, não são tão reconhecidas as mútuas implicações entre esta e o campo do saber comunicacional. Além disso, e para dar continuidade às reflexões apresentadas nos itens anteriores, é válido expor as seguintes perguntas: em que contribuem o Pragmatismo e a Fenomenologia Social ao pensamento na Comunicação? Essas contribuições são reconhecidas? Como pode ser lida a interação – a comunicação interpessoal – na ótica de ambas as correntes de pensamento?

Em trabalhos anteriores (Rizo, 2006; 2007; 2008) foram apresentadas extensas reflexões em torno das contribuições da Fenomenologia Social – com Schütz à frente – à interação, assim como ideias sistematizadas que dão conta que esta corrente não foi suficientemente reconhecida como parte da história do pensamento comunicacional. Algo similar acontece com o Pragmatismo; suas referências no campo acadêmico da comunicação se reduziram fundamentalmente a duas questões muito gerais: por um lado, se associa o Pragmatismo à dimensão pragmática da linguagem; exemplificada nos trabalhos de Austin (1971), entre outros autores com menor importância oficial no campo; por outro, há algumas referências gerais ao Pragmatismo como raiz filosófica da corrente do Interacionismo Simbólico, cujos autores com maior presença no campo foram Mead (1968), com seu conceito de *si mesmo*, e Goffman (1972), com suas contribuições à análise dramática da vida cotidiana com conceitos como interação, ritual, situação social e encontro, entre outros.

No entanto, nem o Pragmatismo nem a Fenomenologia Social constituem referências de importância na história oficial e legitimada do pensamento sobre a comunicação. A concepção pragmatista da verdade traz alguns raios de reflexão interessantes para complexificar nossa reflexão sobre a comunicação e, especificamente, sobre a interação: podemos considerar unicamente verdadeiras aquelas interações que servem para alguns dos fins que estabelecemos como sujeitos? Ou, dito de outra maneira, o grau de verdade de uma interação se baseia

em sua utilidade para conseguir o que desejamos? Talvez seja muito arriscado responder afirmativamente a estas questões, pois ainda que seja certo que o sucesso e a eficácia de uma interação venham determinados pelo resultado que esperamos dela, não se pode afirmar com toda certeza que aquelas situações de interação nas quais não tivemos sucesso *não sejam verdadeiras*. O que é evidente é que em qualquer situação de interação contruímos uma imagem do *outro* que determina em grau distinto nossa forma de nos comportarmos durante a interação, nossos atos e gestos. A construção *verdadeira* desse *outro* é condição indispensável para poder atuar e engatar comunicação com *outros* com quem interagimos no âmbito da vida cotidiana.

O Pragmatismo e sua ênfase na ação trazem também interessantes considerações sobre a comunicação em uma perspectiva mais geral: para que nos comunicamos? Temos sempre claros os fins para os quais nos comunicamos? Se não fosse assim, seria necessário que todo sujeito tivesse claro o *para quê* de seu comportamento comunicativo? Para o Pragmatismo, sem dúvida, a resposta seria afirmativa. A comunicação é uma forma de ação, e toda ação deve permitir aos sujeitos se conduzirem sob suas *verdades* no mundo. Mas toda ação comunica? A comunicação resultante de uma ação deve ser necessariamente verdadeira para um ou ambos os sujeitos comunicantes?

A negociação de significados com o *outro*, a construção de *verdades*, como ponto de partida para a interação com esse *outro*, são também elementos indispensáveis para que se dê a comunicação segundo a perspectiva da Fenomenologia Social de Schütz. No entanto, a partir deste enfoque a ênfase é mais subjetiva, pois segundo Schütz, a subjetividade está inevitavelmente presente em qualquer ato de comunicação. A construção de sentidos sobre a realidade social requer interação, discussão e negociação de significados. São esses significados verdadeiros? Ou melhor, para que estes significados tenham sentido para os sujeitos, eles devem considerar os significados verdadeiros? Verdade, subjetividade e comunicação emergem, então, como um triângulo conceitual sobre o qual ainda ficam muitas coisas por dizer.

Como se demonstrou nessa proposta, a relação entre a Filosofia e as Ciências da Comunicação não pode limitar-se à existência da chamada Filosofia da Comunicação como espaço para pensar teoricamente os fenômenos comunicativos. A Comunicação deve muito a outras disciplinas, sobretudo às Ciências Sociais, mas também deve ao pensamento filosófico. Neste caso, mostramos as contribuições que correntes como o Pragmatismo e a Fenomenologia Social podem trazer ao pensamento em Comunicação, sobretudo vinculando conceitos de ação, verdade, conhecimento, interação e intersubjetividade. Todos eles conceitos úteis para pensar a comunicação como fundamento da vida social. ■

## BIBLIOGRAFIA

- AUSTIN, John L. *Cómo hacer cosas con palabras*. Buenos Aires: Paidós, 1971.
- BLUMER, Herbert. *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*. New Jersey: Prentice Hall, 1968.
- ESTÉVEZ Griego, Fernando. "Pragmatismo de William James". <http://fernando-estevez-griego.blogspot.com/2007/07/pragmatismo-de-william-james.html>. Acesso em 31 de out 2008.
- GALINDO Cáceres, Luis Jesús. *Hacia una Comunicología posible*. San Luis Potosí: Universidad Autónoma de San Luis Potosí, 2005.
- \_\_\_\_\_; KARAM Cárdenas, Tanius e RIZO García, Marta. *Cien libros hacia una Comunicología posible. Ensayos, reseñas y sistemas de información*. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México, 2005.
- \_\_\_\_\_. (coord.) *Comunicación, Ciencia e Historia. Fuentes científicas históricas hacia una Comunicología Posible*. Madrid: McGraw Hill Interamericana, 2008.
- \_\_\_\_\_ e RIZO García, Marta (coords.). *Historia de la comunicología posible. Las fuentes de un pensamiento científico en construcción*. León y Puebla (México): UIA León y UIA Puebla, 2008.
- GOFFMAN, Erving. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, [1959] 1972.
- JAMES, William. *Principios de psicología*. Madrid: Daniel Jorro Editor, [1890] 1909.
- \_\_\_\_\_. *The meaning of truth. A Sequel to Pragmatism*. Cambridge y Londres: Harvard University Press, 1975.
- \_\_\_\_\_. *Pragmatismo. Un nuevo nombre para antiguos modos de pensar*. Madrid: Sarpe, 1984.
- LASO, Esteban. "Fuga a dos voces: las verdades sobre William James". <http://estebanlaso.com/pdfs/james.pdf>. Acesso em 19 de nov 2008.
- LÓPEZ Pérez, Ricardo. "Idea de constructivismo". <http://www.periodismo.uchile.cl/cursos/psicologia/constructivismo.pdf>. Acesso em 3 de nov 2008.
- MARTÍN Algarra, Manuel. *La comunicación en la vida cotidiana. La fenomenología de Alfred Schütz*. Pamplona (España): Eunsa, 1993.
- MEAD, George H. *Espíritu, persona y sociedad. Desde el punto de vista del conductismo social*. Madrid: Paidós, 1968 [1934].
- MENAND, Louis. *El club de los metafísicos. Historia de las ideas en América*. Barcelona: Destino, 2002.
- PÉREZ de Tudela, Jorge. *El pragmatismo americano: acción racional y reconstrucción del sentido*. Madrid: Cincel, 1988.
- RIZO García, Marta. "La intersubjetividad y la vida cotidiana como objetos de estudio de la ciencia de la comunicación. Exploraciones teóricas y abordajes empíricos". In: REBEIL Corella, María Antonieta (ed.) (2006) *XIII Anuario de Investigación de la*

*Comunicación CONEICC*. México: CONEICC, Universidad Anáhuac, Universidad Autónoma de Coahuila, UIA-México, UIA-León, pp. 85-104, 2006.

\_\_\_\_\_. "Alfred Schütz y la teoría de la comunicación. Reflexiones desde la Comunicología Posible". In: revista *Question*, n. 15, invierno 2007, Sección Ensayos. Universidad de La Plata (Argentina). [http://perio.unlp.edu.ar/question/numeros\\_anteriores/numero\\_anterior15/nivel2/articulos/ensayos/rizogarcia\\_1\\_ensayo\\_15invierno07.htm](http://perio.unlp.edu.ar/question/numeros_anteriores/numero_anterior15/nivel2/articulos/ensayos/rizogarcia_1_ensayo_15invierno07.htm). Acesso em 3 de nov 2008.

\_\_\_\_\_. "La Sociología Fenomenológica como fuente científica histórica de una Comunicología posible". In: Galindo, Jesús (Coord.) *Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una Comunicología posible*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana, pp. 43-107, 2008.

RODRÍGUEZ, Mariano L. "Conocimiento y verdad en el pragmatismo de William James". In: *Enrahonar. Quaderns de Filosofia*, n. 16, Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona, pp. 89-104, 1990.

ROSSI, Paula. "Dos pragmatistas, dos pragmatismos". In: *A parte Rei. Revista de Filosofia*, Núm. 40, Julio de 2005. <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/rossi40.pdf>. Acesso em 15 de jan 2009.

SCHÜTZ, Alfred. *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1974 [1962].

YU, Chong Ho. "Abduction? Deduction? Induction? Is there a Logic of Exploratory Data Analysis?". Encontro Annual de la American Educational Research Association. Nueva Orleans, Louisiana, Abril de 1994. <http://www.conductitlan.net/context.doc>. Acesso em 19 de jan 2009.

TRADUZIDO DO ESPANHOL POR RENATA COSTA

Artigo recebido em 23 de março de 2009 e aprovado em 28 de janeiro de 2010.