

A natureza intersubjetiva da comunicação

Adriano Duarte Rodrigues

Doutor; Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal
adrodrigues42@gmail.com

Resumo

Partindo de uma crítica das metáforas da transmissão, da mensagem, do conteúdo, muito frequentes nos estudos sobre a comunicação, este texto define a atividade intersubjetiva como o domínio específico da comunicação. Partindo da experiência do próprio leitor, procura mostrar a natureza inferencial da lógica que regula os fenômenos que a manifestam.

Palavras-chave

Comunicação. Atividade intersubjetiva. Semiótica. Socialidade. Teoria dos sistemas.

1 Introdução

A natureza polissêmica do termo comunicação torna por vezes pouco claro aquilo a que nos referimos quando o utilizamos. Na academia, é muitas vezes utilizado como uma categoria para referir, ora trabalhos que incidem sobre objetos e questões que se situam na fronteira das disciplinas constituídas, ora projetos situados no quadro de visões holísticas interdisciplinares do saber. Os departamentos e centros de pesquisa das ciências da comunicação são, por isso, espaços em que podemos observar conjuntos heteróclitos de saber, de visões do mundo, de objetos e de perspectivas, conjuntos relativamente marginais em relação às ciências disciplinares que, desde meados do século XIX, foram sendo constituídas a partir de um recorte preciso do seu objeto e dos seus fenômenos de observação, assim como da progressiva estabilização das suas metodologias de pesquisa.

Ao longo do último século foram, no entanto, sendo tentadas várias propostas de resposta ao desconforto decorrente da polissemia do termo comunicação e da consequente dificuldade de diálogo com as ciências disciplinares, que se foram estabilizando relativamente

ao longo do último século. Estas respostas têm consistido na adoção de perspectivas mais dependentes da imposição de pesquisadores influentes com capacidade de liderança do que de um trabalho acurado e sistemático de reflexão. Creio que podemos, no entanto, destrinçar de entre as tentativas para definir os projetos das ciências da comunicação, ao longo das últimas décadas, duas perspectivas predominantes que têm rivalizado entre si: a teoria dos sistemas e a semiótica.

A teoria dos sistemas é, em grande parte, responsável por uma definição da comunicação a partir da metáfora da transmissão. A comunicação passou, assim, a ser considerada como transmissão de informação, por vezes também entendida como transmissão de mensagens ou de conteúdos, entre um ou mais emissores e um ou mais receptores. Alguns estudiosos da comunicação, sobretudo na América Latina, conseguiram, inclusivamente, desenvolver um empreendimento notável, o de reler a perspectiva sistêmica a partir de categorias herdadas da economia política de inspiração marxista. Para esses autores, a categoria da emissão é interpretada como produção (de sentido) e a categoria da recepção como consumo (do sentido produzido). Esta transformação da perspectiva sistêmica parece ajustar-se àquilo a que me atrevo a designar uma teoria conspiratória das mídias, albergando deste modo a crítica da indústria cultural, herdada da Escola de Frankfurt e dos estudos culturais.

O mais importante, contudo, é verificar que as categorizações feitas a partir da teoria dos sistemas convertem a comunicação num processo linear, muito apropriado para uma visão conspiratória de denúncia de um suposto projeto manipulador por parte de supostos detentores hegemônicos do poder sobre populações anônimas e indefesas. A esta luz, a comunicação é vista como imposição unilateral de mensagens visando a consolidação do poder constituído ou de classes dominantes, sendo as pessoas consideradas como marionetas indefesas e acéfalas das determinações culturais da produção (de sentido). Na América Latina esta perspectiva reduz quase exclusivamente o âmbito da comunicação ao domínio dos estudos do jornalismo escrito e televisivo.

Por seu lado, a semiótica costuma ser, sobretudo, invocada pelos estudiosos da comunicação enquanto disciplina destinada a dar conta dos processos de semiose (RODRIGUES, 1991). Não admira, por isso, que seja especialmente a herança de Peirce que costuma ser invocada pelos estudiosos da comunicação. De fato, enquanto para Ferdinand de Saussure (SAUSSURE, 1972), a semiótica encara a significação como organização estrutural dos signos, como relação binária entre uma materialidade significativa e o conceito ou

significado que lhe corresponde, para Peirce a semiótica é uma organização ternária que inclui a relação do signo com outros signos que desempenham o papel de interpretantes desse signo, abrindo-se assim para uma cadeia ilimitada de interpretância, justamente definida como semiose (PEIRCE, 1978; DELEDALLE, 1979).

A apropriação por parte dos estudiosos da comunicação da perspectiva semiótica peirceana parte, no entanto, de um equívoco insuperável. Enquanto para Peirce a semiótica é outro nome da lógica, os estudiosos da comunicação veem o estudo da tríplice constituição do signo e a semiose que ela engendra sobretudo como metodologia para darem conta dos processos sociais envolvidos na comunicação. Deste modo, a invocação da semiótica nos estudos da comunicação confronta-se evidentemente com uma questão que Peirce excluía liminarmente do horizonte da semiótica, a questão da intencionalidade.

A confusão que acabo de mencionar torna-se particularmente desconfortável quando se pretende utilizar a semiótica como metodologia das autodesignadas análises críticas de discursos. De fato, quem se der ao trabalho de ler os textos de Peirce (1931-1935, 1958) e a correspondência que ele alimentou com William James e Lady Welby (PEIRCE, 1977) depressa se dará conta de que não estava de maneira nenhuma nos planos de Peirce tratar da intencionalidade nem criticar os discursos das pessoas ou das instituições, mas compreender e dar conta da lógica dos processos semióticos ou da semiose. Como ele próprio gostava de enfatizar, a semiótica não é senão outro nome da lógica.

Nunca será demais lembrar que Peirce considerava-se herdeiro do *Organon* de Aristóteles, da Escolástica medieval e renascentista e, sobretudo, das três analíticas de Kant. Todo o seu esforço consistiu, por conseguinte, em eliminar da semiótica qualquer referência à intencionalidade e àquilo que ainda restava de marcas psicologizantes nas filosofias modernas, em particular na fenomenologia de Husserl. Esta demarcação em relação às questões da intencionalidade levou-o inclusivamente a elaborar uma moral terminológica, um processo de constante vigilância que lhe permitisse evitar que os próprios termos e categorias propostos para o estudo da semiose pudessem guardar quaisquer referências à intencionalidade e aos processos psicológicos. Foi por isso que decidiu designar as categorias semióticas por categorias aritméticas: *firstness*, *secondness*, *thirdness*. Como vemos, uma vez que o objetivo de seu trabalho era a elaboração de uma nova razão pura, depurada de qualquer referência à maneira como as pessoas utilizam os signos, o projeto que propôs situa-se nos antípodas da maior parte das utilizações da sua proposta que encontramos nos estudos da comunicação.

2 A crítica das metáforas da transmissão e da partilha

Ao contrário destas tentativas para ir procurar nas disciplinas constituídas o quadro teórico para estudar a comunicação, tenho dedicado todos os meus esforços a procurar definir a especificidade da comunicação como domínio de estudo próprio, independente, tanto da teoria dos sistemas e da semiótica, como das outras ciências disciplinares.

O domínio específico da comunicação é indiscutivelmente o da experiência da intersubjetividade e o seu objeto próprio são os fenômenos intersubjetivos, domínio e objeto que os outros ramos do saber, incluindo a teoria dos sistemas e a semiótica, excluem explicitamente do seu âmbito.

Antes de especificar em que consiste a natureza da experiência intersubjetiva, e para melhor a compreender, vou agora mostrar as falácias em que caímos quando referimos a comunicação com as metáforas retiradas da teoria dos sistemas e da semiótica, em particular as metáforas da transmissão, da partilha, da informação e do conteúdo (SPERBER; WILSON, 2001). Ao serem adotadas pelos estudiosos da comunicação, estas metáforas dão origem a uma perspectiva insustentável, ao mesmo tempo, maquínica, instrumental e idealista da comunicação.

Começo por pedir ao leitor deste texto que, neste momento, reflita sobre aquilo que está acontecendo. Se parar para pensar, poderá facilmente dar-se conta de que não está a receber qualquer mensagem que eu tenha transmitido ou partilhado. O que está a fazer é a ler ou a decifrar representações gráficas que eu escrevi na tela do meu computador e que foram reproduzidas pelo aparato editorial, utilizando os recursos do software apropriados para esse efeito. Por outro lado, ao escrever as representações gráficas que estão no texto que está neste momento a ler, eu não coloquei ideias ou sentimentos na tela do meu computador, mas utilizei os meus dedos para ativar o teclado do meu computador de modo a escrever as representações gráficas que o leitor está a decifrar. O leitor deste texto não precisa de grande esforço de reflexão para verificar que os meus pensamentos e os meus sentimentos não saltaram para o texto que o leitor está a ler. Não saíram da minha mente, não migraram nem foram vertidos num recipiente destinado a ser aberto e recebido pelo leitor. As representações gráficas que formam o texto que o leitor está a ler não é um recipiente em que eu tenha depositado o conteúdo da minha mente, transportando ou transmitindo os meus pensamentos ou os meus sentimentos. Eu não os enderecei ao leitor nem o leitor está agora abrindo qualquer recipiente para receber o conteúdo dos meus pensamentos ou dos meus sentimentos. O que o leitor está fazendo neste momento não é receber os meus pensamentos,

mas decifrar as representações gráficas que eu coloquei no texto que escrevi. A partir desse trabalho de decifragem é o leitor que está a formar os seus próprios pensamentos, inferindo aquilo que eu provavelmente poderei ter pensado no momento em que os escrevi ou no momento em que os concebi na minha mente. As ideias e os sentimentos que o leitor está a formar não foram, não são nem poderão nunca ser os meus, tal como os meus pensamentos e os meus sentimentos não são nem nunca poderão ser os dos leitores deste texto.

Já estamos a ver que a comunicação não é de maneira nenhuma nem poderá nunca ser transmissão ou partilha de conteúdos ou de mensagens. Dizer que a comunicação é transmissão ou partilha de mensagens ou de conteúdos é adotar uma visão idealista insustentável e presunçosa de comunicação. Consiste na crença num mito, o da comunhão das mentes, esquecendo que somos seres dotados de um corpo que apenas podem comunicar, dando a ver comportamentos ou realizando atividades ostensivas que se tornam manifestas para as outras pessoas.

É evidente que não podemos receber os pensamentos ou os sentimentos dos outros; apenas podemos inferi-los a partir da observação dos seus comportamentos. No nosso mundo, aquilo que se passa nas nossas mentes escapa a qualquer possibilidade de transmissão ou de partilha. O leitor deste texto, como aliás o observador de qualquer comportamento humano, terá inevitavelmente que proceder a um trabalho de interpretação inferencial que o levará a construir na sua mente pensamentos e a tomar consciência de sentimentos que infere da leitura ou da observação das representações gráficas ou das materialidades que observa.

A semiótica estuda a organização lógica da relação que estabelecem entre si as materialidades que manifestam nossos pensamentos e nossos sentimentos, independentemente do processo comunicacional, independentemente dos processos intersubjetivos que os provocam ou suscitam. São estes processos intersubjetivos que a semiótica coloca entre parêntesis no seu trabalho de compreensão da semiose que constituem precisamente o objeto específico dos estudos da comunicação.

3 A natureza intersubjetiva da atividade comunicacional

Se o leitor entendeu a crítica que acabo de apresentar das metáforas herdadas da teoria dos sistemas e da semiótica, está agora em condições de compreender que, se quisermos delimitar o âmbito dos estudos de comunicação, temos inevitavelmente que considerar a comunicação não como transmissão ou como partilha de mensagens ou de

conteúdos, mas como uma atividade dos seres humanos. O trabalho dos estudiosos da comunicação é, por isso, o de procurar descobrir em que condições os seres humanos desencadeiam essa atividade. Foi o que muito bem viu, já nos primeiros anos do século XX, George Herbert Mead (1967).

Os seres humanos desencadeiam a atividade comunicacional sempre que se encontram num mesmo ambiente, se reconhecem mútua e reciprocamente como parceiros de interação estão centrados no mesmo foco de atenção. Os estudos da comunicação têm, por isso, como objeto o estudo destas quatro componentes da atividade comunicacional: o encontro, o ambiente, o reconhecimento mútuo e recíproco e o foco de atenção dos intervenientes nessa atividade (COLLINS, 2004).

4 O encontro e o ambiente

Como não há atividade comunicacional sem o encontro entre pessoas, os estudos que ignoram esta componente adotam uma concepção redutora, solipsista ou autista da comunicação. Mesmo a comunicação que se realiza no momento em que o leitor estiver a ler este texto é uma atividade que depende do seu encontro comigo, no ambiente constituído pelo dispositivo técnico ou pela mídia da escrita.

Todos os encontros entre os seres humanos decorrem num ambiente criado por um dispositivo técnico ou por uma mídia. Ao contrário dos outros animais, que têm no território em que habitam o seu ambiente, os seres humanos, ao nascerem, encontram-se em estado de fetos, visto serem sujeitos a um atrofiamento ou involução dos seus dispositivos naturais para interagirem com os outros seres humanos num território concreto. A única maneira de os seres humanos sobreviverem neste planeta depende da possibilidade de criarem ou inventarem dispositivos artificiais para constituírem o seu ambiente ou, melhor dizendo, o seu mundo próprio, dispositivos técnicos, a que no Brasil se dá o nome de mídias.

Nunca é demais recordar que, mesmo quando nos encontramos face a face temos que utilizar o dispositivo técnico da linguagem, a mídia primeira de que precisamos para podermos interagir com os outros seres humanos que partilham conosco o mesmo mundo¹. É por isso que é errado considerar a mídia como uma invenção do nosso tempo; a invenção das mídias é tão antiga como a própria espécie humana. São as mídias que produzem o nosso

¹ Peter Berger e Thomas Luckmann mostraram que a realidade é uma construção social (BERGER; LUCKMANN, 1962). Mas Durkheim, já no início do século XX, tinha mostrado com clareza que as próprias categorias que utilizamos para referir a realidade são construções sociais (DURKHEIM, 1991).

mundo. É mesmo este o preço que temos que pagar para nos tornarmos animais onilicais, capazes de povoar todo o nosso planeta.

O encontro que se dá face a face, no mundo constituído pela linguagem tem a propriedade de jogar com todas as dimensões possíveis da atividade comunicacional. É por esta razão que os estudos de comunicação que não começam por compreender a complexidade da comunicação face a face corre sérios riscos de partir de uma visão redutora e falaciosa da comunicação.

Cada um dos dispositivos midiáticos que foram sendo inventados ao longo do processo sociogenético não faz mais do que autonomizar uma das dimensões da atividade comunicacional face a face, tendo em vista, com esta autonomização, a solução de alguns problemas com que ela se confronta, em particular as limitações que decorrem da limitação espacial e temporal que a caracteriza².

A contrapartida à solução das limitações de espaço e de tempo que caracterizam a comunicação face a face decorrente das diferentes mídias é a seleção que cada uma delas faz de algumas das dimensões da comunicação face a face em detrimento das outras. Vejamos o caso da invenção da escrita alfabética. É evidente a sua possibilidade para alargar no tempo e no espaço a atividade comunicacional, como muito bem já via Platão, no *Fedro*. Mas para esse efeito, a escrita tem que selecionar apenas a componente gráfica da linguagem, eliminando a percepção visual dos comportamentos dos interactantes assim como a percepção sonora da linguagem.

Podemos inclusivamente considerar o processo sociogenético da invenção das mídias como um processo destinado a procurar acrescentar cada vez mais representações das outras dimensões da atividade comunicacional face a face. A invenção do telefone, do rádio, da televisão e, mais recentemente, dos dispositivos cibernéticos ilustra de maneira evidente este processo.

5 O reconhecimento mútuo e recíproco

Para entendermos a atividade comunicacional, contudo, não é suficiente estudar apenas o encontro e o ambiente ou o mundo em que ela é desencadeada. É ainda necessário ter em conta uma terceira componente, a do reconhecimento mútuo e recíproco³.

² Para uma das mais notáveis abordagens do processo sociogenético dos objetos técnicos ver Simondon (1989). Para entendermos o seu enraizamento antropológico ver as esclarecedoras obras de Leroi-Gourhan (1964, 1965, 1983).

³ Para uma abordagem da temática do reconhecimento aconselho a leitura de Paul Ricoeur (2004) e Marcos e Monteiro (2008).

O desencadeamento da atividade comunicacional não depende apenas do reconhecimento mútuo da presença de outras pessoas no mesmo ambiente. É ainda necessário que haja reconhecimento recíproco, que cada um dos interactantes reconheça que o(s) outro(s) também o reconhecem. Esta exigência, que é óbvia no caso da atividade comunicacional face a face, realizada em ambientes constituídos pelo dispositivo da linguagem, é também necessária nas interações em ambientes constituídos pelos outros dispositivos técnicos ou pelas outras mídias.

Há, no entanto, uma diferença importante destas outras mídias em relação à atividade face a face. Enquanto, neste último caso, o reconhecimento é feito através da percepção mútua e recíproca da presença física e de todas as suas componentes, no primeiro caso, o reconhecimento está dependente, não da percepção da presença física, mas da percepção da representação da dimensão da presença selecionada pelo dispositivo midiático que constitui o ambiente em que ocorre a interação. Assim, por exemplo, a escrita seleciona as marcas gráficas da fala, o telefone ou o rádio seleciona as marcas da presença da voz, a televisão seleciona as marcas da representação sonora e imagética da presença corporal. Como vemos, em cada uma das modalidades de atividade comunicacional, o reconhecimento mútuo e recíproco depende, evidentemente, da natureza midiática da representação da presença dos interactantes no ambiente que o dispositivo midiático constitui.

6 O mesmo foco de atenção

As pessoas podem se reconhecer mútua e reciprocamente no mesmo ambiente e, no entanto, não desencadearem a atividade comunicacional. É ainda necessário que estejam com o mesmo foco de atenção. Por foco de atenção designo qualquer objeto de percepção suficientemente manifesto aos que se reconhecem mútua e reciprocamente no mesmo ambiente constituído pelos dispositivos midiáticos para desencadear o interesse e/ou a vantagem de desencadear a atividade comunicacional.

No caso do ambiente físico em que as pessoas se encontram face a face, o fato de ser manifesto que as pessoas se reconhecem mútua e reciprocamente no mesmo ambiente, olhando por exemplo na mesma direção ou adotando os mesmos gestos, é suficiente para a constituição de um mesmo foco de atenção. Mas, nos casos em que as pessoas se reconhecem mútua e reciprocamente num ambiente constituído por dispositivos técnicos distintos da mídia da linguagem, é indispensável que o foco de atenção seja provocado pelo

funcionamento desses dispositivos técnicos. É o caso, por exemplo, do toque do telefone ou do celular que torna manifesta a presença no ambiente criado por estes dispositivos. No caso do rádio e da televisão, o foco de atenção é provocado por aquilo a que em português europeu se designa por genérico e que no Brasil se dá o nome de vinheta. O título do livro ou do jornal impresso, assim como o conjunto daquilo a que Gérard Genette (GENETTE, 1981, 1987) deu o nome de paratexto, que resulta do trabalho editorial de diagramação, são outros tantos processos que, no caso do ambiente constituído pela mídia escrita, levam todos os que se encontram neste ambiente a estarem centrados no mesmo foco de atenção. Os dispositivos cibernéticos desenvolveram também mecanismos para assinalar a presença no ambiente criado por eles. É o caso, por exemplo, dos sinais sonoros ou das marcas coloridas apenas ao nome dos utilizadores do dispositivo.

7 Conclusão: a lógica paradoxal da atividade comunicacional

Ao considerarmos a comunicação como atividade e não como transmissão de pensamentos, sentimentos, mensagens ou conteúdos, postulamos uma das dimensões específicas da lógica que escapa às outras disciplinas constituídas, teoria dos sistemas e semiótica incluídas. É à definição desta lógica que vou dedicar a conclusão deste texto.

A natureza da lógica específica que regula a atividade comunicacional é paradoxal. Para a definir recorro, por um lado, aos trabalhos realizados por Émile Durkheim e Marcel Mauss e, por outro lado, à herança dos autores associados à Escola de Palo Alto, em particular Bateson e Watzlawick.

De Durkheim, o trabalho mais importante para a definição da dimensão paradoxal da comunicação é a obra *As formas elementares da religião* (DURKHEIM, 1991). A obra de Marcel Mauss (2008) que contribui de maneira notável para o nosso objetivo é o *Ensaio sobre a Dádiva*. Por seu lado, da escola de Palo Alto refiro sobretudo a obra que foi traduzida para português com o título *Pragmática da comunicação humana* (WATZLAWICK; BEAVIN; JACKSON, 1993) e, *A Realidade é real?* de Watzlawick (1991)⁴.

Para fazer compreender em que consiste a dimensão paradoxal da lógica que regula a atividade comunicacional vou de novo fazer apelo à experiência do leitor. Tomemos o caso em que encontra uma pessoa conhecida na rua. Ao reconhecer essa pessoa encontra-se

⁴ Uma boa apresentação dos autores da Escola de Palo Alto pode ser lida em Yves Winkin (1998), onde são retomados e traduzidos para português os textos de duas obras publicadas em 1984 e em 1998.

inevitavelmente confrontado com um dilema, o de lhe dirigir a palavra ou de ignorar a sua presença. Da decisão que tomar dependem evidentemente consequências para a relação com essa pessoa. Se tomar a decisão de lhe dirigir a palavra pode ser considerado inoportuno ou pode se dar o caso de essa pessoa não a ter reconhecido ou não ser a pessoa que pensa ser. Se, no entanto, decidir não lhe dirigir a palavra, pode levar o outro a pensar que ele não o reconheceu ou, pior ainda, que está zangado com ele. Como vemos, encontra-se perante um dilema que tem forçosamente que resolver, decisão sempre arriscada. Mas o dilema não terminou ao tomar a decisão de dirigir a palavra à pessoa que encontrou. Durante o decorrer da conversa tem que tomar constantemente decisões, tanto acerca dos assuntos a introduzir conversa como acerca das respostas a dar à questões que o seu interlocutor formula, correndo sempre o risco de abordar questões, ou de responder às questões do interlocutor de maneira inconveniente, pondo deste modo em causa a interação em que está envolvida. Ao mesmo tempo e ao longo de toda a conversa e de maneira cada vez mais premente, cada um dos interactantes está ainda submetido a um outro dilema, o de decidir continuar ou de dar por finda a conversa, decisão também decisiva para os efeitos da atividade comunicacional em que está envolvido e para o futuro das relações entre eles. Como estamos a ver, esta lógica paradoxal que regula, a montante e a jusante qualquer atividade comunicacional, é a própria lógica da socialidade, como muito bem já Marcel Mauss (2010) tinha visto no referido *Ensaio sobre a Dádiva*.

O leitor pode pensar que esta lógica paradoxal só regula a atividade comunicacional face a face. Mas se reparar agora no que ocorre nas atividades comunicacionais que se desenrolam nos ambientes constituídos por outros dispositivos midiáticos, como o telefone, o rádio, a televisão ou os dispositivos cibernéticos pode verificar que nos deparamos com a mesma lógica. A diferença destas atividades comunicacionais reside no fato de ela estar já incorporada ao funcionamento destes dispositivos. Assim, por exemplo, a programação dos dispositivos radiofônico e televisivo regula de antemão os dilemas com que estão confrontadas as pessoas que se encontram nos ambientes por eles criados. No entanto, podemos observar que eles não desaparecem. Assim, por exemplo, é frequente um entrevistador anunciar que tem que dar por terminada a entrevista por se ter esgotado o tempo, por razões de programação. Não é raro o entrevistador prometer convidar de novo o entrevistado para um programa futuro. A pré-atribuição da iniciativa de iniciar e de dar por terminada a atividade comunicacional que ocorre em quase todos os ambiente constituídos por dispositivos midiáticos torna evidente que se trata de atividades comunicacionais

reguladas pela lógica paradoxal da socialidade. Mas, enquanto nos ambientes face a face, são as pessoas envolvidas que tomam a iniciativa de solução dos dilemas criados por essa lógica, nos ambientes criados por outros dispositivos midiáticos, é o próprio funcionamento desses dispositivos que se substitui às pessoas nessa tarefa.

Não tenho, evidentemente, aqui espaço suficiente para desenvolver e aprofundar a complexidade que podemos observar no funcionamento da atividade comunicacional. Creio, no entanto, ter mostrado de maneira suficientemente clara que a comunicação é um domínio científico específico, com seu objeto próprio distinto das outras ciências humanas, em particular da teoria dos sistemas e da semiótica.

Partindo da crítica das metáforas da transmissão, da partilha, da mensagem e do conteúdo, a comunicação só se constitui como campo do saber se for considerada como a atividade que os seres humanos desencadeiam sempre que se encontram no mesmo ambiente constituído por dispositivos técnicos ou mídias.

De todas as mídias, a linguagem é a que regula a constituição do ambiente em que funcionam todas as dimensões da atividade comunicacional, dimensões que as outras mídias foram explorando e realizando tecnicamente, ao longo do processo da sociogênese técnica.

Referências

- BERGER, P.; LUCKMANN, T. **La construction sociale de la réalité**. Paris: Méridiens Klincksieck, 1962.
- COLLINS, R. **Interaction ritual chains**. Princeton and Oxford: Princeton University, 2004.
- DELEDALLE, G. **Théorie et pratique du signe**. Paris: Payot, 1979.
- DURKHEIM, E. **Les formes élémentaires de la vie religieuse**. Paris: Le Livre de Poche, L.G.F, 1991.
- GENETTE, G. **Palimpsestes**. Paris: Seuil, 1981.
- GENETTE, G. **Seuils**. Paris Points: Seuil, 1987.
- LEROI-GOURHAN, A. **Le geste et la parole. Technique et langage**. Paris: Albin Michel, 1964. v. 1.
- LEROI-GOURHAN, A. **Le Geste et la parole. La Mémoire et les rythmes**. Paris: Albin Michel, 1965. v. 2.

LEROI-GOURHAN, A. **Mécanique vivante**. Le Crâne des Vertébrés. Du poisson à l'Homme. Paris: Fayard, 1983.

MARCOS, M. L.; MONTEIRO, A. R. **Reconhecimento. Do desejo ao direito**. Lisboa: Colibri, 2008.

MAUSS, M. **Ensaio sobre a dádiva**. Lisboa: Edições 70, 2008.

MEAD, G. H. **Mind, self and society from the standpoint of a social behaviorist**. Chicago: Chicago University Press, 1967.

PEIRCE, Charles. **Collected papers**. Cambridge: Harvard University, 1931-1935. 6 v.

PEIRCE, C. S. **Collected papers**. Cambridge: Harvard University, 1958. 8 v.

PEIRCE, C. S. **The correspondence between Charles S. Peirce and Victoria Lady Welby**. Editado por Ch. S. Hardwick. Bloomington: Indiana University, 1977.

PEIRCE, C. S. **Ecrits sur le signe**. Paris: Seuil, 1978.

RICOEUR, P. **Parcours de la reconnaissance**. Paris Folio-Essais: Gallimard, 2004.

RODRIGUES, A. D. **Introdução à semiótica**. Lisboa: Presença, 1991.

SAUSSURE, F. DE. **Cours de Linguistique Générale**. Paris: Payot, 1972.

SIMONDON, G. **Du mode d'existence des objets techniques**. Paris: Albin Michel, 1989.

SPERBER, D.; WILSON, D. **Relevância: comunicação e cognição**. Lisboa: Fundação C. Gulbenkian, 2001.

WATZLAWICK, P. **A realidade é real?**. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

WATZLAWICK, P.; BEAVIN, J. H.; JACKSON, J. H. **Pragmática da comunicação humana**. São Paulo: Cultrix, 1993.

WINKIN, Y. **A nova comunicação. Da teoria ao trabalho de campo**. Campinas: Papyrus Editora, 1998.

The intersubjective nature of communication

Abstract

Starting with a critic of the transmission, message and content metaphors, very common in communication studies, this paper defines the intersubjective activity as the specific domain of communication. Starting from the reader's experience, It tries to

define the inferential nature of the logic, which guides the phenomena expressing this activity.

Keywords

Communication. Intersubjective activity. Semiotics. Sociality. Systems theory.

Recebido em 04/10/2016

Aceito em 17/10/2016

Copyright (c) 2016 Adriano Duarte Rodrigues. Creative Commons License. Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. Os Direitos Autorais dos artigos publicados neste periódico pertencem aos autores, e os direitos da primeira publicação são garantidos à revista. Por serem publicados em uma revista de acesso livre, os artigos são de uso gratuito, com atribuições próprias, em atividades educacionais e não-comerciais.

