

UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PERNAMBUCO  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
COORDENAÇÃO DA PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU  
MESTRADO EM FILOSOFIA

ADELVANDO PEREIRA DE SOUZA

LINGUAGEM E ENTENDIMENTO: agir estratégico *versus* agir comunicativo nas  
redes sociais

Recife  
2022

ADELVANDO PEREIRA DE SOUZA

LINGUAGEM E ENTENDIMENTO: agir estratégico *versus* agir comunicativo nas  
redes sociais

Dissertação apresentada ao PPGFIL da  
Universidade Católica de Pernambuco,  
como exigência para obtenção do título de  
Mestre em Filosofia , sob a orientação do  
Prof. Dr. José Marcos Gomes de Luna.

Recife, 28 de Julho de 2022

S7291 Souza, Adelvando Pereira de.  
Linguagem e entendimento : agir estratégico versus agir comunicativo nas redes sociais / Adelvando Pereira de Souza, 2022.  
99 f.

Orientador: José Marcos Gomes de Luna.  
Dissertação (Mestrado) - Universidade Católica de Pernambuco. Programa de Pós-graduação em Filosofia. Mestrado em Filosofia, 2022.

1. Filosofia. 2. Racionalismo. 3. Comunicação - Filosofia. 4. Linguagem e línguas - Filosofia. 5. Redes sociais. I. Título.

CDU 1

Pollyanna Alves - CRB4/1002

ADELVANDO PEREIRA DE SOUZA

LINGUAGEM E ENTENDIMENTO: agir estratégico *versus* agir comunicativo nas  
redes sociais

Dissertação apresentada ao PPGFIL da Universidade Católica de Pernambuco,  
como exigência para obtenção do título de Mestre em Filosofia , sob a orientação do  
Prof. Dr. José Marcos Gomes de Luna.



---

Prof. Dr. José Marcos Gomes de Luna  
Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP)  
(Orientador)



---

Prof. Dr. Degislano Nóbrega de Lima  
Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP)  
(Examinador interno)



---

Prof. Dr. Betto Leite da Silva  
Universidade Federal da Paraíba (UFPB)  
(Examinador externo)

Dedico este trabalho aos meus pais, Antônio e Aurelice (*in memoriam*), a quem devo a vida e muito do que sou hoje. A Tânia, minha outra mãe querida, que dedicou grande parte de sua vida para que eu pudesse enfrentar as dificuldades e os desafios da vida. Dedico, também, a Juliana, minha esposa, pela sua torcida motivadora e sua paciência compreensiva do dia a dia. Por fim, dedico a Luciano Cruz, grande amigo e entusiasta da educação.

“A linguagem é um *medium* de comunicação a serviço do entendimento.”

(Jürgen Habermas)

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar, agradeço a Deus, por possibilitar a realização deste trabalho através das capacidades físicas e cognitivas a mim facultadas.

Agradecemos a todas as pessoas que em algum momento da vida estiveram ao meu lado na função de professor.

Agradeço aos meus irmãos e familiares por confiarem sempre em mim.

Agradeço aos amigos e colegas de turma pela convivência corroborativa durante o processo de aprendizagem nas aulas do programa.

Agradeço ao Prof. Dr. José Marcos Gomes de Luna, meu orientador e amigo e a todo corpo docente e coordenação do programa de Pós-graduação em Filosofia da Unicap pelo apoio técnico e acadêmico.

Agradeço também aos integrantes da banca examinadora, o Prof. Dr. Degislindo Nóbrega de Lima, da Universidade Católica de Pernambuco, e o Prof. Dr. Betto Leite da Silva, da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), aos quais atribuo o valioso processo de consolidação e melhora da pesquisa desenvolvida nesta dissertação.

## RESUMO

Esta dissertação trata do assunto das redes sociais à luz da Teoria do Agir Comunicativo do filósofo alemão, Jürgen Habermas. Seu foco principal está na preocupação habermasiana com a ação comunicativa, como modelo de ação qualificada na busca pelo entendimento nas relações humanas e, de modo particular, no uso das redes sociais. O seu processo de elaboração passa por um mergulho aprofundado nos conceitos de racionalidade, entendimento, mundo e mundo da vida, agir comunicativo, agir estratégico, esfera pública, razão instrumental e a definição de rede social. Ela almeja, antes de tudo, ampliar o debate sobre os riscos e os limites do uso estratégico das redes sociais, a fim de sugerir o caminho do uso comunicativo, a linguagem é tida como um *medium* de comunicação a serviço do entendimento e assume com força o grande desafio que é tornar as redes sociais um instrumento de comunicação autêntica na promoção de relações sociais respeitadas.

**Palavras-chave:** Agir comunicativo, agir estratégico, racionalidade, redes sociais, linguagem e entendimento.

## **ABSTRACT**

This dissertation deals with the subject of social networks in the light of the Theory of Communicative Action by the German philosopher, Jürgen Habermas. Its main focus is on the Habermasian concern with communicative action, as a model of qualified action in the search for understanding in human relationships and, in particular, in the use of social networks. Its elaboration process involves a deep dive into the concepts of rationality, understanding, the world and the world of life, communicative action, strategic action, public sphere, instrumental reason and the definition of social network. It aims, above all, to broaden the debate on the risks and limits of the strategic use of social networks, in order to suggest the path of communicative use, language is seen as a medium of communication at the service of understanding and strongly assumes the role of great challenge that is to make social networks an instrument of authentic communication in the promotion of respectful social relationships.

Keywords: Communicative action, strategic action, rationality, social networks, language and understanding.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>9</b>
<b>2. LINGUAGEM E ENTENDIMENTO NAS REDES SOCIAIS</b>	<b>14</b>
2.1 A RACIONALIDADE FRENTE AOS DÉFICITS COMUNICACIONAIS NA LINGUAGEM A PARTIR DA TEORIA DO AGIR COMUNICATIVO DE HABERMAS	19
2.2 DEFINIÇÃO DOS CONCEITOS DE “MUNDO” E “MUNDO DA VIDA”	29
2.2.1 O conceito de “mundo”	30
2.2.2 O conceito de “mundo da vida”	31
2.3 OS TIPOS DE AÇÃO E DE RACIONALIDADE	32
2.3.1 Agir comunicativo (i)	33
2.3.2 Agir Estratégico (i)	34
2.3.3 Racionalidade	36
2.3.3.1 Expressões Realizativas	37
2.3.3.2 Atos de fala	39
2.3.3.3 Atos perlocucionários	39
2.3.3.4 Situação ideal de fala	40
2.4. COMUNICAÇÃO DIRECIONADA E COMUNICAÇÃO LIVRE DE COAÇÃO	44
2.4.1 Competências comunicativas	44
2.4.2 Agir comunicativo (ii)	49
2.4.3 Agir estratégico (ii)	52
2.4.4 Razão Instrumental	54
<b>3. CONCEITO E FINALIDADE DAS REDES SOCIAIS</b>	<b>57</b>
3.1 O CONCEITO DE REDE SOCIAL	58
3.2 A DEEP WEB	67
3.3 A ESFERA PÚBLICA	75
3.4 AÇÃO ESTRATÉGICA E AÇÃO COMUNICATIVA NO USO DAS REDES SOCIAIS	77
3.5 AS REDES SOCIAIS COMO LUGAR PRIVILEGIADO DE ENTENDIMENTO	82
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>92</b>
<b>5. REFERÊNCIAS</b>	<b>96</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Reconhecendo a complexidade que envolve o tema desta pesquisa, principalmente pelo entrelaçamento entre filosofia e comunicação, procuramos conduzir o nossa investigação, dialogando com diversos teóricos da comunicação e reforçando, cada vez mais, a pesquisa diante dos conceitos e temas estudados na filosofia, tendo como arcabouço científico e filosófico a teoria do agir comunicativo de Jürguen Habermas. Neste sentido, a realização deste nosso estudo foi motivada pelo avanço dos meios de comunicação, pelas mudanças impostas socialmente pelas novas tecnologias e pela capacidade fundacional dos estudos desenvolvidos na obra "Teoria do Agir Comunicativo", de Habermas.

As questões levantadas neste trabalho dizem respeito ao bom uso das redes sociais, bem como a aplicação racional dos conceitos filosóficos, tanto no âmbito da pesquisa acadêmica, como nas práticas sociais de comunicação. Dito de outro modo, nosso objetivo central é analisar cuidadosamente o fenômeno das redes sociais à luz da teoria da ação comunicativa de Jürgen Habermas. Assim, focamos nossa atenção no problema central: como tornar as redes sociais um instrumento ou *medium* de comunicação autêntica e entendimento respeitoso entre as pessoas, bem como de promoção da cultura, do conhecimento e da vida social que supere a manipulação do mercado e a instrumentalização do poder..

O nosso percurso, que logo será apresentado, procurou identificar, analisar e apontar questões centrais que se apresentam como déficit da comunicação do ponto de vista da linguagem e do entendimento. Por um lado, abordamos aquelas ligadas à racionalidade e tomamos como pano de fundo o comportamento humano nos espaços sociais e tecnológicos no exercício da comunicação. Por outro lado, encaramos aquelas que desafiam a nossa percepção da coletividade comunicativa e da influência manipuladora da internet, campo privilegiado das redes sociais. As duas realidades são analisadas com um olhar atento às teorias do agir comunicativo e do agir estratégico, visando chegar a alguns critérios favoráveis à consolidação de um uso comunicativo das redes sociais.

Nesta perspectiva, organizamos nossa dissertação em dois capítulos. No primeiro capítulo, tratamos do assunto da linguagem e do entendimento nas redes sociais. Dividimos ele em quatro seções. A primeira, foi dedicada ao tema da racionalidade frente aos déficits comunicacionais na linguagem a partir da teoria do agir comunicativo. A segunda, analisa os conceitos de “mundo” e “mundo da vida”. A terceira, contempla os tipos de ação e a problemática da racionalidade na ótica habermasiana. E, finalmente, a quarta aprofunda o assunto da comunicação direcionada e da comunicação livre de coação.

Assim, ao aprofundar os estudos acerca deste *medium* da comunicação, a nossa pesquisa apresenta o tema da racionalidade como caminho para um acesso consciente a outros conceitos que visam corroborar na sustentação da teoria do agir comunicativo no uso da linguagem. Nessa perspectiva, promovemos a relação direta entre os tipos de ação e a racionalidade. A racionalidade, portanto, abrange grande parte de nossa pesquisa e confere a ela o caráter filosófico.

Esse foi o nosso grande cuidado, debater o tema da comunicação a partir da metodologia que tem como base uma filosofia constatativa. De preferência pragmática e moderna, capaz de aceitar uma razão tanto segura, quanto criticável. A abordagem desses temas exige um mergulho atento em um dos conceitos caros para a filosofia e para o pensamento habermasiano que é a razão. Diante disto, a busca pelo saber e pelo entendimento é colocada neste trabalho como ponto primordial para o desenvolvimento desta pesquisa.

No plano ideal da prática filosófica pensada por Habermas somos interpelados a olhar para os conceitos de "mundo" e de "mundo da vida" com disposição para compreender os tipos de ação existentes, conforme versam em sua obra. Este é o centro do primeiro capítulo. Uma vez que desde o início, estamos concentrados em apontar os caminhos para um entendimento na prática da ação comunicativa, dedicaremos o segundo e último capítulo ao debate acerca da qualidade da ação comunicativa.

Antes de avançar em direção aos conceitos que alicerçam a argumentação habermasiana, apresentamos também os déficits comunicacionais como tema de

importância fundacional para nossa linha de argumentação. A identificação dos déficits comunicacionais na ação comunicativa no uso das redes sociais representam a tenacidade para superar as barreiras provocadas pelo advento das novas tecnologias. De modo que, temos comunicação e filosofia no mesmo espaço de reflexão, e o nosso avançar na fundamentação da ação comunicativa depende diretamente de uma análise científica do uso das redes sociais. Por isso, inserimos junto com tema da racionalidade a necessidade de dialogar sobre possíveis déficits comunicacionais. Vale lembrar que, nos referimos a déficits comunicacionais com a intenção de apontar as lacunas provocadas pelos avanços da tecnologia e o surgimento das redes sociais na esfera subjetiva da ação comunicativa e não apenas, como característica física e motora.

No entanto, deixamos claro que não queremos cair na tentação de hierarquizar os conceitos estudados e atribuídos ao nosso estudo. Temos consciência de que os debates ainda são incipientes e não transmitem uma verdade definitiva. Seguimos acreditando no progresso e no aprofundamento das concepções práticas e teóricas na direção da pesquisa acadêmica para qual nos voltamos aqui.

Perseguindo a compreensão da ação comunicativa, ainda, nos moldes do primeiro capítulo, chegamos a conceitos-chaves que alicerçam o uso da linguagem em prol do entendimento e do ato de comunicar-se. No tocante a isto, nos deparamos com dois mundos: o mundo natural e o mundo da vida. Apesar de parecer conceitos abstratos, “mundo natural” e “mundo da vida” são conceitos muito importantes para a nossa dissertação. O primeiro deles diz respeito ao lugar onde acontece a interação humana e o segundo considera o lugar onde se iniciam as interpretações das ações.

No segundo capítulo, enfrentamos a tarefa de compreender o conceito e a finalidade das redes sociais, realizando uma análise atenta dos ambientes virtuais de comunicação. Dividimos ele em cinco seções. A primeira delas é dedicada ao conceito de redes sociais. A segunda, analisa o assunto da *deep web* e seus desafios. A terceira seção trata do assunto da esfera pública. A quarta, enfrenta o tema da ação estratégica e da ação comunicativa no uso das redes sociais. E,

finalmente, a quinta seção, volta-se para as redes sociais como lugar privilegiado de entendimento.

Nos dias atuais, estamos diante de uma dificuldade anunciada nos meios de comunicação. Quanto mais se cresce, em termos de avanço tecnológicos, menos se tem a segurança adequada para transitar nesses espaços de maneira tranquila. Enquanto ainda buscando compreender o processo de convergência midiática, somos surpreendidos com o advento avassalador das redes sociais.

Estamos, constantemente, tendo que lidar com novas funções e situações do ambiente virtual. A realidade artificial, está cada vez mais se confundindo com as práticas sociais. Mergulhamos em uma nova era, sem precedentes e sem aviso prévio. Enquanto avançamos em aspectos que dizem respeito à velocidade na comunicação e sua capacidade agregadora de unir e disseminar informação, tornando-as mais acessível, continuamos estagnados em problemas relacionados à segurança e proteção de dados.

Diante deste quadro, não temos a pretensão de apresentar uma solução pronta para as questões que envolvem a problematização de nosso trabalho. Porém, não fugimos da tarefa de apresentar um conjunto de argumentos capazes de nos situar e auxiliar cientificamente na busca por essas soluções.

Neste sentido, no segundo capítulo exploramos o conceito das redes sociais e sua finalidade, priorizando a distinção e a interação entre *web visível* e *web invisível* que, necessariamente nos leva a falar em exploração e direcionamento estratégico, e retomamos os conceitos de Habermas, deixando claro que o nosso olhar para as ideias do filósofo alemão foi direcionado para o tema da esfera pública e que nossa intenção foi de entender como se dá a organização e o uso coletivo das redes sociais.

A análise atenta, feita a partir do conceito da esfera pública, trouxe uma série de possibilidades interpretativas para o problema do uso das redes sociais por grupos anônimos e empresas comerciais. Ainda que de forma parcial, conseguimos clarear o entendimento acerca da ação estratégica nas redes sociais considerada

por alguns estudiosos como o próprio capitalismo. De modo que, também mergulhamos atentamente no assunto da *deep web*, buscando entender a sua funcionalidade e operacionalidade tecnológica e legal enquanto rede de comunicação.

## 2. LINGUAGEM E ENTENDIMENTO NAS REDES SOCIAIS

Na teoria do agir comunicativo, Habermas apresenta a relação entre linguagem e entendimento como principal fundamentação para se chegar a uma definição da ação comunicativa. Desse modo, faz-se necessário um estudo atento dos princípios de coordenação e validação. Ou seja, ao considerarmos o entendimento como pressuposto para uma ação comunicativa corremos o risco de pular etapas importantes na busca por uma fundamentação científica e pragmática para o adequado uso das redes sociais.

Embora o caminho escolhido para nossa investigação esteja fundamentalmente traçado a partir das reflexões de Habermas sobre os estudos da teoria do agir comunicativo, nossa pretensão é construir uma discussão adequada e identificativa para a filosofia e o próprio pensamento habermesiano acerca do uso das redes sociais enquanto comunidades de comunicação ou ação comunicativa. Sendo assim, não está em nossas pretensões determinar ou escolher uma definição mais adequada do que venha a ser a comunicação praticada nas redes sociais. Não é nossa finalidade negar o caráter comunicacional e informativo nos atos praticados pelos atores nos ambientes digitais, mas chama a atenção para a natureza (estratégica ou comunicativa) deles.

Desse modo, queremos promover o debate filosófico existente na literatura voltada para o assunto. Nosso principal objetivo é entender o comportamento filosófico e comunicativo dos sujeitos contemporâneos que fazem uso dos ambientes virtuais de comunicação em suas relações sociais.

Por conseguinte, nossa abordagem apresenta conceitos e posições de vários autores e intelectuais de nossa literatura e da literatura mundial. Mas a escolha por uma reflexão assertiva, por vezes conclusiva, se faz através da preocupação explícita de nossa pesquisa em apresentar para o leitor que, embora as novas características das mídias sociais tenham demandado novas formas de agir e de se comunicar, o uso da linguagem continua imprescindível para que o ato de comunicar-se possa gerar entendimento e racionalidade. Mas a inserção desses de

teóricos e pesquisadores acadêmicos não virá desacompanhada de uma leitura crítica das ações atuais.

Nesse sentido parece acertada a nossa escolha pela leitura de Habermas. A obra “Teoria do agir comunicativo” alerta para a necessidade de pensar a comunicação a partir de todos os aspectos constatativos no uso da linguagem. Ele entende que a comunicação acontece através da dinâmica estabelecida entre dois ou mais atores que se propõem a coordenar suas ações através da linguagem, seja ela verbal ou extra verbal.

Para a constituição dessa razão, subjetiva e instrumental, entra em jogo a consciência epistêmica, ou seja, o sujeito é caracterizado muito mais pela visão que tem de si próprio do que pelo conhecimento da realidade, visto que privilegia o sujeito que conhece em detrimento do objeto percebido e também é instrumental porque torna possível o controle teórico e prático da natureza, mas a relação que estabelece com a natureza está fundamentada na sua consciência. Com a introdução da linguagem, Habermas faz críticas a forma cognoscitiva de compreender a razão ...

O conceito de agir comunicativo, por fim, refere-se à interação de pelo menos dois sujeitos capazes de falar e agir que estabeleçam uma relação interpessoal (seja com meios verbais e extraverbais). Os atores buscam um entendimento sobre a situação da ação para, de maneira concordante, coordenar seus planos de ação e, com isso, suas ações. O conceito central de interpretação refere-se em primeira linha à negociação de definições situacionais passíveis de consenso. Nesse modelo de ação a linguagem assume, como veremos, uma posição proeminente [...] (HABERMAS, 2012, p. 166).

No princípio da racionalidade, conforme veremos mais adiante, a “feição reflexiva da auto interpretação” considera indispensável a autoanálise dos sujeitos envolvidos da ação em concomitância com a referência de mundo. Embora o resultado almejado na ação comunicativa vise sempre o entendimento mútuo e universal, pressupõe-se a capacidade da responsabilização individual do processo de comunicação. Ocorre que para Habermas a percepção de uma unilateralidade nos três modelos de ação (agir regulado, agir dramaturgico e agir teleológico) pode representar tipos diferentes de comunicação, a saber: entendimento indireto dos que

têm em vista somente a realização dos seus propósitos, agir consensual na busca por concordância normativa e a auto encenação direcionada a espectadores.

Na teoria do agir comunicativo, Habermas apresenta a relação entre linguagem e entendimento como principal fundamentação para se chegar a uma definição da ação comunicativa. Desse modo, faz-se necessário um estudo atento dos princípios de coordenação e validação. Ou seja, ao considerarmos o entendimento como pressuposto para uma ação comunicativa corremos o risco de pular etapas importantes na busca por uma fundamentação científica e pragmática presentes nos estudos de Habermas sobre a teoria do agir comunicativo.

Por conseguinte, visando uma exposição bem articulada, este capítulo será dividido em quatro seções. Na primeira delas, busca-se identificar e analisar possíveis déficits na comunicação praticada nas redes sociais. Aqui destacamos o conceito de racionalidade, proposto por Habermas, como pressuposto para determinar se uma comunicação foi estabelecida entre os atores.

Na segunda seção buscaremos apresentar o horizonte dessa comunicação no âmbito da relação humana e do convívio social. Para isso, a seção foi dividida em duas subseções que apresentam e debatem sobre a definição do conceito de “mundo” e “mundo da vida” de Habermas. O primeiro é definido como uma suposição da pragmática-formal, ou seja, a linguagem como lugar possível para o relacionar-se humano na busca pelo entendimento sobre algo. No segundo, leva-se em consideração o uso da intersubjetividade, da interpretação humana respaldado em aspectos culturais, sociais e de personalidades. Assim, entendemos que, partir para uma conceituação do agir comunicativo de forma direta, sem nenhum tipo de auxílio de outros conceitos que tenham como plano de fundo uma investigação sobre a linguística filosófica poderia significar um empobrecimento na perspectiva conceitual do cumprimento de regras. Uma ação desordenada, em meio a todo esse processo comunicacional, poderia representar a não preservação do aspecto importante do agir comunicativo, que desemboca numa tripla referência de mundo: mundo objetivo, mundo social e mundo subjetivo.

Desse modo, atribuindo a ação comunicativa como condição inerente do ser humano e tendo como base os conhecimentos adquiridos a partir dos estudos realizados nas teorias desenvolvidas pelo pensamento habermasiano, os falantes se comprometem com a estrutura teleológica de ação para chegarem ao propósito da comunicação e do agir pretendido. O propósito almejado e o comportamento dos atores no processo de entendimento serão responsáveis por tematizar separadamente cada uma das funções da linguagem trazendo efeitos perlocutórios. Ou seja, o agir comunicativo pressupõe de forma integral a linguagem natural como *medium* da comunicação e a mesma dinâmica segue no agir estratégico.

A linguagem é um “medium” de comunicação a serviço do entendimento, ao passo que os atores, à medida que logram entender-se uns com os outros com intuito de coordenar suas ações, perseguem determinados fins, conforme o caso. Dessa forma, a estrutura teleológica é fundamental a todos os conceitos de ação. Os conceitos de agir social, porém, distinguem-se segundo a abordagem que enfoca a coordenação das ações ligadas a determinados fins, vinculadas a diversas participantes da interação [...] (HABERMAS, 2012, p. 194 ).

O agir comunicativo se apresenta como uma variável consensual do ponto de vista da intersubjetividade e da estrutura teleológica da linguagem. No que diz respeito ao processo de comunicação humano, o agir estratégico, também, terá um papel de variante na busca dos pressupostos para a não universalização da comunicação a partir do formalismo do acesso às redes sociais.

A terceira seção deste capítulo, tem o intuito de sintetizar as características da ação comunicativa e estratégicas a partir dos tipos de ação. Esse conceito desenvolvido, também, pelo pensamento habermesiano será discutido, nesse trabalho, em três subseções. Na subseção 2.3.1 apresentamos um panorama do conceito do Agir comunicativo, na 2.3.2 tratamos do agir estratégico. Nessa última subseção é dividida em quatro tópicos principais: Expressões realizativas, Atos de fala, Atos perlocutórios e situação de fala ideal. Já na subseção 2.3.3 consideramos de modo mais atento o conceito de racionalidade presente em grande parte desse trabalho de dissertação.

Aqui, é de grande importância destacar que, embora estejamos falando de linguagem e entendimento, nem sempre o ato de se comunicar irá acontecer por

intermédio de um ou do outro. Daí que a palavra ação estará sempre no centro de nossa discussão, uma vez que, a busca por essa comprovação científico-pragmática passa por uma reflexão sobre o ato da fala e do agir. Neste contexto, o agir está relacionado a atividades corporais executadas no dia a dia sem o auxílio da linguagem verbal. Tomando como base os estudos de Habermas sobre ação e fala, podemos afirmar que, o primeiro, quando não acompanhado de um predicado terá por sentido maior a busca por uma finalidade enquanto o segundo almeja o entendimento. Enquanto a ação poderá apresentar aspectos linguísticos e não linguísticos, os atos de fala sempre serão a expressão de uma ação, diferenciando-se apenas do objetivo final.

Os atos de fala distinguem-se das atividades meramente não-linguísticas, em primeiro lugar, através das feições reflexivas da auto-interpretação e, em segundo lugar, através do tipo de fins que podem ser visados, bem como através do tipo de sucesso que podem ser conseguidos. (HABERMAS, 1990, p. 67).

na qual os atores coordenam seus planos no intuito influenciar, não envolvendo assentimento ou dissentimento

Percebe-se, então, que é possível ver o quanto o efeito do princípio de coordenação é perseguido em todos os estágios da ação comunicativa. Dito de outro modo, identificamos na coordenação, a qual os atores buscam influenciar seus interlocutores, a ausência do assentimento e/ou dissentimento. Aqui já é possível observar que a linguagem apresenta uma certa unilateralidade tanto na ação comunicativa como na ação estratégica.

Por fim, na quarta seção, fechamos este capítulo apresentando uma reflexão sobre a comunicação livre de coação a partir do conceito de competência comunicativa. E para isso, de modo esquemático, retomamos os conceitos de agir comunicativo e agir estratégico, confrontando-os com os desafios levantados pela razão instrumental.

## 2.1 A RACIONALIDADE FRENTE AOS DÉFICITS COMUNICACIONAIS NA LINGUAGEM A PARTIR DA TEORIA DO AGIR COMUNICATIVO DE HABERMAS

A análise dos déficits comunicacionais a partir de uma teoria puramente filosófica pode parecer um tanto quanto pretenciosa. Acontece que diante da abordagem da racionalidade como elemento preponderante para se chegar á argumentos sólidos na discussão acerca de possíveis barreiras na linguagem, a filosofia se apresenta como responsável pela elaboração.

Acreditamos que introduzir a nossa pesquisa sobre "Linguagem e Entendimento" na problemática dos déficits comunicacionais exige uma metodologia clara com pretensões filosóficas livres de dogmatismo e ilusão de infalibilidade. Somente assim poderemos pensar num uso da razão como aporte para um entendimento mútuo nas relações humanas, mediante um uso fundamentado dos conceitos e percepções aplicáveis adequadas ao mundo (subjetivo e objetivo).

A razão é o tema principal do pensamento filosófico, é nela que exercemos as nossas convicções sobre o mundo objetivo e subjetivo. Somente no agir reflexivo somos capazes de corporificar nosso saber. Ele é responsável pela possibilidade de "explicar o mundo mediante princípios encontráveis na razão". (HABERMAS. 2012, p. 19)

É nessa flexibilidade do agir que enxergamos a importância do uso da linguagem apoiado no conceito da racionalidade de Habermas na teoria do agir comunicativo (2012). Se uma argumentação não for capaz de gerar racionalidade, ou seja, processos de fundamentação da afirmação a ser conhecida como verdade, logo nossa comunicação se apresentará como deficitária. Principalmente quando estamos nos referindo a uma realidade totalmente desconhecida em termos de operacionalidade e existências.

Pois bem, a ascensão da *Web 2.0*, o advento das Redes Sociais e dos dispositivos móveis, demandaram novas possibilidades de produção e para o consumo de conteúdos informacionais e formais. Esses novos modelos de mundo virtual evidenciaram barreiras comunicacionais existentes na sociedade atual. Nesse

sentido, esta seção visa analisar alguns possíveis déficits comunicacionais no âmbito das relações interpessoais nos grupos de comunicação.

É importante ressaltar que, neste contexto, a nossa abordagem sobre déficits comunicacionais diz respeito aos ruídos e atritos potencializados pela dinâmica oportunista e superficial existente nas redes sociais. Em sua maioria, os aplicativos são criados com o objetivo de promover e potencializar as motivações pessoais com viés comercial para criar demandas sociais. Demandas essas que, muitas vezes, estão ligadas a questões de gênero, raça, cor e classe social. Quanto maior for a capacidade de provocar debates de temas centrais do convívio social, mais vai parecer adequado para a permanência dos grupos sociais. Percebe-se, então, que o estudo sobre o tema da racionalidade, proposto por Habermas, apresenta-se como um dos caminhos mais promissores para se apontar as barreiras comunicacionais na linguagem.

A difusão de notícias falsas (pretensões de validade), falta de diálogo (entendimento mútuo), tráfico de influências (capacidade de criticidade) são algumas das barreiras ou déficits comunicacionais aqui apontados. Elas representam basicamente a negação de temas e conceitos centrais do estudo habermasiano acerca das racionalidades.

A comunicação não deve ser estabelecida apenas entre o ponto de vista do falante e a maneira como o destinatário da mensagem irá reagir. A veracidade do conteúdo que o falante está disseminando nas redes sociais não depende do número de curtidas e comentários positivos que pode conseguir. E o fato de fazer a informação chegar a várias pessoas é uma forma de comunicação, porém não representa, necessariamente, que o processo de entendimento foi efetivamente estabelecido. É indispensável que o conteúdo a ser comunicado faça parte desse processo, uma vez que por meio dele conseguimos garantir minimamente algum nível de racionalidade. Afinal, “racionalidade tem menos a ver com a posse do conhecimento do que com a maneira pela a qual os sujeitos capazes de falar de agir adquirem e empregam o saber”. (HABERMAS, 2012, p. 31).

Embora a palavra “racionalidade” nos remete a uma realidade subjetiva, Habermas parece caminhar na mesma direção de nossa reflexão. Ele nos alerta sobre certa medida tênue que pode haver entre razão e racionalidade. Por isso, nunca será demasiado importante manter como pano de fundo o posicionamento dos atores da ação; se estão interagindo em causa própria (agir estratégico), em defesa de outrem ou em nome de uma organização (agir comunicativo). E ainda, se a ação comunicativa é mediada ou não por esses sistemas informatizados como o objetivo de promover o entendimento mútuo.

O pensamento habermasiano, pressupõe que qualquer asserção ou ação poderá ser tida como racional, desde que seja passível de críticas e fundamentação. Para ele é indispensável a capacidade de se fornecer razões e fundamentos. Habermas lança mão de toda e qualquer falibilidade da razão e se agarra à relação estreita entre saber e racionalidade como pressupostos para a fundamentação filosófica. “As reflexões feitas até aqui sugerem que se atribui a racionalidade de uma exteriorização à sua disposição de sofrer críticas e à sua capacidade de se fundamentar”. (HABERMAS, 2012 p. 34). Dito de outro modo, a exteriorização não pode ser responsável pela produção da racionalidade. Elas são os meios pelos quais observamos os pressupostos que tornam o saber falível. Deve acontecer na exteriorização uma relação dialógica prévia capaz de apontar para o mundo objetivo mantendo a relação com os fatos sem nenhum tipo de ameaça quanto a acessibilidade e a um julgamento objetivo. Habermas ainda chama a atenção para a importância de se ter um conhecimento adequado do mundo capaz de garantir a ampliação da capacidade crítica dos sujeitos.

Esses aspectos fazem parte das condições de validade, uma vez que estamos lidando, também, com exteriorizações simbólicas. O cuidado para que a capacidade de criticar a realidade não seja revestida de opiniões individuais, “achismo”, é importantíssimo para a relação com o saber fundamental compartilhado intersubjetivamente pela comunidade de comunicação (HABERMAS, 2012, 40-41). Por exemplo: Se eu fizer uma publicação no meu perfil no *Instagram*, *Facebook* ou qualquer outra rede social e essa postagem tiver conteúdos questionando a confiabilidade e eficácia da vacina *Coronavak*, desenvolvida pelo biofarmacêutica chinesa *Sinovac Biotech* em parceria com o Instituto Butantan, sem nenhum dado

científico que corroborem meus questionamentos, estarei produzindo uma comunicação deficitária.

Através da comunicação verbal ou não verbal bem eu posso até fazer com que milhares de pessoas concordem comigo e passem a espalhar as minhas informações. E mesmo assim não posso garantir o processo de racionalização no ato de comunicar-se, uma vez que, minha argumentação é frágil a qualquer tipo de fundamentação ou crítica científica.

Mesmo que, do ponto de vista da subjetividade, me pareça lícito construir afirmações acerca das realidades que me alcançam, ponderações objetivas são necessárias para que a subjetividade obtenha sentido. Do contrário, são meras especulações, intervenções inconsistentes.

Considerar que não há eficácia na vacina a partir dos dados de eficácia é, de certo modo, contraditório. Ao mesmo tempo em que a ausência de dados sobre as circunstâncias em que as doses dos imunizantes devem ser guardadas, os dados da população envolvida nos experimentos científicos (grupos participantes dos testes clínicos, periodicidade, etc), o consenso dos órgãos que fabricam e regulam o uso de vacinas com 50% de eficácia comprovada representa a falta de criticidade, fundamentação, ou seja, de racionalidade na afirmação principal e/ou nenhum conhecimento de mundo.

Não se trata da busca por uma verdade infalível, mas da capacidade de olhar o mundo como todo e considerar todas as unidades na diversidade dos fenômenos. Em outras palavras, produzir racionalidade criticamente e fundamentalmente, tendo como parâmetro as relações humanas e o uso das redes sociais como espaço de comunicação livre.

Existe uma verdade absoluta no uso da linguagem? Quem é o dono dessa verdade? A frase final do parágrafo acima aponta uma linha de pensamento filosófico a ser perseguida por essa pesquisa, mas, embora as respostas para essas perguntas parecem estar dentro do campo da filosofia, toda e qualquer conclusão

tirado nesse trabalho de pesquisa vai ter, sim, relação com o surgimento das novas plataformas de comunicação, especificamente as redes sociais.

O tema da razão é de grande importância para a filosofia, podendo até ser considerado um dos fundamentos do pensamento filosófico. Ou seja, a razão ou a busca incessante por ela é o que dá sentido para a filosofia. Por outro lado, a filosofia é responsável pelo entendimento de racionalidade. É próprio do filósofo a busca pela razão dentro da própria razão. Do mesmo modo, será muito importante em nossa investigação ponderações acerca do embate social dentro das redes sociais.

As redes sociais deixaram de ser apenas um espaço de inovação tecnológica para se transformarem, no novo cenário das relações humanas, uma relação que rompe as barreiras geográficas e econômicas mediadas pela construção de racionalidades a partir do uso da linguagem. Não estamos falando apenas de estruturas tecnológicas, software e aplicativo, e sim de espaços de sociabilidade e relacionamentos humanos, mesmo ciente da multiplicidade de características dos ambientes virtuais. O mesmo acontece com a comunicação ou ação comunicativa. O ato de se comunicar não deve acontecer de forma individualizada, dualista, tão pouco finalista. De forma que a mensagem a ser comunicada não deve conter o caráter subjetivo uma vez que “são pessoas que dispõem de saber quanto declarações simbólicas, ações verbais, e não verbais, comunicativas ou não comunicativas que concretizem o saber”. (HABERMAS, 2012, p. 32).

Com a difusão da internet, aconteceram também mudanças radicais nos hábitos das pessoas: subtraíram-se distâncias, interligam-se culturas e criou-se um novo modelo de mundo, o virtual. As fronteiras geográficas “desmoronaram” nesse mundo virtual, gerando unidade entre os povos. Atualmente, diversas comunidades virtuais rompem com as relações interpessoais com a presença, inserindo um novo tipo de relação, em que um simples programa de tradução on-line “quebra” as estruturas do idioma e possibilita a interação entre dois ou mais indivíduos, como se estivessem presentes. (MENDES, ESPÍRITO SANTO, 2016 p. 29).

Se para a filosofia explicar o mundo só se faz possível mediante os princípios encontráveis na razão, na racionalidade podemos corporificar no nosso conhecer através da ação reflexiva que deriva da fala e do agir. Em ambos os casos, trata-se

de duas exteriorizações, ações comunicativas e ações teleológicas que podem ser criticadas.

Devemos considerar a exteriorização como um encontro, nesse primeiro momento, de duas pessoas em que um sujeito tem um comportamento com o objetivo de perseguir uma verdade, enquanto a outra pessoa busca um determinado êxito. A validade dessa relação estabelecida é efetivada no campo da racionalidade. Embora os objetivos sejam direcionados de maneira diferente, todos os dois indivíduos almejam chegar à finalidade que se referem ao mundo objetivo. São exteriorizações simbólicas que podem ou não ser criticadas ou fundamentadas.

Outra afirmação que pode nos ajudar a entender melhor o conceito de racionalidade e alinhar nosso entendimento acerca dos déficits comunicacionais na linguagem é a consciência sobre o uso de asserções e a ações direcionadas para um fim. Quanto a isso, Habermas faz a seguinte consideração: “quanto melhor se poder fundamentar a pretensão de eficácia ou de verdade proposicional associada a ela, tanto mais racionais elas serão”. (HABERMAS, 2012, p. 34).

Aqui, Habermas parece estar preocupado com uma possível limitação do conceito desenvolvido e proposto por ele sobre o tema da racionalidade. E indica que na prática comunicativa, a racionalidade pode se estender a um aspecto mais amplo “reconstruído a partir de pretensões de validade de cunho universalista, cujo critério é a criticabilidade” (HABERMAS, 2012, p. 8). O filósofo nos insere na realidade cognitiva e instrumental da racionalidade. Assim é bastante notável a transferência de uma busca pela verdade e ou uma finalidade vinculada a referências de mundo para uma autoafirmação exitosa.

Habermas busca apoio teórico, também, na tese de Max Weber sobre a existência de razões sistemáticas para haver nexos entre as três temáticas da racionalidade. Ele valoriza a fala de Weber sobre o problema da racionalidade que se apresenta, simultaneamente, em três planos diferentes: metateórico, metodológico e empírico.

Começo com uma discussão provisória sobre o conceito da racionalidade (1) para então inseri-lo na perspectiva evolucionária do surgimento de uma compreensão moderna do mundo (2). Depois desses preparativos, tenciono provar o nexos interno entre teoria da racionalidade e teoria social; de um lado, pretendo fazê-lo para o plano metateórico a medida em que demonstra as implicações, para a racionalidade, dos conceitos operativos sociológicos hoje em uso (3); e, de outro lado, para o plano metodológico à medida em que demonstra como essas implicações são também às que resultam do acesso intelectível ao campo de objeto da sociologia (4). [...] (HABERMAS, 2012 p.30).

Em outras palavras, podemos afirmar que uma ação racional só poderá ser classificada de tal maneira quando o falante provocar nos demais participantes da ação o conhecimento mútuo. Mas esse entendimento só será possível quando forem ofertadas ferramentas suficientes para a crítica ou a fundamentação.

Sobre essas ferramentas podemos classificá-las como ações de busca pela verdade e êxito, as quais exigem, sobretudo, um conhecimento de mundo subjetivo muito objetivo. É a partir desse movimento que nosso agir passa a, comunicativamente, nos levar ao entendimento sobre o mundo da vida e orientar nossas ações.

Por outro lado, pensar o tema dos déficits comunicacionais a partir da racionalidade de Habermas é assumir um carácter, exclusivamente, pragmático do uso da linguagem do ponto de vista comunicacional. Habermas coloca a linguagem como elemento de salutar importância no papel de mediação da relação entre os falantes de uma ação comunicativa.

Pensar o aspecto deficitário da comunicação a partir das relações pessoais dos indivíduos no mundo objetivo, talvez requeresse um esforço ainda maior do que o proposto pela visão habermasiana. Seria necessária uma imersão na origem e cultura de cada indivíduo, uma vez que o conhecimento de mundo abstrato se configura de maneira individualizada. Porém, esses mesmos estudos propostos por Jürgen Habermas já se apresenta de uma contribuição e clareza bastante racional, uma vez que nos dá o direito de criticá-los ou fundamentá-los. Aqui optamos pelo segundo.

Entendemos que falta a muitos a consciência de sua capacidade, apontada pela filosofia, de buscar na razão um entendimento da própria razão. Não se trata de abraçar conceitos estabelecidos pela lógica ou razão tradicional e institucional. O que está em jogo é o uso adequado da linguagem, por meio de argumentos, questionamentos e fundamentos capazes de caracterizar o processo de comunicação em busca pelo entendimento mediatizado pelo uso da linguagem e confirmado pela razão criticável.

A ação comunicativa acontece quando assumimos nosso papel no diálogo de forma consciente. Porém, essa consciência filosófica não poderá servir para criar uma consciência individualista soberana. Ao passo que, todas as críticas levantadas contra a razão no ato de produção da racionalidade serão sempre bem-vindas e acolhidas nas exteriorizações, mas, isso não significa que devemos abandonar de vez a importância da razão. É por meio da razão que desenvolvemos os saberes válidos e aptos a representar nossa forma de ser e de atuar no mundo. Sem contar que, abrir mão da razão como principal força formadora da racionalidade é por si só um ato irracional. Quando nego a razão estou criando outra razão, um consentimento próprio, mas livre de críticas e fundamentações de outros sujeitos da ação comunicativa. Sem a possibilidade de comprovação da validade da argumentação, de finalidade ou verdade, a ação perde a natureza racional.

Nota-se, então, que é preciso fazer um exercício para repensar o conceito da razão filosófica a partir da construção mais geral e ampla da nossa relação com o mundo objetivo e o mundo subjetivo. E assim admitir a linguagem como centro da interação humana a partir das coisas criadas em prol do convívio social. Ou seja, o sucesso da tentativa de sanar os déficits comunicacionais na linguagem passa pela disposição dos sujeitos capazes de falar e de agir, orientados pela razão filosófica, tendo como pressupostos um conhecimento prévio de mundo subjetivo. Essa ação deve ser coordenada pelas pretensões de validade, porém, o pano de fundo precisa conter sempre o desejo pelo entendimento mútuo.

A linguagem é o *medium* indispensável de todo sentido e validade. “O que torna a razão comunicativa possível é o *medium* linguístico, através do qual as interações se interligam e as formas de vida se estruturam”. (HABERMAS, 1997a,

20). Toda ação resultante da interação entre ator e interlocutor necessita da linguagem de forma imprescindível. A linguagem mediatiza fundamentalmente toda relação significativa entre sujeito e objeto. Ela está inevitavelmente presente em toda comunicação humana, a qual implica um entendimento mútuo sobre o sentido de todas as palavras e sobre o sentido do ser das coisas mediadas pelos significados da palavra.

A linguagem possui, primordialmente, um sentido comunicativo, ou seja, nós moramos na linguagem. Para nos comunicarmos, a única alternativa é a linguagem. Sem ela, não temos nem conhecimento e nem acesso ao mundo. Como tradição cultural, a linguagem entra na ação comunicativa; pois só as significações intersubjetivamente válidas e constantes, que se obtêm da tradição, facultam orientações com reciprocidade, isto é, expectativas complementares de comportamento.

Assim, a interação depende das comunicações linguísticas que se tornam familiares. E também a ação instrumental, logo que como trabalho social aparece sob a categoria do espírito real, está inserida numa rede de interações e depende, portanto, por seu lado, das condições marginais comunicativas de toda cooperação possível. (HABERMAS, 2001,p. 31). O mundo sistêmico constrói sua própria linguagem.

Mas para construir uma linguagem marginal própria, a ação instrumental necessita da linguagem natural. Mesmo nas redes sociais, para que o mundo sistêmico possa funcionar, é necessário que os usuários entendam o sentido contido nas comunicações linguísticas. Para isso, é necessário que eles entendam as regras técnicas que “só se formam sob as condições da comunicação linguística, mas nada têm em comum com as regras comunicativas da interação”. (HABERMAS, 2001, p. 31). E para isso é imprescindível considerar e assumir o mundo da vida como pressuposto de toda língua. A linguagem, concebida como condição da comunicação linguística e como regras comunicativas da interação, é a possibilidade do processo de entendimento, tanto para o agir comunicativo, quanto para o agir instrumental e o agir estratégico.

O conceito de entendimento, compreendido como um processo histórico e como um tipo especial de uso das regras do discurso, é colocado por Habermas no nível formal linguístico dentro da teoria do agir comunicativo (2012). Esse conceito permite diferenciar o agir orientado pelo entendimento mútuo (racionalidade comunicativa) do agir orientado pela obtenção de um fim (racionalidade instrumental).

Na análise das ações realizadas nos aplicativos de redes sociais, além do conceito de entendimento, é necessário nos servirmos do conceito da pretensão de validade. Com elas, Habermas reconstrói as formas de racionalidade, características da cultura ocidental, expondo três pretensões irreduzíveis umas às outras: os atos-de-fala constatativos são levantados pela pretensão da verdade; os atos-de-fala regulativos são levantados pela pretensão da correção; os atos-de-fala representativos são levantados pela pretensão da veracidade.

Além do entendimento e da pretensão de validade também é necessário utilizarmos a argumentação ou discurso argumentativo. Esse não é um jogo linguístico entre outros, no qual se possa entrar ou não à vontade, mas é tanto uma forma de comunicação, quanto uma forma pública reflexivamente intransponível de todo pensar.

A descoberta da linguagem como *medium* constitutivo de todo sentido e validade abriu três grandes âmbitos de investigação. De modo geral, podemos dizer: a sintática investiga a relação dos sinais linguísticos entre si; a semântica analisa a relação entre os sinais e o significado, isto é, a dimensão referencial dos objetos e os significados; e a pragmática explicita a relação entre os sinais e os sujeitos, bem como o uso que estes fazem dos sinais e das proposições.

A grande conquista dessa reflexão está na descoberta de que a linguagem mediatiza toda relação significativa entre sujeito e objeto e que ela, mais anterior, está inevitavelmente presente em toda comunicação humana, a qual implica um “entendimento mútuo” sobre o sentido de todas as palavras usadas e sobre o sentido do ser das coisas mediadas pelos significados das palavras. Isso significa: a linguagem mediatiza todo sentido e validade.

E se a linguagem mediatiza todo sentido e validade, ela o faz, antes de tudo, através dos sinais. Todo sentido é mediado pelos sinais linguísticos. Por isso, veremos em primeiro lugar, de que modo os sinais realizam essa mediação. Todo sinal exerce uma tríplice função. Podemos exprimir essa tríplice relação na seguinte definição: um sinal é algo que representa algo diferente de si para os intérpretes.

Explicitando isso, podemos dizer que todo sinal implica: a) uma relação com a coisa representada, mediatiza algo do mundo; b) uma relação com o significado, isto é, mediatiza algo como algo significativo, que pertence a um sistema linguístico; e c) uma relação com os seus intérpretes, isto é, mediatiza algo como algo significativo que tem que ser interpretado pelos membros de uma comunidade linguística. Isso significa que: já no uso dos sinais de uma língua está presente a dimensão pragmática da linguagem, isto é, a relação dos sinais com os sujeitos e com o uso que estes fazem dos sinais e, como tal, ela integra as dimensões semântica e sintática.

A presença dessa tríplice relação semiológica na constituição de todo sentido nos mostra que o essencial em todo conhecimento é a interpretação de algo como algo mediado pelos sinais. Ora, a interpretação de algo como algo pressupõe sempre um 'nós' que compreende e interpreta o sentido das proposições, mediadas pelos sinais linguísticos.

O conhecimento, a partir de sua mediação pela linguagem, só pode ser concebido como a compreensão comunicativa e formação do consenso sobre algo do mundo. Isto é, essa compreensão intersubjetiva implica sempre um entendimento comum sobre os sinais usados, o qual possibilita todo ulterior entendimento ou desentendimento sobre algo do mundo.

## 2.2 DEFINIÇÃO DOS CONCEITOS DE “MUNDO” E “MUNDO DA VIDA”

A primeira proposição que devemos nos apegar é sobre a correlação entre os conceitos de mundo, mundo da vida e racionalidade. À medida que expandimos a nossa concepção de racionalidade vamos obtendo maior compreensão sobre o mundo da vida, afinal de contas estamos falando de “estruturas de racionalidade

corporificadas em imagens de mundo por vias simbólicas”. (HABERMAS 2012, p. 94) Mesmo nossa compreensão do mundo objetivo é mediada pelo uso da linguagem.

Ao introduzir o conceito de mundo da vida nesse trabalho, nos unimos aos anseios de Habermas em trazer ainda mais a cena a necessidade de compreensão do entendimento como processo cooperativo de interpretação. Ou seja, nossa capacidade de dialogar com o mundo objetivo, uma comunidade de comunicação, a partir de nossas convicções subjetivas de mundo.

Dentro do paradigma comunicativo pelo qual tem optado, Habermas toma da fenomenologia husserliana o conceito de mundo da vida. Utiliza este conceito tendo como horizonte o âmbito da comunicação humana, referindo-se a esse como o contexto vital sobre o qual está assentada a comunicação intersubjetiva. Desse horizonte deduz as funções que o agir comunicativo desempenha na manutenção de um mundo da vida estruturalmente diferenciado.

Define o conceito de mundo da vida em termos da pragmática formal como: o lugar transcendental no qual o falante e o ouvinte vão para o encontro. Lugar em que podem levantar reciprocamente a pretensão de que suas emissões concordam com o mundo (com o mundo objetivo, com o mundo subjetivo e com o mundo social). Lugar em que podem criticar e mostrar os fundamentos das suas pretensões de validade, resolver seus desentendimentos e chegar a um acordo. (HABERMAS, 1987, p. 179).

### **2.2.1 O conceito de “mundo”**

Habermas estabelece uma clara diferença entre os conceitos de ‘mundo’ e ‘mundo da vida’. Para ele, ‘mundo’ é “aquilo sobre o que os participantes da interação se entendem entre si”. (HABERMAS, 1989b, 489). Essa definição é percebida por Habermas como uma suposição pragmático-formal do mundo. O que significa uma suposição pragmático-formal do mundo? Significa que está contida no conceito de mundo uma perspectiva na qual os sujeitos capazes de linguagem e de ação, do horizonte de seu mundo da vida a cada vez compartilhado, devem poder

“se relacionar” no mundo objetivo, quando quiserem se entender entre si “sobre algo” na comunicação, ou conseguirem “algo” nas relações práticas.

Para que possam se relacionar com algo, seja na comunicação sobre fatos ou nas relações práticas com pessoas e objetos, devem – cada um por si, mas em 25 concordância com todos os outros – partir de um pressuposto pragmático. Supõem “o mundo” como a totalidade dos objetos existentes independentemente, que podem ser julgados ou tratados. “Julgáveis” são sobretudo todos os objetos a respeito dos quais podem ser afirmados fatos. Mas somente objetos identificáveis espaço-temporalmente podem ser “tratados” no sentido de uma manipulação eficaz em relação a fins. (HABERMAS, 2003b, 39).

A suposição pragmático-formal do mundo não é nenhuma ideia reguladora. É, sim, uma ideia constitutiva que torna possível a uma pessoa referir-se a tudo aquilo do qual é possível capturar os fatos. Para esclarecer mais o conceito de mundo é importante retomar a distinção feita por Habermas entre mundo e realidade. Diz ele que o conceito de mundo, suposto como a totalidade dos objetos e não como a totalidade dos fatos, não pode ser “confundido com a ‘realidade’, que é constituída por tudo o que pode ser representado em expressões verdadeiras”. (HABERMAS, 2003b, 42).

### **2.2.2 O conceito de “mundo da vida”**

O conceito de mundo da vida refere-se a “aquilo a partir de onde iniciam e discutem suas operações interpretativas”. (HABERMAS, 1989b, 489). Os componentes estruturais que compõem o mundo da vida são a cultura, a sociedade e a personalidade e são descritos da seguinte forma: chamo de cultura o acervo de saber a partir do qual os participantes da comunicação se abastecem de interpretações para entenderem-se sobre algo no mundo.

Chamo de sociedade os ordenamentos legítimos através dos quais os participantes da interação controlam seus vínculos com os grupos sociais, assegurando com isso a solidariedade. Por personalidade entendo as competências que convertem um sujeito em alguém competente no uso da linguagem e na execução de ações, isto é, que o capacitam a participar dos

processos de entendimento e neles afirmando sua própria identidade. (HABERMAS, 1987, 196).

Habermas assinala, nessas definições, a conexão interna entre as estruturas do mundo da vida e as estruturas da imagem linguística do mundo, ou seja, o campo semântico dos conteúdos simbólicos é construído sobre o agir comunicativo a partir dos atos-de-fala proferidos pelos sujeitos no momento da realização da interação.

A linguagem e a cultura são elementos constitutivos do próprio mundo da vida. Isso coloca os participantes das interações orientados pelo entendimento em uma situação de semi transcendência, já que ao realizar um ato-de-fala, esse está tão dentro da sua linguagem que não é possível se pôr frente a si, objetivando-o, para questionar sua validade.

A objetividade do mundo, que supomos ao falar e agir, está de tal modo entrelaçada com a intersubjetividade do entendimento sobre algo no mundo, que não damos um passo atrás desta correlação, da qual não nos podemos desviar, do horizonte revelado linguisticamente de nosso mundo da vida intersubjetivamente compartilhado. Isto não exclui, sem dúvida, uma comunicação sobre os limites dos mundos da vida particulares. (HABERMAS, 2003, 56).

Essa condição forma parte do acervo de saber que os participantes deixam às suas costas, para trás, e, portanto, não é problemático, constituindo o horizonte sobre o que se movem os agentes comunicativos. Este é o seu mundo da vida. A tarefa da linguagem, no agir comunicativo (2012), é fornecer o horizonte pré-estruturado a partir do qual os sujeitos podem relacionar-se entre si e sobre o mundo. O entendimento possível entre os sujeitos dá-se na linguagem porque nela está depositado o saber pré-teórico específico do gênero humano. A linguagem, como horizonte pré-estruturante, possibilita as experiências, as ações e a obtenção do consenso.

### 2.3 OS TIPOS DE AÇÃO E DE RACIONALIDADE

A escolha de estudar os tipos de ação pode ser entendida como um vislumbre de forças correlatas dentro do processo de entendimento na ação comunicativa. De modo que, o agir comunicativo encabeça a integração de todos os

tipos de agir que convergem para uma ação reflexiva na busca pelo entendimento mútuo.

O agir é a manifestação simbólica utilizada pelos sujeitos para se relacionarem com, pelo menos, um dos três mundos. (HABERMAS, 1987a, 139). Os sujeitos executam um agir teleológico quando entram em contato com o mundo objetivo; executam um agir normativo quando entram em contato com o mundo social; e executam um agir expressivo quando entram em contato com o mundo subjetivo. Essas três formas de agir correspondem aos diferentes tipos de atos-de-fala classificados por Habermas em constatativos, regulativos e expressivos.

### 2.3.1 Agir comunicativo (i)

O agir comunicativo é fundamental para o agir teleológico, para o agir normativo e para o agir expressivo porque é composto por formas distintas de “agir dirigido pelo entendimento”. (HABERMAS, 1987a, 143). Elas *permitem* a realização dos demais tipos de agir.

A expressão ‘permitem’ significa a possibilidade dos três tipos de agir terem, não somente uma relação direta com seus mundos respectivos, mas também uma relação “reflexiva”. Essa forma “reflexiva”, a partir da qual os falantes se relacionam com o mundo, através de suas ações, é a possibilidade dos falantes chegarem, orientados pelo entendimento, a um novo consenso.

O conceito de agir comunicativo pressupõe a linguagem como o meio dentro do qual ocorrem os processos de entendimento. Nesses processos, os falantes, ao se relacionarem com o mundo, expõem-se frente aos seus interlocutores com pretensões de validade que poderão ser aceitas ou contestadas. A produção, a interação e a expressão, entre os três tipos de agir (teleológico, normativo e expressivo), são realizadas através da linguagem. Diz Habermas:

[...] nas três funções universais de expor algo, manifestar uma intenção do falante e estabelecer uma relação pessoal entre falante e ouvinte, com ajuda de uma oração, está subentendida todas as funções que uma emissão pode cumprir em contextos particulares. O cumprimento destas

funções é medido pelas condições universais de validade que são a verdade, a veracidade e a retidão. (HABERMAS, 1989b, 332).

A linguagem é um dos setores da realidade (ao lado do mundo objetivo, do mundo subjetivo e do mundo social) à disposição do falante e de seu interlocutor, como setor pré-estruturante da realidade. A intersubjetividade ocorre efetivamente na linguagem. Com o termo intersubjetividade, Habermas quer designar a comunidade instaurada entre sujeitos competentes linguisticamente para agir, falar, compreender significações e reconhecer exigências universais. Diz Habermas:

[...] uma teoria da comunicação que tenha por meta reconstruir as condições do agir orientado ao entendimento, não exige incondicionalmente como unidade básica da análise pares de atos-de-falas complementares, quer dizer, atos-de-fala reciprocamente executados e aceitos. Pode ser a emissão de um falante, que pode não ser somente entendida senão também aceita, realizada pelo menos por outro sujeito capaz de linguagem e de ação. (HABERMAS, 1989, 334).

A pretensão de validade emitida em relação à *intersubjetividade* e a *inteligibilidade*. Ela é uma exigência válida própria dos discursos. Analogamente, a dupla estrutura dos atos de fala, cujo elemento performativo (parte elocucionária) redefine a modalidade das expressões do elemento proposicional, a racionalidade é percebida no sentido performativo. Em outras palavras, a racionalidade é entendida como forma de utilização do conhecimento. Austin (1998), por exemplo, introduziu uma problemática original com relação a isso. Voltando seu estudo para as expressões realizativas (performative utterances). O que são “expressões realizativas”? Quase sem exceção, segundo Austin, os filósofos e os lógicos atribuem um caráter privilegiado aos “enunciados declarativos” ou “descritivos” e as asserções “assertivas”, “proposicionais” etc. Ou seja, as expressões que descrevem algum estado de coisa ou um fato e que monopolizam a “virtude” de serem verdadeiras ou falsas.

### 2.3.2 Agir Estratégico (i)

Em sua obra *Teoria da Ação Comunicativa*, Habermas (2012, v. 1, p. 510) caracteriza o agir estratégico como toda ação que por intermédio da linguagem exerce efeitos perlocucionários a partir das ações de fala de um determinado ator sobre, ao menos em um dos participantes das suas ações de fala”.

Habermas considera que na ação estratégica os aspectos da racionalidade podem ser observados efetivamente na influência que um oponente racional pode exercer em suas decisões. Em outras palavras, o filósofo alemão nos alerta para os aspectos de validade exigidos para toda e qualquer ação estratégica.

Desse modo, o agir estratégico pode ser diferenciado das ações instrumentais no que diz respeito ao seu papel social porque não se trata de desenvolver uma associação às interações sociais, a ação estratégica é por si só uma ação social. Contudo, a relação com o agir comunicativo, principalmente, por se tratar de uma ação concebida a partir de um planejamento que busca incessantemente a realização dos objetivos pretendidos nos cálculos unilaterais objetivados ao êxito, nem sempre será vista como aceitável ou, eticamente, boa. De modo que, o modelo da ação estratégica será constituído pela pretensão comunicativa disposta a determinado êxito.

Mesmo na tarefa de buscar uma definição para o de agir estratégico é importante a presença de, pelo menos, um contraponto com a teoria da ação comunicativa. Pois, podemos observar que a ação estratégica acontece no mesmo plano que a ação comunicativa, desde que essa relação social seja estabelecida através do processo de racionalização e da linguagem.

A partir dessa análise podemos, então, apontar uma característica fundamental do agir estratégico, a linguagem assume um papel interacional com a tarefa de produzir conclusões consensuais. Ou seja, o falante empenha suas forças comunicacionais a partir de aspectos motivacionais do entendimento. Assim ele consegue estabelecer acordos com o ouvinte ao mesmo tempo em que o ouvinte apresenta suas exigências comunicativas.

Em determinado momento o agir estratégico incorpora aspectos da ação teleológica e se aproxima dos modelos de ação utilitaristas. Os atores são responsáveis pela preservação dos elementos racionais que consolidam a ação comunicativa diante da comunidade de comunicação. Porém, a maximização das expectativas e das unidades individuais passam a ser prioritárias na relação social.

Consequente, o agir estratégico começa a ser instrumento de manipulação. Nesse caso, a linguagem assume o papel de medium da comunicação, não mais do entendimento. O falante utiliza da ação comunicativa para justificar a sua ação que é predominantemente estratégica.

### 2.3.3 Racionalidade

A essa altura já estamos chegando a um nível de amadurecimento bastante propositivo no que diz respeito ao processo de entendimento linguístico. Vale retomar, de maneira mais atenta, a discussão acerca da racionalidade. Como o tema é de peculiar ambiguidade, não fugiremos da nossa obrigação de debatê-lo. De modo que, é inevitável falar em racionalidade quando pensamos em ação comunicativa, inevitável ter que debater conceitos básicos e estruturantes da busca da razão dentro da própria razão, a saber, expressões realizativas, atos perlocucionários e situação ideal de fala.

A racionalidade cognitivo-instrumental pressupõe um uso não comunicativo do conhecimento proposicional e fundamenta o agir estratégico. Antes de explicitarmos o conceito de agir estratégico, faz-se necessário entendermos o conceito de agir teleológico, pois aquele é a ampliação desse. Com o primeiro tipo de agir, o agente realiza um objetivo ou produz um estado-de-coisas desejado através da escolha dos meios apropriados e pela aplicação adequada dos meios escolhidos.

O núcleo do conceito de agir teleológico é a possibilidade dada ao agente para decidir entre várias alternativas. Essa decisão obriga o autor da ação adequar-se às necessidades requeridas pelo objetivo. O agente realiza tal ação orientando-se por máximas e apoiando-se na análise da situação conjuntural. O agir teleológico amplia-se e converte-se em agir estratégico quando, ao escolher os meios adequados, o faz levando em consideração a expectativa de pelo menos um interlocutor. (HABERMAS, 1987a, 122).

A racionalidade comunicativa caracteriza-se por estar fundamentalmente ligada à experiência realizada durante o processo de entendimento linguístico. Entendimento significa a capacidade dos falantes de se unirem sem coações e de gerarem um consenso (HABERMAS, 1987a, 27) dentro de uma situação-de-fala ideal. Quais condições precisam ser atendidas para os sujeitos se encontrarem numa situação-de-fala ideal? Habermas apresenta o conceito de situação-de-fala

ideal no artigo “Teorias da verdade”, escrito em 1972. (HABERMAS, 1989, p.113-158).

O contexto da discussão é a estrutura da argumentação como o suporte suficiente para gerar decisões racionalmente motivadas sobre pretensões de validade teórica no caso dos discursos teóricos e sobre pretensões de validade práticas nos casos dos discursos práticos. Para isso, é necessário que o “discurso tenha uma forma que permita a revisão do sistema de linguagem inicialmente escolhido. Somente assim é possível trazer a experiência reflexiva sobre a inadequação dos sistemas de linguagem para dentro da própria argumentação”. (HABERMAS, 1989, p.150).

Habermas analisa separadamente os discursos teóricos e os discursos práticos. Tanto um quanto o outro necessita ter uma forma especial que permita a radicalização progressiva, ou seja, na forma do discurso teórico o sujeito cognoscente necessita refletir sobre as afirmações que se tornaram problemáticas e na forma do discurso prático o sujeito das práxis precisa refletir sobre as normas ou as proibições que se tornaram problemáticas.

### 2.3.3.1 Expressões Realizativas

A pressuposição obstinada de que unicamente tem interesse teórico o enunciado descritivo foi denominado por Austin de “falácia descritiva”. “Deves amar o próximo” não é uma frase descritiva. Pelo menos não o é no sentido em que é “A almofada está sobre o sofá” ou “Tenho dor de cabeça”. Porém o que ocorre com expressões do seguinte tipo: “Prometo concluir o capítulo da tese até o próximo encontro”.

Pode-se observar que: (1) uma expressão deste tipo é um enunciado do ponto de vista gramatical; (2) não descreve nada, isto é, não no sentido como “A almofada está sobre o sofá”; (3) não é verdadeira nem falsa; (4) não é sem sentido. Qual é a sua função? Como justificar o seu caráter significativo? Austin observa que as expressões do tipo “Prometo concluir o capítulo da tese até o próximo encontro” possuem uma peculiaridade: ao pronunciá-las, em certas circunstâncias,

executamos uma ação que não deve ser confundida com a ação de pronunciá-la. Fazemos algo mais do que dizer algo. No exemplo indicado o algo a mais é a ação de prometer. Do ponto de vista gramatical tais expressões se caracterizam tipicamente pela presença de um verbo na primeira pessoa do singular do presente do indicativo.

As expressões deste tipo, entre as quais “Prometo concluir o capítulo da tese até o próximo encontro” e outras semelhantes, são casos particulares e denominados por Austin como “expressões realizativas”. Quais critérios podem ser oferecidos para distinguir as expressões realizativas das expressões constatativas? Nas diversas respostas fornecidas por Austin uma delas é especial. As expressões realizativas, assim como as descritivas, estão sujeitas a condições necessárias relacionadas com seu funcionamento “feliz”. Tal como ocorre com as expressões realizativas e que, por sua vez, ao menos para alguns tipos delas, não somente devem satisfazer as condições gerais de funcionamento feliz, senão que também requerem certa conformidade com os fatos.

A essa altura, ao prometer concluir o capítulo, Austin propõe um novo ponto de partida: considerar em que sentido ou sentidos se pode afirmar que “dizer algo é fazer algo”. A resposta de Austin consiste em oferecer um esquema teórico que permita determinar os sentidos mais importantes das expressões realizativas. Quando alguém diz algo devemos diferenciar três aspectos.

Primeiro, o ato de dizê-lo, isto é, o ato que consiste em emitir certos sons, com certa entonação ou acentuação, sons que pertencem a um vocabulário, que se emitem seguindo certa construção gramatical e que, além do mais, tenham assinalado certo ‘sentido’ e ‘referência’ é denominado por Austin de “ato locucionário” ou a dimensão “locucionária” do ato linguístico.

Segundo, o ato que realizamos ao dizer algo como prometer, advertir, afirmar, felicitar, insultar, ameaçar etc, é denominado por Austin de “ato elocucionário” ou a dimensão “elocucionária” do ato linguístico.

### 2.3.3.2 Atos de fala

Os atos-de-fala constatativos expressam um conteúdo proposicional. Com eles, o falante refere-se a algo no mundo objetivo. Ao se referir a algo no mundo, o falante produz um estado-de-coisas. A negação dos proferimentos significa que o ouvinte questiona a pretensão de verdade erguida pelo falante ao afirmar seus proferimentos.

Os atos-de-fala normativos (ou regulativos) expressam uma relação intersubjetiva. Com eles, o falante refere-se a algo no mundo social, buscando estabelecer uma relação intersubjetiva reconhecida como legítima. A negação de tais emissões significa que o ouvinte questiona a pretensão de correção pretendida pelo falante com o seu agir.

Os atos-de-fala expressivos manifestam uma intenção do falante. Com eles, o falante refere-se a algo pertencente ao seu mundo subjetivo, desvelando diante do público uma vivência interna em que o único a ter acesso privilegiado é o próprio sujeito. A negação de tais proferimentos significa que o ouvinte põe em dúvida a pretensão de veracidade do falante. Essas três classes de atos-de-fala correspondem aos três tipos de agir a partir dos quais os falantes, através de suas manifestações simbólicas, entram em relação direta com pelo menos um dos três mundos.

### 2.3.3.3 Atos perlocucionários

E o terceiro aspecto de um ato de fala, aquele que realizamos porque dissemos algo como intimidar, assustar, convencer, ofender, penalizar etc é denominado por Austin de “ato perlocucionário” ou a dimensão “perlocucionária” do ato linguístico. A conexão entre o que dizemos, enquanto ato de dizê-lo (dimensão locucionária), e as consequências que contingentemente ocorrem porque o temos dito (dimensão perlocucionária), é uma conexão causal.

A relação entre a dimensão locucionária e o que fazemos ao dizer algo (dimensão elocucionária) é, segundo Austin, uma “relação convencional” (AUSTIN,

1998). Enquanto que o significado das expressões (no sentido tradicional do termo) é parte do ato locucionário, a força delas está incluída totalmente no ato elocucionário.

Habermas faz uma crítica a Austin no sentido de que este escolheu uma perspectiva limitadora da dimensão elocucionária quando atribui a sua força ao seu caráter convencional.

Saber que tem uma estrutura proposicional, permitindo assim que as opiniões sejam expostas explicitamente no modelo de enunciados, a racionalidade, por sua vez, está ligada a uma estrutura, a partir da qual os falantes apropriam-se do conhecimento. (HABERMAS, 1987, 24).

A racionalidade da estrutura é moldada pela forma como o conhecimento é usado pelos sujeitos competentes para agir e proferir atos-de-fala. A partir da dupla estrutura dos atos-de-fala, Habermas distingue duas formas de racionalidade fundamentais: a racionalidade cognitivo-instrumental e a racionalidade comunicativa. Tais racionalidades ocorrem de forma mista e dificilmente será possível encontrá-las na forma pura. Para Habermas, a racionalidade cognitivo-instrumental possui a conotação de ser uma autoafirmação com êxito no mundo objetivo, possibilitada pela capacidade dos falantes de manipularem informações e de adaptarem-se de uma forma inteligente, quando estiverem diante de condições estranhas produzidas por situações contingentes.

#### 2.3.3.4 Situação ideal de fala

O sucesso na obtenção de um novo consenso motivado racionalmente, sobre uma afirmação contestada ou uma norma conflitante, é necessário para assegurar a formação do próprio consenso. A motivação racional é garantida pelas propriedades formais da situação-de-fala ideal. E quais são essas propriedades que tornam uma situação-de-fala ideal? Habermas chama de ideal a situação-de-fala na qual a comunicação esteja livre de influências externas contingentes e livre de coações originárias da própria estrutura da comunicação. A situação-de-fala ideal exclui as distorções sistemáticas da comunicação.

A estrutura da comunicação deixa de gerar coações somente se for dado para todos os participantes do discurso uma distribuição simétrica de oportunidades para escolher e executar atos-de-fala. Uma situação-de-fala para ser ideal, segundo Habermas, necessita cumprir as quatro condições a seguir expostas:

- a) “todos os participantes potenciais do discurso devem ter a mesma oportunidade de empregar atos-de-fala comunicativos”. (HABERMAS, 1989b, p.153) Em qualquer momento do discurso, seja ele sobre questões teóricas ou práticas, os sujeitos terão o direito de apresentar razões tanto para iniciar um discurso como para manter-se nele por meio de intervenções, perguntas ou respostas;
- b) “todos os participantes do discurso devem ter as mesmas oportunidades para realizar interpretações, afirmações, recomendações, das explicações ou justificações, problematizar, avaliar ou refutar pretensões de validade”(HABERMAS, 1989, p.153);
- c) “no discurso somente é permitido falantes que como agentes, quer dizer, nos contextos de ação, tenham iguais oportunidades de empregar atos-de-fala representativos, isto é, de expressar suas atitudes, sentimentos e desejos” (HABERMAS, 1989b, 153);
- d) “no discurso somente é permitido falantes que como agentes tenham a mesma oportunidade para empregar atos-de-fala regulativos, quer dizer, de mandar e se opor, de permitir e proibir, de fazer e de retirar promessas, de apresentar razões e de exigí-las”. (HABERMAS, 1989, p.154).

Na situação-de-fala ideal, cumpridas as quatro condições acima citadas, será possível aos diversos participantes da argumentação racional reconstruírem os interesses particulares embutidos em seus respectivos pontos de vista. Essa superação é efetivada no momento em que os participantes fornecerem, juntamente com seus proferimentos, uma pretensão de validade tematizável e suscetível de crítica e que possibilite aos interlocutores, aceitá-la ou refutá-la.

A racionalidade comunicativa e o agir comunicativo são co-originários. Quando um sujeito emite um ato comunicativo ele já está, de forma iniludível, supondo e trabalhando com a razão comunicativa. A razão comunicativa está intimamente ligada ao agir comunicativo. A razão comunicativa distingue-se da razão prática por não estar adscrita a nenhum ator singular nem a um macro sujeito

sócio político. O que torna a razão comunicativa possível é o médium linguístico, através do qual as interações se interligam e as formas de vida se estruturam.

Tal racionalidade está inscrita no telos linguístico do entendimento, formando condições possibilitadoras e, ao mesmo tempo, limitadoras. Qualquer um que utilize uma linguagem natural, a fim de entender-se com um destinatário sobre algo no mundo, vê-se forçado a adotar um enfoque performativo e a aceitar determinados pressupostos.

Entre esses pressupostos está a vinculação direta entre consenso e reconhecimento intersubjetivo de pretensões de validade criticáveis. A obtenção do consenso legítimo depende da existência de condições especiais na interação. Para uma situação-de-fala ser ideal, a condição necessária é a existência de uma relação simétrica, ou seja, um tipo especial de interação no qual ocorram as mesmas oportunidades para todos os interlocutores envolvidos.

Essa simetria não existe em todas as relações humanas. Existem situações humanas específicas nas quais a simetria não ocorre. Nesses casos, o emprego dos atos-de-fala não vem acompanhado das pretensões de validade.

O primeiro tipo, a racionalidade cognitivo-instrumental, é o “modo predominante” da racionalidade criticada por Weber, como específica e peculiar da cultura ocidental. (WEBER, 1985, p.11). Para ele, os elementos característicos dessa racionalidade são: a progressiva ‘matematização’ de toda experiência e de todo o conhecimento; a insistência sobre a necessidade da experiência e da prova racional, tanto na organização da ciência quanto da vida; a constituição e consolidação de uma organização universal e especializada de funcionários que tendem a um controle de toda a nossa existência, ao qual seria absolutamente impossível subtrair-se. (WEBER, 1985, p.9).

A racionalidade instrumental converte-se na condição de neutralidade, num cálculo sistemático: ‘o balanço’. (WEBER, 1985, p.10). O segundo tipo de racionalidade, a comunicativa, caracteriza-se por ter como único objetivo a busca do consenso entre sujeitos capazes de falarem e agirem. Tal racionalidade refere-se:

(a) a um conhecimento externo que, diferente do agir instrumental, assume um caráter objetivo somente se for compartilhado consensualmente por todos os participantes do diálogo; (b) aos sistemas de normas reguladores da interação; e (c) à forma das expressões dos conteúdos subjetivos. Os tipos de conhecimento (a), (b) e (c) constituem-se como diferentes conceitos de “mundo” a partir da racionalidade comunicativa. Habermas define as três atitudes fundamentais correspondentes aos distintos mundos da seguinte forma:

Têm-se desenvolvido instrumentos e têm-se efetuado análises que permitem explicar as pretensões universais de validade pelas quais o falante se orienta e determina as atitudes básicas adotadas nessa orientação. Trata-se da atitude objetivante com a qual um observador neutro se relaciona com algo que possui um lugar no mundo; da atitude expressiva com a qual, ao referir-se a si mesmo, descobre frente aos olhos de um público algo de seu mundo subjetivo, ao qual ele tem acesso privilegiado; e, finalmente, da atitude de conformidade (ou de crítica frente às normas) com a qual um membro do grupo social desempenha expectativas legítimas de comportamento.

A cada uma destas três atitudes fundamentais corresponde, em cada caso, um diferente conceito de “mundo”. (HABERMAS, 1987a, 395) Fiel ao projeto inicial, Habermas elabora uma teoria da modernidade com a qual busca desvelar o processo de dominação embutido na ideia de progresso técnico-científico. Para isso, ele utiliza o conceito de racionalidade comunicativa como o instrumento de interpretação das formas de racionalidade da cultura ocidental. (HABERMAS, 1987, p.213).

No nosso entender, a questão fundamental com a qual Habermas se defronta está relacionada, primeiro, com a ampliação da problemática dos atos-de-fala dentro da teoria do agir comunicativo e, segundo, com as implicações positivas produzidas por esta teoria na análise da cultura ocidental. Para tornar o conceito de agir comunicativo e o conceito de racionalidade comunicativa acessíveis a uma análise racional, evitando um tratamento que os reduza a uma vaga intuição ou a um mero efeito sugestivo, faz-se necessário recorrermos ao conceito de entendimento. Esse conceito é central porque, por um lado, satisfaz a exigência de compreensão unitária

do pensamento de Habermas e, por outro, porque é o objeto e o pano de fundo de grande parte das reflexões habermasianas.

## 2.4. COMUNICAÇÃO DIRECIONADA E COMUNICAÇÃO LIVRE DE COAÇÃO

Assim, na base de toda compreensão do significado e validade e, portanto, de todo conhecimento, está sempre a estrutura do “entendimento sobre algo”. Sobre isso Berger e Luckmann afirmam que todos “vivem dentro de uma teia de relações humanas (...) Dessa maneira, a linguagem marca as coordenadas de minha vida na sociedade e enche esta vida de objetos dotados de significação”. (BERGER; LUCKMANN, 1973, p.39). Dentro dessa “teia de relações”, entre outras coisas, está a comunicação.

O ponto de partida da nossa reflexão sobre a comunicação livre de coação é a perspectiva do referencial teórico da teoria do agir comunicativo. A seguir, reconstruiremos os conceitos habermasianos de competência argumentativa, agir comunicativo, agir estratégico e razão instrumental. O objetivo final dessa reconstrução é refletir sobre as diversas ações desenvolvidas nas redes sociais, isto é, para mostrar que os conceitos acima indicados esclarecem e identificam os diversos tipos de ações desenvolvidas durante o processo de interação produzido por uma comunidade de comunicação.

### 2.4.1 Competências comunicativas

Podemos entender competência comunicativa como sendo a capacidade para reconhecer e usar regras da linguagem. Para realizar a proposta de investigar os usos da linguagem dentro da teoria da competência comunicativa Habermas parte de dois conceitos, competência e realização, desenvolvidos na teoria gerativa de Chomsky. Esse, segundo Habermas, entende inicialmente esses dois conceitos da seguinte forma: existe sentido em investigar as propriedades fonéticas, sintáticas e semânticas das orações no marco de uma reconstrução da competência (competence) linguística e deixar as propriedades pragmáticas das emissões para uma teoria da realização (performance) linguística. (HABERMAS, 1989, p.326).

O conceito de competência é aplicado à capacidade de seguir uma regra e não se refere somente à capacidade de gerar emissões simbólicas com intenção de entendê-las. Ele é a chave para o problema do entendimento porque se refere tanto à capacidade do falante para seguir uma regra como para reconhecer a identidade de um significado.

Um sujeito é competente linguisticamente quando possui a capacidade para seguir e reconhecer o uso correto de uma regra e, também, como resultado, obter um consenso fundamentado, ou seja, reconhecer que a regra tem um significado idêntico validado intersubjetivamente. Sobre isso Habermas afirma que o conceito de competência no uso de uma regra de modo algum quer se referir somente à intenção comunicativa e de entendê-la; mas também se constitui na chave para nosso problema, pois essa capacidade de seguir uma regra nos permite explicar o que é que queremos dizer com identidade de um significado.

A identidade de um objeto consiste nas diversas descrições com as quais diferentes observadores identificam o mesmo objeto. Diferentemente disso, com identidade de um significado, Habermas refere-se aos significados simbólicos que os constituem na medida em que estabelecem uma regularidade convencional. Um falante está seguindo uma determinada regra enquanto seu comportamento for sempre idêntico em relação a essa mesma regra, não importando se as condições de aplicação tenham mudado.

Essa uniformidade em seguir regras não é a mesma que a uniformidade no comportamento do falante, pois nem toda falta de uniformidade indica violação de uma regra. O ouvinte necessita conhecer a regra para saber se o falante está ou não cumprindo tal regra. Um comportamento não uniforme somente pode ser caracterizado como violador de uma regra, se a regra violada for conhecida. (HABERMAS, 1987, p.30). É dessa interpretação do conceito de regra que Habermas retira a noção de validade intersubjetiva.

A identidade do significado de uma regra depende da validade intersubjetiva, gerada pela circunstância na qual os sujeitos, primeiro, orientam seu comportamento por regras e, segundo, possam criticar seu comportamento desviante por ser uma violação das mesmas. O sujeito não pode dar a si mesmo regras, porque elas não podem ser privadas. Assim, o

falante somente terá certeza de estar seguindo uma regra, quando o seu comportamento estiver exposto à crítica do ouvinte. Seguir uma regra significa que, em cada caso particular, o falante estará agindo seguindo um padrão. Portanto, existe uma conexão sistemática entre a identidade do significado de uma regra e a sua validade intersubjetiva. (HABERMAS, 1987, p. 31).

Dessa interpretação do significado do conceito de “regra” surge, com toda a força, a possibilidade de Habermas substituir o sujeito visto como consciência solipsista por um sujeito que existe somente enquanto membro participante da comunidade de comunicação. Tal força poderá ser suficiente, ao menos provisoriamente (HABERMAS, 1987, p.310), para garantir a compreensão dos complexos de racionalização.

A partir das três atitudes básicas (a objetiva, a ajustada à norma e a expressiva) desenvolvidas pelos sujeitos competentes frente ao mundo objetivo, ao mundo social e ao mundo subjetivo, conhecemos os complexos de racionalização cognitivo-instrumental, prático-moral e prático-estético. (HABERMAS, 1987, p.311). Habermas usa o termo competência para criticar a padronização das formas linguísticas de usar o conhecimento.

A escolha dos meios técnicos é feita tendo como critério único a eficácia dos mesmos. Como a decisão é tomada somente em função da eficácia, o sujeito, enquanto membro de uma comunidade de comunicação, fica excluído do processo decisório.

Assim, a competência universal constitui-se, para as reconstruções, na bagagem de conhecimento adquirido evolutivamente pelo gênero humano. (HABERMAS, 1989, p.324). Exemplos de conhecimentos adquiridos evolutivamente pelo gênero humano, segundo Habermas, é a sintaxe de uma língua, a epistemologia, a ética, etc. Esses exemplos fazem parte da compreensão própria das reconstruções.

A compreensão reconstrutiva dá-se, unicamente, a partir dos objetos simbólicos designados pelos sujeitos competentes. A compreensão dos conteúdos dá-se a partir dos enunciados. Assim, a avaliação dos enunciados fundamenta-se

nas pretensões universais de validade (pretensão de verdade, de veracidade, de correção e de inteligibilidade) enquanto que as reconstruções partem do saber pré-teórico de caráter geral, de um saber universal.

O saber pré-teórico resgatado pelas reconstruções exprime a competência própria da espécie humana. Com essas reconstruções promovidas pela pragmática universal, Habermas busca desvelar nas estruturas profundas da linguagem ordinária, os parâmetros universais da racionalidade linguística. É nessa racionalidade, encontrada na estrutura linguística, que repousa a vontade de emancipação, porque ela, a estrutura linguística, é o produto da história do gênero humano.

O núcleo da intuição designada por Habermas de 'interesse emancipatório', desenvolvida em "Conhecimento e interesse" (1982), é o mesmo que o termo "reconstrução" nos referimos às ciências denominadas por Habermas de ciências reconstrutivas, mais especificamente, a "pragmática universal". Segundo ele, a pragmática universal "tem como tarefa identificar e reconstruir as condições universais do entendimento possível" (1989, p.299). O objeto desta ciência é reconstruir os fundamentos universais a partir dos quais ocorre o reconhecimento das pretensões de validade universais.

O que existe de novo nas reconstruções não é o seu caráter formal, mas, também, a sua atitude metodológica caracterizada como procedimento empírico-analítico. Habermas diferencia as ciências reconstrutivas das ciências monológicas utilizando-se de pares conceituais: procedimento empírico-analítico versus análise formal, realidade simbolicamente pré-estruturada versus realidade sensível, experiência comunicativa versus experiência sensorial, compreensão versus observação.

A diferença entre a observação e a compreensão é de que "a experiência sensorial se refere diretamente a fragmentos da realidade enquanto que a experiência comunicativa se refere à realidade de forma mediada". (HABERMAS, 1989, p.308) Estes pares conceituais não são excludentes. São formas distintas de

descrever o mundo. Com a ajuda de um enunciado, que reflete uma observação da realidade, é possível descrever somente o aspecto observando.

Com o auxílio de um enunciado, que reproduz a interpretação do sentido de um produto simbólico, é possível dar razão, ou seja, é possível explicar o sentido de tal enunciado ou manifestação. ‘Vontade de emancipação’, desenvolvida em “Teoria de la acción comunicativa” (1987).

Aquilo que era designado por ‘interesse emancipatório’ não pode mais ser remontado à ideia de interesses da razão. Após o giro pragmático-linguístico, o ‘interesse emancipatório’ transforma-se e a intuição assume a característica de ‘vontade de emancipação’ cuja racionalidade encontra sua legitimidade na comunicação. O núcleo dessa intuição foi desenvolvido por Habermas desde a década de sessenta. Em sua aula inaugural, proferida em 1965 na Universidade de Frankfurt, Habermas sustenta uma tese a qual se mantém fiel em todo curso de seu trabalho intelectual.

O interesse pela emancipação não se limita a pairar em suspenso; pode vislumbrar-se a priori. O que nos arranca à natureza é o único estado de coisas que podemos conhecer segundo a sua natureza: a linguagem. Com a estrutura da linguagem, é posta para nós a emancipação. Com a primeira proposição, expressa-se inequivocamente a intenção de um consenso comum e sem restrições. (HABERMAS, 2001, p.144).

O trabalho linguístico de Habermas busca, na própria estrutura da linguagem, o interesse racional emancipador. Habermas se move no nível da universalidade da ciência, superando os condicionamentos da hermenêutica e da crítica das ideologias. Essa atitude é a busca de novos fundamentos normativos para a construção da ciência social crítica.

### 2.4.2 Agir comunicativo (ii)

Conforme acentuamos na seção 2.3.1 o agir comunicativo está voltado para a busca de entendimento e emancipação entre os sujeitos. Com isso, ressaltamos, também, a importância de mostrar como o interesse emancipatório, após o giro pragmático-linguístico de Habermas, passa a ter seus fundamentos radicados nas estruturas comunicativas da linguagem. Agora, passamos à análise do papel exercido pela linguagem ao assumir uma importância central no conceito de agir comunicativo: ser o substrato gerador da intersubjetividade comunicativa. É na linguagem que estão as estruturas que permite aos falantes gerarem situações de fala possíveis. É das estruturas da linguagem que as ciências reconstitutivas resgatam o saber pré-teórico próprio do gênero humano.

A linguagem assume uma importância fundamental. Na linguagem estão depositados os conhecimentos adquiridos. Em seu trabalho sobre o projeto da modernidade Habermas não se limita em reafirmar o potencial crítico da razão, busca também desenvolver argumentos para sustentar uma nova perspectiva crítica. Contra quem atribui um poder transcendente e absoluto à razão ele defende um conceito histórico-pragmático de racionalidade evolutivamente pelo gênero humano.

Este conhecimento exprime o específico do gênero humano e, por possuir um caráter universal, é a condição necessária que possibilita toda experiência e toda argumentação. Tanto os a priori da experiência quanto os da argumentação são os resultados dos conteúdos apreendidos evolutivamente pelo gênero humano.

O conceito de agir comunicativo ultrapassa as formas de comunicação não mediadas simbolicamente. Um sujeito solitário não poderá agir comunicativamente, de uma forma crítica, enquanto seus objetivos forem determinados por usos parafrásticos da linguagem. Somente será útil para uma ética do discurso, gerada dentro da teoria crítica, a teoria da comunicação que tematize a linguagem privilegiando o entendimento livre e não coativo. Habermas fala de uso parafrástico da linguagem quando uma teoria parte de um modelo de comunicação baseado em sujeitos solitários, ou seja, quando pressupõe um falante (emissor) que envia uma informação a um ouvinte (receptor).

A comunicação que for reduzida a uma mera troca de informações não chega a ser tematizada pelos sujeitos porque assume o modelo emissor-receptor. A comunicação, concebida como um ato intrinsecamente intersubjetivo, é transcendental e, de maneira alguma, poderá ser reduzida a um mero médium de troca de informações. Ao contrário, para Habermas a estrutura intersubjetiva da comunicação pré-existe imediatamente à ideia de sujeito, porque esse se constitui como um ser competente, tanto para proferir quanto para identificar atos-de-fala.

Como o falante, o sujeito sempre pertence a uma comunidade linguística e, sendo sujeito de um sistema de regras linguísticas, o que predomina não é o indivíduo e sim a comunidade. O que torna possível a comunicação no interior da sociedade é a estrutura linguística intersubjetiva, quer dizer, o domínio coletivo de regras.

A comunidade de comunicação não se constitui como condição de possibilidade para a existência de sujeitos. A estrutura intersubjetiva da comunicação é, portanto, a condição para a sedimentada no mundo da vida. Busca uma nova interpretação para racionalidade e desenvolve sua argumentação na direção do caráter não contingente da razão com o conceito de médium linguístico. A razão tem uma dimensão universalista, mas não fundamentalista. O sucesso do consenso depende de certas condições, porém Habermas não garante a universalidade do consenso de forma definitivamente incontestável.

Um dos contextos da utilização do conceito de razão comunicativa é a análise da linguagem. Esta é entendida como “o saber de fundo, próprio ao mundo da vida, está exposto em toda sua amplitude a um teste permanente; nessa medida, o apriori concreto, constituído pelos sistemas linguísticos que abrem o mundo, é submetido a uma revisão indireta (que atinge inclusive as pressuposições ontológicas mais ramificadas) à luz da relação com o intramundano”. (HABERMAS, 2000, p.446).

A linguagem assume a condição de possibilidade de todo sentido e validade, não podendo ser entendida como uma mera troca de informações. Formulação de asserções com significado, sejam elas referentes ao mundo objetivo, ao mundo

social ou ao mundo subjetivo. Tanto a estrutura intersubjetiva da comunicação quanto os sujeitos constituem-se mutuamente.

Habermas acredita que uma teoria do agir comunicativo, fundada sobre as estruturas profundas da linguagem natural, é capaz de produzir uma racionalidade baseada na compreensão intersubjetiva. Isto é possível porque as linguagens naturais estão essencialmente estruturadas a partir de regras constituídas e compreendidas intersubjetivamente.

O conceito de agir comunicativo refere-se à interação entre pelo menos dois sujeitos capazes de linguagem e de ação e que, por meios verbais e extraverbais, estabeleçam entre si uma relação. (HABERMAS, 1987, p.124). Neste tipo de agir, os atores buscam entrar em acordo para poderem coordenar seus planos de ação. Uma das ideias centrais do conceito de agir comunicativo refere-se ao "médium linguístico" (HABERMAS, 1987, p.136), ou seja, uma posição linguística a partir da qual os participantes do diálogo erguem pretensões de validade.

Nela dá-se a possibilidade dos sujeitos, orientados pelo entendimento, obterem um acordo sobre o que está tematizado, gerando um novo consenso. Essa situação, na qual os atores tematizam suas pretensões de validade, é o espaço apropriado para produzir o "entendimento linguístico". (HABERMAS, 1987, p.137).

O conceito de entendimento é introduzido como mecanismo coordenador da ação e como meio que reflete as interações entre sujeito-sujeito, principal objeto da ética do discurso. Esse conceito também permite pressupor sobre a relação entre o sujeito e o mundo e sobre a forma pela qual o sujeito se relaciona consigo mesmo.

O conceito de agir comunicativo pressupõe a linguagem como o suporte viabilizador do entendimento compreendido, não como telos, mas como um meio, um instrumento ou um procedimento para atingir o consenso. Através dela, os falantes e ouvintes referem-se simultaneamente, a partir de um horizonte pré-estruturado representado pelo mundo da vida, ao conteúdo do mundo objetivo, subjetivo e social. Habermas define o conceito de mundo da vida da seguinte forma: o mundo da vida só pode ser apreendido através da experiência humana. Desde a

perspectiva frontal dos próprios sujeitos, agentes orientados ao entendimento, o mundo da vida.

Como totalidade que possibilita as identidades e os projetos biográficos de grupos e de indivíduos, o mundo da vida só está presente de maneira pré-reflexiva. Da perspectiva dos implicados, é possível, com efeito, reconstruir o saber de regras requerido na prática e sedimentado em manifestações, mas não o contexto fugidio e os recursos, que sempre permanecem às costas, do mundo da vida em seu todo. Torna-se necessária uma perspectiva constituída teoricamente para podermos considerar a ação comunicativa como médium através do qual o mundo da vida se reproduz em seu todo. (HABERMAS, 2000, p.417).

### **2.4.3 Agir estratégico (ii)**

As reflexões feitas na seção 2.3.2 já sugerem compreender o agir estratégico como uma consciência racional, orientada e coordenada para atingir o fim desejado. Esse é o pano de fundo que a nossa pesquisa continua a desenvolver, pois é nesse cenário que encontramos os elementos que nos ajudam a entender e explicar devidamente o agir estratégico e seus efeitos teleológicos.

Enquanto que no agir comunicativo a ação é coordenada para se chegar ao entendimento, o agir estratégico se funda na busca pelo êxito. De modo que a ação comunicativa adquire uma conotação totalmente egocêntrica, desconsiderando a manifestação linguística do interlocutor da mensagem. Não importa quais argumentos fazem parte da relação estabelecida, já nesse primeiro momento, a comunicação começa e acontece estrategicamente, seguindo um plano de ação desenvolvido e orientado para um fim.

O agir estratégico se antecipa à racionalidade, mas não a elimina. Por isso, nem sempre o agir estratégico irá contrapor ao agir comunicativo. Haverá momentos em que a busca pelo êxito, objeto ou resultado não dependerá apenas do desejo do ator proponente da ação. Em alguns casos será necessário a utilização dos elementos comunicacionais fundacionais da ação comunicativa como, por exemplo, a própria racionalidade e o entendimento. O modelo teleológico do agir é ampliado estratégico

quando pelo menos um ator que atua orientado a determinados fins (HABERMAS, p.164).

A partir da análise proposta por Habermas em sua explanação da ação teleológica, é possível localizarmos o caráter estratégico desse trabalho de pesquisa, como modelo de exemplificação do agir comunicativo coordenado ao fim. Embora a reflexão e exploração dos temas e conceitos abordados até aqui trazem uma conotação de defesa da ação comunicativa em detrimento da ação estratégica, chamamos a atenção para a necessidade uma postura analítica diante da nossa relação objetiva e subjetiva em nossa produção e troca de conhecimentos. Haja visto que a reação entre os atores, conteúdo, mundo e mundo da vida, possibilita a existência de exteriorizações que podem ser avaliadas a partir dos critérios de verdade ou de eficácia.

À primeira vista, apenas o conceito teleológico de ação parece colocar à disposição um aspecto da racionalidade da ação: o Agir concebido como atividade proposital pode ser considerado sob o aspecto da racionalidade teleológica. Eis o ponto de vista sob o qual as ações podem ser planejadas ou cumpridas de maneira mais ou menos racional, ou julgadas de maneira mais ou menos racional por uma terceira pessoa. (HABERMAS, P.167)

Entretanto, nem sempre é aconselhável esperar que a ação direcionada ao êxito venha acompanhada do processo adequado de racionalidade da ação ou mesmo de aspectos teleológicos, conforme as palavras do filósofo alemão citadas acima. O próprio Habermas alerta para a existência dos efeitos perlocucionários como "indícios da integração de ações de fala a contextos de interação estratégica". (HABERMAS 2012, p. 507).

Porém, será sempre importante observar como a ação de fala pode ser explicada a partir da estrutura da comunicação linguística. Uma vez que, a atitude orientada pelo êxito não é, por si só, uma garantia da interação estratégica. Com isso, todos os mecanismos podem ser aliados na tentativa de garantir assertivamente e imperativamente o fim almejado.

Desse modo, os efeitos perlocucionários não poderão prescindir dos efeitos ilocucionário na ação comunicativa. O contrário poderá servir de porta de entrada para ruídos da ação comunicativa culminando em déficits da comunicação. Assim,

consideramos o agir estratégico como uma tentativa de se conseguir efeitos perlocucionários em suas ações de fala. Essa análise é possível como a interação entre os atores é mediada pela linguagem.

Por fim, a ação estratégica tem como característica contrapor significado e validade. A base para essa afirmação é a relação entre os atos ilocucionários e perlocucionários. Se o agir comunicativo distingue-se de interações estratégicas, isso se deve a que todos os seus participantes, perseguem fins ilocucionários. Enquanto que, a ação estratégica visa efeitos perlocucionários. A diferença está justamente na forma em que cada um desses elementos podem ser disponibilizados para os interlocutores, para fins de coordenação consensual de cada indivíduo.

#### **2.4.4 Razão Instrumental**

O tema da razão instrumental surge como uma importante chave de leitura para a dinâmica empreendida em nossa pesquisa. Assumindo a noção de “razão instrumental” na vertente da Escola de Frankfurt, nos interessa aqui pensar nela como aquele modelo de razão voltado para o lucro econômico, que tudo transforma em instrumento para obter vantagem capitalista, inclusive a linguagem e a comunicação. Nesse sentido, destacamos a elaboração de uma narrativa que busca analisar criticamente o caráter utilitarista da razão instrumental, capaz de transformar a ação social em práticas individualizadas. Não consideramos uma tarefa fácil, mas nutrimos a crença de que seria menos danoso, do ponto de vista da perseguição por uma razão comunicativa, depararmos-nos com realidades sociais regidas pela racionalidade do agir comunicativo. Portanto, entendemos que o pensamento moderno, inspirado na razão instrumental, no utilitarismo racional, econômico e político são os principais responsáveis pelos graves problemas que assolam o comportamento humano na esfera social dos últimos séculos. E que ele contém uma carga de significância ampla o bastante para demandar grande parte da ação estratégica reinante no uso das redes sociais.

Dessa forma, podemos intuir, também, que será mais difícil chegar a uma análise assertiva sobre a linguagem e o entendimento na redes sociais, a partir da teoria do agir comunicativo e do agir estratégico, de Jürgen Habermas, sem uma

visita consciente às “estruturas da exploração de uma natureza objetiva” (HABERMAS 2012, p. 670). A relação estabelecida através dos termos sujeito e objeto diz respeito a setores e agentes que interferem positiva e negativamente na sociedade. Daí que, busca dialética por uma análise sobre a conceituação da instrumentalização das relações sociais nos coloca à disposição alguns pressupostos para uma compreensão racional da razão instrumental. Isso nos coloca diante de propósitos pré-estabelecidos e definidos a partir da lógica mercantil

Uma vez bem definida e estruturada a razão poderá exercer influências sobre a classe trabalhadora, ao mesmo tempo que, a classe trabalhadora acolhe tais influências de maneira consciente. Ocorre que, as virtudes do homem passam a ser reconhecidas ou disponibilizadas como mercadoria. O filósofo, Georg Lukács, está disposto a perseguir a linha de pensamento que coloca a reificação e mercantilização da essência humana como principal característica do processo de instrumentalização da razão. “Aqui a separação entre objetividade e subjetividade manifesta-se no ser humano que se objetiva como mercadoria; e exatamente por isso a situação torna-se passível de conscientização”. (Lukács, 1988, p. 352)

A partir da reflexão feita no parágrafo anterior, sobre a linha de pesquisa do filósofo Lukács, surge a necessidade de observarmos na racionalidade social elementos que fortaleça a confiança na capacidade da natureza subjetiva do ser humanos de resistir às situações de coisificação, sendo primordial no exercício de separação entre objetividade e subjetividade. No centro dessa discussão poderá surgir a, tão comentada, conceituação da instrumentalização. Ora, a relação social do sujeito com o mundo e as coisas é caracterizada pela presença do próprio sujeito e um objeto. No processo de instrumentalização, essa relação precisa acontecer de forma equilibrada entre sujeito e objeto. Embora abre-se mão da relação interpessoal a essencial do ser humano deverá permanecer a mesma.

Habermas abre um leque de possibilidades interpretativas para a questão da fundamentação da crítica à razão instrumental que parte de uma análise social para uma análise que trata dos desafios da cultura e da produção. Ele encontra em Weber, Georg Lukács e em Marx argumentos com que revelam um potencial fonte de subjetividade na relação da classe proletária com perspectivas funcionais,

embora essa argumentação venha a sofrer contestação por parte de Horkheimer e Adorno.

Os dois últimos sugerem reflexões a partir de "razões empíricas" e ainda a necessidade de compreensão das "experiências históricas" em meio a racionalidade social e das natureza subjetiva das massas (Horkheimer, Adorno, 1947, pp. 144-98). Nessa linha de pesquisa surgem as teorias do fascismo e da cultura de massa.

O universo conceitual da razão instrumental é comum a todos os teóricos citados acima, neste tópico. Ao passo que, através da busca por uma significação para a instrumentalização da razão estão amostra o processo de coisificação das relações sociais e um vislumbre imperativo do capitalismo. Por isso, enxergamos na lógica moderna da sociedade os esclarecimentos do processo de subjetivação e objetivação no âmbito das relações sociais e utilitarista. Nesse sentido, Habermas, Max Weber, Lukács, Horkheimer e Adorno, encontram uma certa dificuldade na tarefa de estabelecer pressupostos para a fundamentação da crítica à razão instrumental. A natureza da relação entre o ser humano e o objeto, uma vez demandada pela lógica mercantil, desenvolve influências e ambiguidade no caráter social da razão objetiva. .

"Se a mercadoria por certo se constitui de valor de troca e valor de uso, o puro valor de uso (cuja ilusão os bens culturais devem conservar na sociedade plenamente perpassada pelo capitalismo) será substituído pelo puro valor de troca, de enquanto valor de troca assume enganosamente a função de valor de uso". (HABERMAS, 2021, p. 638).

A afirmação de Habermas citada deve ser observada como o primeiro passo rumo ao entendimento e a percepção da de uma estruturação da crítica à razão instrumental. E como podemos um comportamento consciente se faz imprescindível para a formalização de uma crítica social ao capitalismo. O pensamento habermasiano caminha na direção de um resgate das experiências históricas que evidenciam a consolidação do capitalismo, a priori, como resultado do processo de instrumentalização da razão, de modo que, não haja apenas a dominação, mas, também a exploração da natureza subjetiva do ser humano e sua capacidade de objetivação das relações sociais. E grande parte desta instrumentalização, sem dúvida, está no âmbito das redes sociais.

### 3. CONCEITO E FINALIDADE DAS REDES SOCIAIS

O estudo sobre as redes sociais, realizado neste trabalho de pesquisa, feito à luz da teoria do agir comunicativo (2012) de Habermas, visa entender os objetivos das redes sociais e os impactos que ela provoca na vida das pessoas. Percebe-se que, através do pensamento de Habermas pode ser feita uma análise acerca do conceito de redes sociais, enquanto espaço público e possibilidade de interação. Por outro lado, a aproximação e o contato, com conceitos corroborados por outros autores também nos ajudam na tentativa de uma consolidação da nossa discussão sobre o das redes sociais. Nosso olhar atento se caracteriza, principalmente, pelo anseio de novos pensamentos e estudos em um movimento que busca sustentação nas confrontações de pontos de vistas e teorias. Isso, sem abrir mão da sensibilidade social e tecnológica no uso dos meios virtuais.

Não podemos negar ou ignorar as transformações sociais que vêm ocorrendo nos últimos anos e como elas têm provocado mudanças profundas na forma de se relacionar dos seres humanos. Grande parte dessas mudanças está relacionada com o surgimento das novas plataformas de comunicação. Sites, Portais e Blogs tradicionais perderam espaço para os aplicativos de redes sociais. Também é de grande consenso a existência do risco de incompreensão e empobrecimento da discussão sobre o uso redes sociais e suas implicações ao conceito do agir comunicativo ao tentar estabelecer uma análise dos aspectos sociais desvinculados de todo movimento econômico e político.

Nessa perspectiva, a problemática acerca da possibilidade de uma comunicação, efetivamente, universal nas redes sociais, sobre a qual temos nos debruçado em nosso projeto de pesquisa no tocante a uma possível relação com a prática, demanda um melhor aprofundamento do conceito de redes sociais, bem como de sua finalidade. Assim, para tratar melhor esses dois assuntos, vamos organizar esse segundo capítulo em cinco seções. A primeira delas é voltada para o conceito de redes sociais. A segunda analisa o tema da *deep web*. A terceira aborda o desafiante assunto da esfera pública. A quarta, considera a ação estratégica e a ação comunicativa no uso das redes sociais. E, finalmente, a quinta, trata das redes sociais como lugar privilegiado de entendimento para seus usuários.

### 3.1 O CONCEITO DE REDE SOCIAL

As redes sociais passaram a ocupar os principais setores do cotidiano das pessoas. De forma que, existem aplicativos para corresponder às demandas e questões ligadas aos diversos aspectos da sociedade. Ou seja, para o ambiente profissional (*LinkedIn*), para assuntos mais familiares (*facebook*), outros relacionados aos relacionamentos amorosos (*Tinder*), e para opiniões políticas de artísticas relacionadas a temas públicos (*Twitter*), além de temas pessoais (*Instagram*).

De maneira prática podemos afirmar que uma rede social é uma página da internet onde as pessoas podem publicar conteúdos e compartilhar seus perfis, usando dados pessoais, fotos e mensagens. Nesses espaços, geralmente as pessoas têm uma lista, escolhida por ela, de amigos que integram a mesma rede. Uma rede social opera de modo similar a um clube, praça ou bar, sendo um espaço onde as pessoas trocam experiências, ideias e buscam influenciar umas às outras. O ambiente das redes sociais é bastante diversificado, formado por várias pessoas, como múltiplas histórias e experiências de vida. Nas relações virtuais os assuntos são os mais diversos, desde consumo, vida cotidiana, política, literatura, a qualquer assunto do interesse pessoal.

Nesse tipo de relação social, através dos meios digitais, as pessoas não têm, necessariamente, contato físico umas com as outras. Elas se comunicam de maneira totalmente virtual, mediado por um computador, *tablet* ou celular. Essas redes foram popularizadas pelos avanços tecnológicos e comerciais a partir da sua capacidade de interação. Elas surgem como marco do processo de convergência midiática e tecnológica.

O advento da Internet mudou os hábitos da população (CASTELLS, 2006), agilizando o acesso às informações e facilitando a localização de empresas e seus produtos na rede, de modo que, as transações comerciais online, também, cresceram consideravelmente. Apesar das expectativas inovadoras com o surgimento das mídias sociais e todo o seu potencial democrático e tecnológico, algumas adaptações dos estudos habermasianos sobre esfera pública, como

veremos em tópicos posteriores, podem apresentar uma atualização no conceito aplicado aos chamados meios de comunicação de massa. Aqui, o argumento mais próximo de nossa realidade, é a contaminação da opinião pública pela lógica mercadológica, as indústrias midiáticas.

Levando em consideração os temas da racionalidade e da linguagem, do agir estratégico e do agir comunicativo podemos dizer que a preocupação com o interesse mercadológico ligado à presença social nos meios digitais deve sim existir, uma vez que, a publicidade assume o papel estratégico da comunicação através de atores manipulativos e padronizadores. Nesse ambiente virtual, as pessoas são, para a lógica mercadológica, meros consumidores que realizam o máximo de atividades online possível, desde novas amizades até compras. Isso porque as experiências de compra e consumo podem ocorrer de diferentes formas na rede social.

Mas afinal, como uma rede social pode impactar a vida das pessoas? Nessa perspectiva, a problemática, apresentada nesse trabalho, gira em torno da possibilidade de uma comunicação de fato e efetivamente universal. Não basta possuir apenas características tecnológicas para se enquadrarem no grupo das novas mídias, tão pouco, possuir expertises nas práticas empreendedoras e capitalista. É necessário apresentar aspectos que vão além do fato de reunir milhares e milhares de pessoas em uma única conexão.

Em uma de suas abordagens sobre o mundo da vida, Habermas manifesta a preocupação com a possibilidade do surgimento de várias redes que são constituídas simultaneamente. (HABERMAS, 2012). Afinal, essas redes constituem uma realidade virtual apenas. Para o filósofo, o compartilhamento de conteúdos comunicativos distanciados do tempo e no espaço, aleatoriamente, em forma de mensagens disponibilizadas para vários tipos de contextos e espaços permite a percepção de características estruturais da esfera pública na relação social estabelecida nas redes sociais.

O pensamento habermasiano nos revela duas características importantes do processo de criação desses espaços públicos: o primeiro diz respeito a capacidade

de hierarquização dos meios. Sabemos que quanto mais desenvolvida tecnologicamente for o ambiente virtual, mas personalizado ele será. Ao mesmo tempo que as conexões de rede nos permitem maior mobilidade, temos ainda mais o poder de filtro dos conteúdos e temas que julgamos relevantes. Sem contar que alguns softwares já fazem esse tipo de julgamento e intermédio para que sejamos cada vez mais assertivos quando estamos nas redes sociais.

Por outro lado, a proporção que canaliza unilateralmente fluxos de comunicação numa rede centralizada e pode fortalecer consideravelmente a eficácia dos controles sociais, equivalem à precariedade do potencial autoritário das estruturas da comunicação e se moldam em potencial emancipatório. (Habermas, 2012, p. 702).

Habermas, mais uma vez, parece não abrir mão das características da ação comunicativa. Se do ponto de vista funcional, as redes sociais passaram a ser um dos principais canais de informação e interação social, na dimensão cognitiva tais funções carecem de estudos na busca de apontar caminho de aprimoramento do processo de entendimento.

“Os meios de comunicação de massa podem arrebatam, escalonar e condensar processos de entendimento; porém, não conseguem eximir por completo as interações das eventuais tomadas de posição em termos de “sim/não” perante pretensões de validade criticáveis; pois as comunicações, mesmo quando abstraídas e enfeixadas, não se deixam imunizar completamente contra a possibilidade de uma contestação futura por parte de atores capazes de responder por seus atos”. (HABERMAS 2012, p.703).

Na Internet, as pessoas podem expressar suas opiniões sobre qualquer tema abordado por outros usuários. Os consumidores também podem expressar suas preferências por fornecedores, marcas e produtos, o que tende a afetar os possíveis compradores ao fazer suas escolhas. Muitas vezes, é essa identificação que define o sucesso de uma empresa na interação com os consumidores ou capacidade de persuasão dos atores sociais sobre seus seguidores e rede de amigos.

É certo que o mercado está se transformando para lidar com seu público nas redes sociais, secundarizando formas tradicionais de influência como é o caso da

TV, revistas e jornais impressos. Manuell Castells fez diversas pesquisas sobre essa sociedade em rede, afirmando acerca do mundo atual o seguinte:

Chamo essa economia de informacional, global e em rede para identificar suas características principais e diferenças e enfatizar sua interligação. É informacional porque a produtividade e a competitividade de unidades ou agentes nesta economia, sejam empresas, regiões ou nações, depende basicamente de sua capacidade de gerar, processar e aplicar de forma eficiente a informação baseada em conhecimentos. É global porque as principais atividades produtivas, o consumo e a circulação, assim como seus componentes (capital, trabalho, matéria-prima, administração, informação, tecnologia e mercados) estão organizados em escala global, diretamente ou mediante uma rede de conexões entre agentes econômicos. E em rede porque, nas novas condições históricas, a produtividade é gerada e a concorrência é feita em uma rede global de interação entre redes empresariais. (CASTELLS, 2006)

O advento das redes sociais nos levou a observar a grande mudança sofrida pelos veículos de comunicação. Esse período é conhecido como convergência midiática que é estruturada em três pontos principais: a interação entre meios de comunicação tradicionais e as novas mídias, o crescimento da cultura participativa ou democracia nas redes, e a construção de uma inteligência coletiva (Jenkins, 2009). Mas, sem sombras de dúvidas, o setor da economia é onde mais foi possível observar esses impactos.

Assim, é possível afirmar que “as novas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes globais de instrumentalidade. A comunicação mediada por computadores gera uma gama enorme de comunidades virtuais” (CASTELLS, 2006). Desse modo, a informação nas redes sociais tem sido convertida em sinônimo de informacionalidade. Não no sentido negativo da palavra, mais para apontar ausências do formalismo demasiado.

O fato é que, através das redes sociais, quase todos os setores da vida cotidiana passaram por mudanças profundas em suas formas de estruturação. Muitos teóricos apontam o atual cenário tecnológico como natural e inevitável, ao passo que, para outros o avanço dos meios de comunicação ultrapassa os limites da proporcionalidade e se configuram em uma verdadeira revolução. Para Manuell Castells, todo esse processo vai além das mudanças provocadas no campo da

comunicação. Ela observa impactos ainda mais profundos na sociedade a partir de uma reestruturação do capitalismo.

A revolução da tecnologia da informação e a reestruturação do capitalismo introduziram uma nova forma de sociedade, a sociedade em rede. Essa sociedade é caracterizada por uma cultura de virtualidade real construída a partir de um sistema de mídia onipresente, interligado e altamente diversificado. Essa nova forma de organização social, dentro de sua globalidade que penetra em todos os níveis da sociedade, está sendo difundida em todo o mundo. (CASTELLS, 2006, p. 17)

Ao que indica o setor econômico parece ser o representante majoritário das principais mudanças sofridas pela sociedade. Isso porque o modo como agimos para garantir a nossa sobrevivência física é o reflexo mais fidedigno da vida cotidiana. Quando usamos o termo “sobrevivência” estamos nos referindo também e, principalmente, a prática comercial. Por trás de todo o avanço tecnológico conseguido até aqui com as redes sociais está a necessidade de influenciar os espectadores, tanto individualmente como corporativamente.

Afinal de contas, o primeiro atrativo para aprimoramento dos equipamentos tecnológicos está ligado à possibilidade de aumentar lucros. Tornar as redes sociais mais acessíveis para a população é ampliar a prateleira de produtos do mercado do sistema capitalista. Segundo Ethevaldo Siqueira (2007), a proposta da Internet era conectar a informação disseminada em servidores, bancos de dados, Internet, portais, conteúdo corporativo e ferramentas de busca. Mais tarde, com o advento do MP3 e do rádio online, uma série de sinergias de interação e compartilhamento em redes como a de música começou.

Assim, as redes sociais são um conjunto de "ações sociais intencionais" na medida em que a afiliação, a participação e a frequência são dadas pela escolha livre e pessoal do internauta. (RECUERO, 2009). Na maioria das vezes os usuários querem ser os protagonistas principais dos acontecimentos em que estão envolvidos.

Na internet é cada vez mais comum a exposição de temas considerados polêmicos para a sociedade. Nos meios digitais esses mesmos temas são potencializados e ganham repercussão chegando a ser discutido por milhares e até

milhões de pessoas. Não importa a classe social, escolaridade, etnia nem outros aspectos da vida social. Todos podem emitir suas opiniões sem limite de tempo e espaço.

O mesmo acontece semelhante com as empresas, elas também reconhecem que a participação, colaboração e interatividade podem ser usadas para beneficiar seus negócios. Independentemente de estarem dentro ou fora da organização, até os funcionários são fatores relevantes para propaganda de uma determinada marca é que quanto mais pessoas se engajam na rede de informações mais conhecida e lucrativa se torna a empresa.

Usando um termo semelhante ao que Habermas usou para descrever o processo mudança no uso da linguagem Tapscott e Williams atribui o surgimento das redes sociais a necessidade de mudanças profundas no modelo econômico e social. É a partir do século XXI que começamos a ver a velocidade e intensidade dessas mudanças.

Daqui a vinte anos, veremos este período do início do século XXI como uma guinada na história econômica e social. Entenderemos que entramos em uma nova era, baseada em novos princípios, visões de mundo e modelos de negócios, nos quais a natureza do jogo foi modificada. (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2007, p. 31).

O MySpace foi a primeira rede social a se espalhar pelo mundo. Fundada por Tom Anderson em 2003, a rede tem milhões de usuários e de visitas diárias (Google AdPlanner). O estudante universitário Shawn Fanning queria facilitar a troca de arquivos MP3 com amigos e desenvolveu o Napster, o primeiro programa que permite que dois internautas troquem conteúdo diretamente onde quer que estejam. No entanto, depois de perder o processo com uma banda chamada Metallica, o software foi encerrado, mas vários programas foram criados posteriormente para permitir o compartilhamento de música peer-to-peer (TAPSCOTT e WILLIAMS, 2007).

Em 2001 foi criada a *Wikipedia*. Esta é uma enciclopédia online criada com conteúdo colaborativo disponível gratuitamente. Em setembro de 2009, a Wikipedia já tinha mais de 10 milhões de artigos em 230 idiomas (TAPSCOTT e WILLIAMS,

2007). Ainda não é uma rede social porque os usuários que postam o conteúdo não interagem entre si. No entanto, a enciclopédia virtual é um marco na cultura de conteúdo colaborativo gratuito. Após a criação do MySpace, é a primeira grande rede social da Internet, mas não é a maior nem a de crescimento mais rápido.

*Universal Mobile Telecommunications Service - UMTS* desenvolveu uma maneira melhor de transferir dados por telefones móveis em 2004 (TAPSCOTT e WILLIAMS, 2007). O início da Internet nos celulares é muito importante para as redes sociais mais tarde. Em 2004, o Orkut foi lançado. Trata-se de uma rede social adquirida posteriormente pelo *Google*, raramente representada nos Estados Unidos, mas amplamente acessada no Brasil. Mais de 50% dos usuários da rede eram brasileiros e a maioria possuíam entre 18 e 25 anos.

As redes sem fio surgiram da necessidade e desejo de existir comunicação em qualquer hora ou lugar com acesso rápido e compartilhado. Diferente dos modelos físicos, às redes sem fio não necessitavam de todo um aparato e terminais com cabeamento para o uso de um dispositivo, além de evitar uma total reestruturação para sua implementação. Com um início tímido na década de 2000, as redes sem fio foram preenchendo diversas lacunas encontradas pelo seu antecessor. Apesar dos empecilhos atuais, existem grandes investimentos em estudos científicos em soluções que demandam por exemplo uso em tempo real das redes. Segundo Tanenbaum (2003), os dispositivos móveis constituem um dos segmentos de mais rápido crescimento da indústria de informática e pela sua comodidade todos querem se manter conectados mesmo longe de casa ou em trânsito.

Além de facilitar a conexão de uso próprio, as redes sem fio têm utilidade nas mais diversas áreas, como nas universidades, onde são feitas instalações de redes sem fios no campus, possibilitando que os alunos tenham acesso e executem tarefas como, consultar a biblioteca e responder e-mails em qualquer lugar. Outra função importante é seu uso nos exércitos, no qual talvez não seja possível contar com uma infraestrutura apropriada para uso de uma rede local, tornando a melhor opção carregar o seu próprio equipamento (TANENBAUM, 2003).

As redes sem fio mantêm uma relação de proximidade com a computação móvel, porém, distanciam-se no que se refere a sua utilização. Computação móvel é a capacidade de o usuário continuar conectado enquanto se movimenta, já as redes sem fio têm como objetivo a utilização de outro meio que não seja por cabo (JASPER, 2010).

Um ano depois, o universitário americano Mark Zuckerberg fundou o Facebook. Atualmente, a rede conta com 2,7 bilhões de usuários ativos, dos quais 150 milhões também são acessados por meio do celular. As pessoas passam mais de 700 milhões de minutos por mês no Facebook, e o site tem 900 milhões de objetos controlados pelo usuário, como páginas, convites e comunidades. Até 2006, apenas americanos podiam participar deste *site* de rede social (PROPMARK, 2021).

Em 2006, o *Google* comprou o *YouTube* por US \$1,5 bilhão e o *Twitter* apareceu na Internet nessa época. Em abril de 2010, o microblog tinha mais de 105 milhões de usuários registrados, 700.000 usuários registrados e 300.000 novos registros por dia, com 60% do acesso vindo de fora dos Estados Unidos. Atualmente, tem 2,2 bilhões de usuários ativos (PROPMARK, 2021).

O *Instagram* tem, só no Brasil, cerca de 99 milhões de usuários ativos e está na terceira posição entre as redes sociais ficando atrás apenas da Índia e Estados Unidos. Se considerar o *Facebook*, o Brasil fica em quarto lugar com cerca de 130 milhões de usuários. O *WhatsApp* tem a segunda posição (PROPMARK, 2021).

Segundo dados da Pesquisa de Mídia Brasileira (PBM, 2016), produzida pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República, os brasileiros passam cerca de 3 horas e 43 minutos por dia nas redes sociais. A pesquisa acima mencionada, conduzida pela PwC descobriu que 77% dos consumidores relataram nas redes sociais que comentários de amigos e informações obtidas de perfis de varejistas influenciam as decisões de compra (BOUÇAS, 2015).

Uma recente pesquisa com profissionais de várias disciplinas da Rock 3 Content, conhecida como *Social Media Trend 2019*, mostra as redes sociais mais

utilizadas pelas empresas brasileiras. O *Facebook* ainda é a rede social líder em uso, respondendo por 97,5%. O *Instagram* está em segundo lugar, mas continua crescendo, e o *LinkedIn* teve um aumento significativo em comparação com 2018. *Pinterest*, *Twitter*, *Snapchat*, *Google +*, parecem redes sociais em diminuição. Isso pode refletir os novos recursos disponibilizados pelo *Instagram*, possibilitando uma usabilidade semelhante à disponibilizada por essas outras redes sociais (ROCK TRENDS, 2019).

Diante desse cenário altamente competitivo, o uso da tecnologia da informação e comunicação está nas novas práticas de marketing utilizadas por empresas que estão atentas às novas tendências de mercado para atrair consumidores e potenciais clientes no espaço digital, desempenhando um papel fundamental. No caso de Torres (2009), a relação entre a viabilidade das mídias sociais e as redes sociais tornou-se atrativa para o marketing digital. A rede social é utilizada por essas empresas para promover seus serviços e é um elemento promissor, pois se tornou uma das principais fontes de troca de informações sobre qualidade de serviço, preço e até mesmo feedback do cliente. Pode influenciar a compra de serviços e decisões dos usuários dessas redes sociais.

A melhor estrutura das redes sociais é uma das principais fontes de controvérsia na pesquisa acerca do capital social. Segundo Barabási (2002), o principal estudo sobre a estrutura das redes sociais é o de Granovetter (1973), que é um dos livros mais citados e influentes da sociologia referente ao tema das redes sociais. "Força dos laços fracos" significa a influência de amigos de amigos.

Outra ideia relacionada à teoria supracitada é a dos buracos estruturais de Burt (1992). O principal argumento é que o capital social é mais bem encontrado em muitas redes estruturalmente esburacadas. Dessa forma, os indivíduos podem usufruir dos benefícios da informação e do controle (BURT, 1997). Coleman (1988) afirma que uma estrutura de rede social densa é melhor devido ao maior grau de inter-relacionamento.

A distância geodésica entre dois indivíduos em uma rede é o número de interlocutores entre os dois atores. Segundo estudo empírico de Granovetter (1973),

informações importantes, como notícias sobre oportunidades de trabalho, geralmente não vêm de pessoas que fazem parte do grupo mais íntimo de amigos. Em vez disso, vem de amigos de amigos ou mesmo amigos de amigos de amigos. Esta propriedade é conhecida como "propriedade do mundo pequeno". Uma proporção razoável de conexões com outras pessoas distantes pode se mostrar suficiente para encolher dramaticamente o mundo social (WATTS e STROGATZ, 1998). A propriedade de um "pequeno mundo" passou a ser conhecida pela frase "6 degraus de separação". A ideia é que uma curta cadeia de contatos (provavelmente 6 ou menos) geralmente é suficiente para conectar duas pessoas no mundo (MILGRAM, 1967).

### 3.2 A DEEP WEB

A *deep web* é chamada também, de "web invisível" ou "web oculta". Ela não é uma rede social, propriamente dita, ela é melhor entendida como veículo de comunicação e influência altamente sofisticado. De forma geral, trata-se, em resumo, de um conjunto de serviços e páginas em um ambiente de navegação online sem regulamentação, onde o controle é inexistente. A chamada "terra sem lei". A *deep web* possui sistemas que operam em redes anônimas com conteúdos desconhecidos para grande parte dos usuários.

É recomendado que o acesso de grande parte dos usuários da internet profunda não aconteça por meio da utilização de navegadores tradicionais como: Internet Explorer ou Google Chrome para acessar a rede. Isso porque esses navegadores apresentam uma vulnerabilidade bastante elevada com a possibilidade de acesso ao número de IP do aparelho de quem está acessando. Essa relação entre *web* e *deep web* não deve ser, contudo, uma tarefa fácil. Haja vista que, tal relação está, de certo modo, ligada às ações de efeitos locucionários e perlocucionários, a partir dos aspectos do mundo e do submundo da internet.

Dito de outro modo, uma vez que, os buscadores tradicionais não conseguem localizar os sítios e *links* que são os principais meios de acesso da *deep web*, esses conteúdos serão, em algum momento, disponibilizados para os usuários de redes sociais. O problema é que essas redes foram criadas, exatamente, para tornar os

usuários difíceis ou impossíveis de serem rastreados, onde o mascaramento do IP é fundamental, não havendo identificação do computador. Assim, apenas será possível perceber a origem da mensagem através do seu conteúdo semântico e das características objetiva e instrumental, direcionada à busca por êxito. Porém, o sujeito responsável pela publicação permanece oculto ou em perfis falsos.

No mercado existem grandes exemplos de navegadores criados com essa função, a rede *Tor* é o maior exemplo, um dos caminhos mais simples e seguros de se ter acesso à *deep web*. Ela funciona como uma espécie de *Google Chrome* da *deep web*, onde é possível encontrar até o passo a passo de como baixar e navegar em seus conteúdos.

O primeiro passo é baixar o Tor, que possui versões para *Windows*, *Mac* e *Linux*. A maneira mais prática de começar a acessar os sites da *deep web* é baixar o *Tor Browser*, que traz um pacote completo com o software que se conecta a rede *Tor* e um navegador pré-configurado para acessar a rede, que é uma adaptação do Firefox. [...] É necessário tomar algumas precauções de segurança na *deep web*. Como a rede que você está acessando não é censurada, ela também está cheia de conteúdos ilícitos, que não poderiam estar facilmente disponíveis na internet. Isso inclui pornografia infantil, encomendas de assassinatos e venda de drogas não legalizadas. (TECNOBLOG, 2016)

A partir da descrição acima podemos intuir que a *deep web* é um sistema de conteúdo de internet inacessível diretamente por mecanismo de busca tradicional, como é o caso do *Google*, *Yahoo* ou *Bing*. Para que as páginas fiquem ocultas, os endereços são baseados em números e letras que não fazem sentido, podendo também mudar ao longo do tempo, onde os *links* não podem facilmente ser repassados entre as pessoas e evitando o rastreamento. Tudo depende da rede de contatos de cada usuário, ou seja, para que tal conteúdo seja acessado uma pessoa precisa ter repassado o conteúdo para outra. Esse compartilhamento é feito por meio dos *links* de modo que seus conteúdos não podem ser encontrados nos sites de busca.

Outra questão a nossa atenção é a transferências de *links* na *deep web* e suas dimensões em comparação com a *web 2.0*. De acordo com Bergman, as informações públicas na *deep web* são normalmente 400 a 500 vezes maiores do

que o definido na *World Wide Web*. Atualmente, existem mais de 200.000 sites na *deep web*.

Na *deep web*, seis das maiores enciclopédias possuem aproximadamente de 750 *terabytes* de informação, o que é mais de quatro vezes o tamanho da superfície da web. Embora não sejam geralmente conhecidos, geram, em média, 50% mais tráfego mensal. A *deep web* é a categoria de novas informações que mais cresce na Internet. Esse avanço pode estar relacionado com o tempo que as pessoas dedicam às redes sociais. Essa é uma postura atrativa para os organizadores e exploradores dos virtuais. Sem contar que é cada vez maior a oferta de produtos e serviços sociais, com acesso facilitado para os novos usuários. Mesmo que a *deep web* tenha uma estrutura que se apresenta como mais profunda e restrita do que os sites tradicionais.

Isso significa que com uma profundidade total de conteúdo em torno de 1.000 a 2.000.000 vezes maior do que a superfície a *deep web* é altamente relevante para todas as necessidades de informação, mercado e domínio. Mais da metade do conteúdo da *deep web* é sobre um tópico específico no banco de dados. Um total de 95% da *deep web* é informação acessível ao público que não está sujeita a taxas ou assinaturas (POMPÉO; SEEFELDT, 2013, p. 441).

Existem algumas semelhanças que explicam melhor como a *deep web* funciona no ciberespaço hoje. Pompéo e Seefeldt (2013) faz uma analogia, para fins heurísticos de compreensão da *deep web* com o *iceberg*. Os termos, internet visível e internet invisível ilustram muito bem a analogia proposta pelos dois autores. De modo que a internet que utilizamos em nosso dia a dia (Internet visível), representa apenas 5% de todo conteúdo do ciberespaço. Na prática, são conteúdos que podem ser acessados em mecanismos de buscas e pesquisas gratuitos. Outra comparação é com um barco com pescadores. Lançar uma rede em águas rasas tem uma chance muito menor de pegar um peixe do que jogar na mesma rede profundamente. Portanto, quanto mais profundo for o alcance, maior será o retorno.

No caso da *deep web* o pesquisador Agripino (2013), aponta como um dos atrativos a possibilidade de o usuário poder fazer o download completo de uma obra,

por exemplo, pois esses são livres de direitos autorais. Ainda de acordo com Agripino, alguns mecanismos de busca oferecem especificações para um tópico. Por exemplo, sites sobre literatura, programação e projetos científicos. Existem várias bibliotecas virtuais que dão acesso a fontes científicas. A *deep web* também possui mecanismos de busca, mas alguns sites só podem ser acessados se você souber a URL específica.

InfoMine é um mecanismo de busca somente de conteúdo para bibliotecas universitárias dos Estados Unidos, incluindo a Universidade da Califórnia. O Complete Planet fornece aos agricultores acesso a uma variedade de assuntos, como militar, comida e clima. *IncyWincy* tem pesquisa de imagens. *DeepWebTech* oferece acesso a tópicos como medicina, negócios e ciência. Scirus cobre campos científicos como jornais, homepages de cientistas, materiais de ensino e patentes. *TechXtra* cobre áreas precisas como matemática, computação e engenharia (Agripino, 2013).

Kohn (2013) descreve melhor a existência de sites estranhos onde você pode encontrar conteúdo altamente ofensivo. O *Hidden Wiki* tem a forma mais fácil de ver assuntos mais fortes, ele é um site que usa os serviços ocultos disponíveis na rede *Tor*. Através desta ferramenta de busca, você encontra vendas de todos os tipos de serviços ou itens, dos mais esquisitos aos mais censuráveis. Por exemplo, um site de *marketing* de conteúdo sobre pedofilia, necrofilia, zoofilia e muito mais.

Se em algum momento desta pesquisa nosso leitor sentir a necessidade de ressaltar a existência de conteúdos que mostram a parte ruim da *deep web*, podemos dizer que é justamente essa parte mais real e preocupante desse tema. Além da possibilidade de acessar conteúdo indesejado, os usuários estão sujeitos a todo tipo de ação, desde infecções de computador a invasões de hackers, por isso precisam se preocupar com a segurança. A parte boa é que existem várias maneiras seguras de acessar a *deep web*, uma das principais é por meio da rede *Tor*. Uma ferramenta para quem deseja se proteger de malware e obter uma navegação um pouco mais segura.

A Tor é uma ferramenta de rede baseada em túnel que ajuda pessoas e organizações a aumentar a segurança e a privacidade na Internet. Segundo o Projeto TOR (2017), ela é um software livre que ajuda a proteger liberdade e privacidade, relações comerciais confidenciais e uma espécie de vigilância de ameaça à segurança nacional conhecida como análise de tráfego, redes abertas. Os navegadores protegem os usuários, saltando as comunicações de rede distribuídas.

A Rede Tor é um grupo de servidores voluntários que permite às pessoas melhorar sua privacidade e segurança na Internet. Em vez de se conectar diretamente, os usuários do Tor tiram vantagem dessa rede conectando-se por meio de uma série de túneis virtuais, permitindo que organizações e indivíduos compartilhem informações em redes públicas sem comprometer a privacidade. Da mesma forma, o Tor é uma ferramenta eficaz de evasão de censura que permite aos usuários alcançar destinos e conteúdos bloqueados. O Tor também pode ser usado como um bloco de construção para desenvolvedores de softwares criarem ferramentas de comunicação com recursos de privacidade integrados.

Além de ser um navegador que personifica seu IP, Tor ajuda os jornalistas a se comunicarem com mais segurança. Eles usam o Tor para se comunicar com a fonte. As ONGs usam isso para permitir que funcionários em outros países se conectem e trabalhem remotamente sem que outras pessoas saibam que eles estão prestando serviços. Grupos ativistas como a Electronic Frontier Foundation (EFF) estão usando-o como um mecanismo para manter a liberdade dos cidadãos online e segura. (Projeto TOR, 2017).

É justamente, por todas essas características que adotamos o conceito da internet invisível como organismo de potencialização da ação estratégica e assim buscamos desenvolver uma linha de análise a partir da compreensão da razão instrumental operante nas redes sociais. .

Não tratamos a *deep web* como uma rede social, ela é uma rede de comunicação. A clareza desta diferenciação é vital para conseguirmos apontar as pretensões de validade contida no modelo de comunicação que é praticado pelos ofertadores dos conteúdos nesse ambiente e que almejamos como esse mergulho

no submundo da internet e o olhar atento à teoria da ação estratégica de Habermas. Por isso, precisamos abrir mão de alguns paradigmas em nosso modo de analisar e julgar o mundo da vida e as coisas objetivas.

Embora exista uma relação subjetiva entre a *deep web* com os modelos e práticas ilícitas de comunicação e comércio na internet, uma análise técnica sobre a exploração desses espaços virtuais, onde a comunicação tem como finalidade lograr êxito na relação pessoal e profissional, será uma enorme contribuição para o nosso entendimento acerca dos impactos, resultados e estratégias encontráveis na internet profunda e também percebidos na *web*, e principalmente, nas redes sociais.

De modo que, embora a estrutura da *deep web* pareça está construída e consolidada sobre ferramentas altamente tecnologia, não podemos deixar de observar a presença e a participação humana em todo esse processo, que explica amplamente como e porque ela é uma ferramenta de potencialização do uso estratégico da internet e, de modo especial, das redes sociais.

Na medida em que avançamos nas características e no conhecimento acerca da *deep web*, mais cresce a ambiguidade entre os elementos constatativos e subjetivos. Por isso, a importância de estabelecermos padrões de análise a partir da teoria do agir estratégico de Habermas. Desse modo, faz-se necessário olharmos para o agir estratégico com duas linhas de análise: o mercado e a política. Afinal, a nossa pesquisa acontece, justamente, em um cenário com características capitalistas e políticas predominantemente imperativas. Assim, julgamos adequado dedicar um tópico para falarmos sobre esse tema como veremos na esfera pública.

Não é de nossa competência construir uma narrativa negativa, capaz de adjetivar a ação estratégica no uso das redes sociais e sim, observá-la como tipo de comportamento e ação direcionada ao êxito. Mas, para isso precisamos conhecer o mundo ulterior, das redes sociais; a *deep web*. É mais prudente, conhecermos cada uma desses espaços sociais desenvolvidos na internet para que possamos construir afirmações e julgamentos embasados.

Em suma, a *deep web* tem suas vantagens e o fato de existirem tantas coisas importantes para analisar e obter uma ampla gama de conhecimentos diferentes temas é uma delas. No entanto, como qualquer outro espaço de convivência virtual também tem suas desvantagens. Segundo Abreu e Nicolau (2013), uma das desvantagens desse universo é a disponibilização de conteúdo ilegal. Alguns grupos se beneficiam do anonimato, compartilhando conteúdo criminal, páginas de pedofilia com imagens e vídeos explícitos, páginas de cadáveres, anúncios de assassinos contratados, fóruns canibais e muito mais. Como o anonimato não pode ser rastreado, ele atraiu a atenção de criminosos, enfatizando a facilidade com que as informações podem ser encontradas de várias maneiras.

Nesse momento estamos em um ponto da nossa reflexão acerca do agir comunicativo e agir estratégico no uso das redes sociais que consideramos como fase primordial para o desenvolvimento de nossa tese. Ou seja, o cerne da relação entre *deep web* e redes sociais está no fato do uso desta ferramenta altamente complexa e perigosa de promoção do agir estratégico, em sua face mais questionável, e de anulação do agir comunicativo. Por isso mesmo sabendo que a palavra “profundidade” é atribuída ao nível de envolvimento dos internautas com os produtos e mensagens disponibilizados na *deep web*, se faz necessário uma reflexão à luz do pensamento habermasiano sobre essa questão.

Os meios de comunicação chamados digitais, eletrônicos, estão cada vez mais inseridos em nossa realidade. Eles representam a passagem da letra para a imagem, e para o som com a rapidez e autenticidade típica de cada aparelho. Essas tecnologias são responsáveis pela transformação de conteúdos autênticos da cultura moderna nos estereótipos ideológicos e esterilizados de uma cultura de massa, (HABERMAS 2012,701). Ou seja, a cultura é submetida a um processo de perda de sua originalidade e autenticidade. A capacidade de imitação é muito mais aplaudida do que a de criação.

Por outro lado, ao buscar imitar elementos culturais autênticos nos deparamos com elementos de uma cultura depurada, purificada de todos os momentos subversivos e transcendentais. Ora, todo esse processo pode passar despercebido ou ganhar contornos de dramaticidade aos olhos menos atentos no universo

digital. Porém, é a partir desses controles internos debilitados de comportamento, liberdade deliberada, que poderemos vir a conhecer um sistema de controle social imposto aos indivíduos mais a fundo (HABERMAS 2012, p.701).

Que a capacidade da *deep web* em demandar grande parte dos conteúdos e temas diversos da internet é imensurável parece ser unanimidade entre a maioria dos pesquisadores que estudam sobre o universo virtual, mas o que nos intriga é perceber como a relação humana tem sido comercializada e absorvida brutalmente por um conjunto de ação estratégica.

O tema é polêmico, mas não menos importante, principalmente quando levamos em consideração o fluxo de informações e a existência de uma grande demanda por assuntos relacionados a grupos sociais. Na verdade, como nos interessa dar continuidade à reflexão sobre as redes sociais, entendemos que as preocupações levantadas por essas considerações sobre a Deep web nos remetem à preocupação com a dimensão do espaço público na qual uma e outra se inserem. Por isso, dedicaremos no próximo tópico desta pesquisa um espaço para discutirmos o conceito de esfera pública proposta por Habermas.

Ao nos aprofundarmos nos estudos habermasianos observamos que a ação estratégica nem sempre contrapõe o agir comunicativo. Qualquer tentativa ou pretensão de estabelecer comparações objetivas dos aspectos fundacionais desses dois conceitos poderá ser frustrada. Pois, a relação estabelecida entre as duas linhas de argumentação acontece a partir de elementos constatativos na comunicação. Ao passo que, contrapor a ação comunicativa à ação estratégica terá a pretensão de apontar os efeitos perlocucionários como indícios da integração de ações de fala a contexto de interação estratégica". (HABERMAS, p.507). Isto, porém, aparece de modo gritante quando se analisa o papel negativo da ferramenta estratégica da *deep web*.

A propósito, basta uma rápida navegação para percebermos que, a maioria ou quase todos, os sites que operam com *deep web* possuem uma aparência menos elaborada, os conteúdos distribuídos de com um *layout* bastantes bagunçados, malfeitos. Os *layouts* e cores não possuem harmonia alguma, com *links* listados e

telas extensas com uma aparência totalmente fora dos padrões exigidos na *web*. Se do ponto estético formal, a maioria dos sites disponibilizados na *deep web* não apresenta uma aparência atrativa capaz de garantir a presença e permanência dos seus usuários, nas redes mais profundas. Do ponto de vista informacional, existe um fluxo de conteúdo e serviço muito maior do que na internet rasa.

Outra característica importante para observação da ação estratégica que começa na *deep web* até chegar às redes sociais são as Fake News. Operado de forma ainda mais agressiva e negativa para a vida das pessoas, as notícias falsas são potencializadas por pertencer, muitas vezes, a perfis falsos. Ainda sobre a estrutura da *deep web*, esses perfis conseguem desenvolver mecanismos de disseminação em massas dessas notícias, dificultando a apuração das mesmas.

Pensando a partir do agir estratégico, então, podemos observar que aplicativos e sites construídos e desenvolvidos com intuito de operar nos ambientes virtuais mais profundos da internet representam o estágio comprometedor e duvidoso da nossa presença estratégica e consciente na redes sociais. A vivência nesses espaços nos coloca diante de realidades e conteúdos, necessariamente, direcionados a atender necessidades específicas e pontuais, muitos deles, contudo, são inaceitáveis eticamente e de alta periculosidade. O que, talvez, explique porque as pessoas costumam permanecer pouco tempo nesses espaços interagindo apenas com conteúdos de seus interesses.

### 3.3 A ESFERA PÚBLICA

Na obra de Jürgen Habermas, desde os primeiros dias de sua carreira acadêmica, é central o tema da esfera pública como um espaço onde as questões sobre política e o mundo da vida compartilhadas entre os atores sociais são discutidas. A esfera pública, assim, é entendida como um espaço de comunicação conforme atesta o pensamento de Habermas (2007).

A função da esfera pública muda no curso da teoria de Habermas. Na verdade, trata-se de um conceito de Habermas que aparece pela primeira vez quando ele encara a dicotomia pública e privada. Sua constatação é de que na

Europa, a esfera pública se organiza como um lugar para a burguesia literária e consumidora de arte visitar cafés e salões criados exclusivamente para a discussão de temas literários e artísticos. Esses encontros suscitam um debate sobre as ações do poder político, ou seja, a esfera pública literária surge como modelo para a esfera pública política. Do ponto de vista da teoria democrática, a esfera pública política é um espaço onde as pessoas se organizam e se mobilizam a partir de problemas ou dificuldades comuns e trazem esses problemas para o primeiro plano por meio da ação política. Pontos para tocar o mundo parlamentar.

Habermas (2001) enfatiza a esfera pública como uma arena de decisões cruciais. Do ponto de vista da teoria democrática, a esfera pública deve intensificar as pressões causadas pelos problemas, dramatizar e ser imaginada e detalhada pelo complexo parlamentar. E embora a capacidade de elaborar a questão em si seja limitada, ela deve ser usada para controlar ainda mais o tratamento da questão dentro do sistema político.

A esfera pública é a rede certa para comunicar conteúdo, posição e opinião, e o fluxo da comunicação é traduzido em evidência da opinião pública. A esfera pública é recriada por meio do ato de comunicação, assim como o mundo da vida usa a linguagem natural de acordo com a prática da comunicação cotidiana. Nesse sentido, a esfera pública política é formada a partir do contexto comunicativo das pessoas afetadas, a fim de cumprir a função de captar e tematizar os problemas da sociedade como um todo. As massas que o apoiam são recrutadas no setor privado. Somente a esfera da vida privada pode gerar uma linguagem existencial de uma história de vida que ilustra os problemas gerados pela sociedade.

As questões da esfera pública política baseiam-se nas pressões sociais impostas pelo sofrimento de vida pessoal. Habermas (2011) completa a ideia: a esfera pública pode ser descrita como uma boa rede para comunicar conteúdo, posição e opinião. Nele, o fluxo de comunicação é filtrado, sintetizado e condensado na opinião pública vinculada a um determinado tema. Como o mundo global da vida, a esfera pública é recriada por meio de atividades de comunicação e significa apenas o reino da linguagem natural. Está em consonância com a compreensão geral da prática comunicacional cotidiana.

No entanto, a esfera pública não desempenha plenamente funções politicamente relevantes e não aparece diretamente nas contribuições políticas, mas aumenta a pressão sobre o sistema político e o refinamento torna-se papel do complexo parlamentar. No entanto, a esfera pública não é especializada nessas direções. Portanto, ao lidar com questões politicamente relevantes, os detalhes são deixados para o sistema político. A esfera pública é uma estrutura de comunicação que se orienta principalmente pelo entendimento segundo Habermas (2011) ela está relacionada ao espaço social criado pelo comportamento comunicativo, e não à função e ao conteúdo da comunicação diária.

Não é mais possível demarcar um espaço na esfera pública apenas se essa esfera for encontrada em um bar ou café literário. A localização atual da esfera pública deve levar em conta o que é percebido como uma ação comunicativa na esfera pública. Habermas (2011) complementa a ideia: a esfera pública é em termos de densidade de comunicação, complexidade organizacional e alcance. Dependendo do nível, forma três tipos de esfera pública. Esfera pública episódica, de presença organizada e de mídia. Aqui Habermas enfatiza amplamente o uso comunicativo da linguagem. Todos os encontros que fomentam a liberdade de comunicação que um dá ao outro, mas não se limitando ao contato observacional mútuo, viajam em um espaço público composto de linguagem (HABERMAS, 2011, p. 93).

### 3.4 AÇÃO ESTRATÉGICA E AÇÃO COMUNICATIVA NO USO DAS REDES SOCIAIS

Ao analisar hoje Habermas, considerando a fase mais madura de seu pensamento, vemos ele em busca de uma base da solidariedade pós-tradicional, conduzindo sua atenção para a teoria da ação comunicativa, que pretende fornecer uma base sólida para críticas de ênfase excessiva ou unilateral. Segundo o sociólogo, Jessé Souza, (1997) críticas voltadas para as distorções instrumentais e específicas na avaliação do papel da ciência e da tecnologia no mundo moderno.

Em Habermas, por outro lado, os esforços para contrastar o contexto da comunicação com o contexto de outros meios também deixam algo desejável

quando se refere à necessidade de uma compreensão adequada do conceito de racionalidade. Esse contraste não justifica, por exemplo, a ênfase na obra do autor Jean Piaget, que Habermas pretende utilizar. O desenvolvimento intelectual que tem acesso à capacidade madura de raciocínio lógico refere-se simultaneamente à manipulação real ou virtual de objetos, desenvolvimento instrumental e "manipulativo" e desenvolvimento social e comunicativo e cada um desses aspectos, "Objetividade" é uma condição de "intersubjetividade", que é sua única garantia à ilusão de egocentrismo e centralidade social.

Hoje, a tecnologia digital possibilita a transformação de processos interativos, permitindo que os sujeitos participem da comunicação online e do comportamento do discurso por meio de ambientes virtuais caracterizados como espaços abertos onde diferentes assuntos podem ser discutidos. Aspectos culturais, identitários, etc. Essas tecnologias têm contribuído para o surgimento de sociedades interconectadas, facilitando a construção de redes de comunicação e ampliado o potencial de participação das pessoas nos diversos espaços públicos.

Depois de toda discussão feita até aqui, temos maior segurança e maturidade para afirmar que as redes sociais são caracterizadas como um espaço de agrupamento social no ciberespaço que interfere estrutural e culturalmente na sociabilidade das pessoas por meio da formação de temas dentro da rede. Essas redes são espaços de diálogos híbridos onde interações são realizadas, transformadas e veiculadas. Sua forma promoveu a transformação social e teve como fatores importantes a acessibilidade e a troca de informações entre as pessoas.

Assim, podemos dizer que a virtualidade e a interação são componentes das práticas de comunicação cotidianas que criaram rupturas culturais e geográficas, assim como temporais. Pela expansão da esfera pública são apresentados temas gerais, polêmicos, debatidos, problemáticos, criticados e, então, um espaço emergencial para dar oportunidade de julgamento, estabelecer integração ou chegar a consensos.

Nesse sentido, a esfera pública, discutida pelo nos estudos de Habermas, (2012) representa um ambiente de autonomia e diálogo a partir do surgimento do comportamento comunicativo (comunicação intersubjetiva voltada para o entendimento entre os sujeitos) e da valorização da discussão. Espera-se que essa prática de comunicação tenha uma ética do discurso que coloque em evidência o sujeito e a necessidade de sua comunicação. Discurso e sua reivindicação de validade.

Com o avanço da Internet, as relações sociais tornaram-se multidimensionais, levando à expansão das redes de comunicação horizontal (ANECLETO, 2015). Essas redes são consideradas ferramentas de modelagem para a estrutura de conjuntos sociais a partir de interações locais (BUZATO, 2016). Uma rede social é um processo de socialização virtual, uma espécie de interação que tem como premissa o compartilhamento de informações, conhecimentos, desejos e interesses.

Desta forma, são espaços de interação coletiva e colaborativa que ampliam o campo da comunicação na sociedade. Nas redes sociais, pessoas e conexões são dois elementos essenciais para a sua funcionalidade (Recuero 2009). Portanto, a rede é uma metáfora para observar padrões de conexão de grupos sociais com base nas conexões estabelecidas entre diferentes pessoas.

Além de possibilitar o crescimento das bases de dados digitais, a tecnologia digital introduziu a distribuição de informação e conhecimento por padrões globais e locais, aumentando o grau de cooperação entre os centros locais (BRENNAND; BRENNAND, 2010) e os computadores, contribuindo para a criação de redes, outras esferas públicas de comunicação que oferecem oportunidades de conexões entre as pessoas. Esses espaços são apresentados como “redes adequadas para comunicar conteúdos e expressar posições” (HABERMAS, 1996, p.92). Nesse sentido, eles representam a auto expressão pessoal, o debate e o ambiente de tropicalização em que o sujeito participa do discurso a fim de obter entendimento mútuo.

As interações nessas áreas devem começar com uma comunicação subjetiva enquanto estão em rede. Portanto, as redes sociais ampliam sua participação na esfera pública, proporcionando oportunidades para que diferentes sujeitos se

conectem. Portanto, a distinção entre falante e ouvinte é substituída pela interação constante entre os sujeitos e a troca de informações de muitos para muitos. Isso pode ajudar a chegar a um consenso motivado pela melhor discussão. Em outras palavras, em sites de redes sociais, a prática de conversação retrata o discurso. E é a partir do discurso que a comunicação se efetiva nesses ambientes virtuais.

O discurso leva em consideração duas situações importantes, devido à sua constituição polêmica, a adequação da linguagem e a adequação do julgamento (ANECCLETO, 2015). Portanto, o discurso é o modo mais puro e sensível de relações sociais (BAKHTIN, 2010). Na esfera pública, como nas redes sociais, a força do debate se mede pelo fato de persuadir os participantes da comunicação. Em outras palavras, a partir da discussão dada no diálogo, a participação do sujeito nesses ambientes virtuais é válida a partir do questionamento de reivindicações de validade como verdade e compreensão. Ou seja, quando o argumento apresentado na interação é justificado como verdadeiro, o interlocutor utiliza o discurso teórico. Portanto, a afirmação da verdade do argumento torna-se um problema. Nesse sentido, com base na ética do discurso, ao manter relações de comunicação no espaço das redes sociais, os interatores devem apresentar um verdadeiro argumento para justificar seus pontos de vista.

O discurso prático socialmente estruturado dá aos interlocutores a oportunidade de questionar as alterações aos códigos de conduta já estabelecidos. Este é um discurso que deve ser considerado legítimo ou moralmente válido por todos no momento da comunicação. Nas redes sociais, o discurso prático refere-se ao domínio moral prático. Ou seja, ao apresentar seu argumento, o sujeito observa se sua apresentação é baseada em contextos normativos existentes. De aspectos políticos, culturais, sociais. Nas redes sociais, espera-se que o que está sendo dito seja moralmente ético.

No nível semântico, Habermas pretende que o argumento crie um "argumento conclusivo que seja persuasivo a partir de suas características essenciais" (HABERMAS, 1989, p110). As possibilidades pragmáticas para comunicar se referem ao processo argumentativo que é regulado para que os sujeitos consigam, a partir da experiência e livres de coerção externa, analisar

possibilidade de validade que passam a ser problemáticas no que se refere a correção. Isso demanda cooperação interativa que visa alcançar a validade do argumento através do discurso prático. É preciso, ainda, que os sujeitos mostrem os argumentos de maneira sincera para continuação da interação. Ademais, se considera a relevância da argumentação, o que cada sujeito contribui e a justificação de todas as opiniões para que os indivíduos por formas linguísticas, consiga atingir acordos mediados pela argumentação e sua lógica intrínseca.

A individuação é um processo importante nessa era de redes sociais. Ela é medida não apenas pela diferenciação de identidades únicas, mas também pelo crescimento da autonomia individual (HABERMAS, 1990). Isso acontece quando o sujeito está inserido em uma situação de comunicação. Nas interações nas redes sociais, os elementos individuais devem ser considerados como essenciais (HABERMAS, 1990), compreendendo assim a autonomia dos sujeitos. A autonomia desse debate permite que o sujeito se liberte comunicativamente, participe de processos linguísticos, incluindo redes de tecnologia social. Contribui para a ampliação da consciência sobre outros assuntos interagindo nessas esferas públicas e os meios utilizados para estabelecer a discussão e o entendimento mútuo. O discurso de Habermas (2012) reforça essa posição. O seu argumento inclui razões que são sistematicamente relevantes para a reivindicação de adequação da externalização de questões sociais (HABERMAS, 2012).

Nesse sentido, as interações nas redes sociais assumem outra dimensão: da comunicação unilateral centrada na informação às redes sociais intersubjetivas. A distinção entre locutor e ouvinte é substituída de forma livre e democrática pela constante interação entre os sujeitos, a partir da socialização que permite o fluxo da comunicação e a troca de informações das massas. Isso favorece a obtenção de um consenso motivado pelo debate. Nas redes sociais, espera-se que o sujeito da comunicação atue de forma verdadeira, correta, honesta e compreensível, em um processo interativo, a partir de fenômenos linguísticos. E ao proporcionar a oportunidade de esclarecer conhecimentos, as pessoas constroem pensamentos, ideias, discussões, opiniões, são inspiradas por diálogos mediados eticamente, e por meio de discussões de consensos (HABERMAS, 2012). Portanto, as interações nas redes sociais estão em constante mudança, levando-se em consideração que

representam um espaço no qual o conflito entre a compreensão prévia do mundo da vida e o comportamento de comunicação é indiscutivelmente estabelecido.

### 3.5 AS REDES SOCIAIS COMO LUGAR PRIVILEGIADO DE ENTENDIMENTO

Fundamentar nosso estudo sobre as redes sociais como lugar privilegiado de entendimento requer um esforço muito concentrado nos estudos de Habermas sobre o agir comunicativo. O tema tem uma importância crucial não só para a filosofia mas para todas áreas da relação humana ligadas à linguagem. Ao falar em entendimento nas redes sociais inauguramos um lugar novo no processo comunicacional subjetivo.

Ora, se para Habermas, o conceito do agir comunicativo pressupõe a linguagem como *medium* de uma espécie de processos de entendimento ao longo dos quais as participantes manifestam suas pretensões de validade (HABERMAS 2012). Não será diferente com as redes sociais enquanto mundo virtual. Haja visto que, o processo de afirmação das nossas convicções e opiniões nesses meios virtuais requer uma capacidade elevada de coordenação na busca por nossas pretensões de validade. Principalmente, porque não estamos mais falando apenas de mundo objetivo, social ou subjetivo e sim de exteriorizações de vários atores. Justamente nas redes sociais a exigência por uma clareza na exteriorização é ainda maior, nesse meio buscar o entendimento, muitas vezes, significa abrir mão da linguagem simbólica.

A primeira proposição que devemos considerar é sobre a interação entre aquilo que representamos com os conceitos de mundo, mundo da vida e racionalidade. À medida em que expandimos a nossa concepção de racionalidade vamos obtendo maior compreensão sobre o mundo da vida, afinal de contas estamos falando de “estruturas de racionalidade corporificadas em imagens de mundo por via simbólicas” (HABERMAS 2012). Mesmo a nossa compreensão do mundo objetivo sendo mediada pelo uso da linguagem.

Ao dirigirmos a nossa atenção para aquilo que representa o conceito de mundo da vida, nos unimos aos anseios de Habermas em trazer ainda mais a cena

a necessidade de compreensão do entendimento como processo cooperativo de interpretação. Ou seja, nossa capacidade de dialogar com o mundo objetivo, uma comunidade de comunicação, a partir de nossas convicções subjetivas de mundo.

Daí que, dentro do paradigma comunicativo pelo qual tem optado, Habermas toma da fenomenologia husserliana o conceito de mundo da vida. Ele utiliza este conceito tendo como horizonte o âmbito da comunicação humana, referindo-se a esse como o contexto vital sobre o qual está assentada a comunicação intersubjetiva. Desse horizonte deduz-se que as funções que o agir comunicativo se manifestam na manutenção de um mundo da vida estruturalmente diferenciado.

Por isso, é cada vez mais necessário ratificar o conceito de mundo da vida em termos da pragmática formal como: o lugar transcendental no qual o falante e o ouvinte vão para o encontro; lugar em que podem levantar reciprocamente a pretensão de que suas emissões concordam com o mundo (com o mundo objetivo, com o mundo subjetivo e com o mundo social); lugar em que podem criticar e mostrar os fundamentos das suas pretensões de validade, resolver seus desentendimentos e chegar a um acordo. (HABERMAS, 1987, 179).

Outro elemento determinante para nossa reflexão acerca das redes sociais como lugar privilegiado do entendimento é a presença dos atores, nas cenas visíveis do papel social conectado, que podem ser divididos em termos de energia ou gastos. Eles são uma espécie de fio condutor no processo de separação de oportunidades que transformam o poder em força social por meio de canais de comunicação onde se produz uma estrutura de poder. Essas forças podem ser limitadas, no entanto, por uma variável da comunidade permite que todos os participantes discutam e repensem o que estão dizendo ver através da opinião pública.

As mudanças trazidas pela internet abrem oportunidades de expansão das liberdades individuais, melhoram os métodos de democracia participativa e a participação na construção de uma sociedade e uma economia do conhecimento. Esses fatores têm um papel importante na melhoria do desenvolvimento humano por meio de ações voltadas ao ser humano. Por outro lado, esses avanços nas

chamadas liberdades individuais podem provocar um aumento da autonomia das pessoas e um descontrole dos programas de comunicação em relação ao setor público (Bannell. 2006).

O setor social conectado possibilita que muitas pessoas expressem suas opiniões, visões e também as opiniões de muitos outros. É graças à internet que a comunicação passou a não ser controlada por sistemas de comunicação que facilmente são danificados por dinheiro como é a comunicação de massa. O uso público das ferramentas digitais disponíveis depende das suas necessidades das pessoas e da sociedade de uma forma geral, é a partir dessas necessidades que cada grupo se organiza para reivindicar sua satisfação.

Os serviços de comunicação em rede permitem que as pessoas também se tornem falantes e participantes ativos nas discussões. Essa mudança afeta muito a força relativa dos sistemas de comunicação. A começar pelos tipos de uso público do pensamento e a maneira como os assuntos emergem, são rastreados e publicizados. Esse processo afeta o processo de contestação e construção de acordos. Por fim, afeta também a forma como o setor público se valoriza e constrói seu entendimento.

É interessante ver a relação das mídias sociais com o surgimento e popularidade do chamado trabalho invisível. A hegemonia das obras invisíveis cria relações e formas comuns às principais mídias sociais que estão mais proeminentes do que nunca. Assim, os produtos para funcionalidade invisível são imediatamente sociais. A produção de comunicação, relacionamento de afiliados e informações é possível expandir diretamente o campo de compartilhamento. Nesses casos de unidade de trabalho, condições produtivas, condições ambientais e experiência de vida andam de mãos dadas com *ter em comum*. A produção é comum e a distribuição serve de base para a produção futura, em um relacionamento prolongado de turbilhão. Isso pode ser facilmente entendido como exemplo de comunicação como produtividade: a comunicação acontece com base em linguagens, símbolos, ideias, relacionamentos compartilhados e efeitos de comunicação que criam novas imagens, símbolos, além de ideias e relacionamentos normais.

Essa relação entre produtividade e normalidade é importante para entendermos as atividades sociais e econômicas. Segundo Benkler (2006) “a produção colaborativa surge como um programa tecnológico eficaz para motivação e planejamento, contribuições coletivamente humanas de outras formas, além de contratos e sua compensação no mercado”. Ou seja, a produção colaborativa é a conquista de uma função voltada para a norma.

Diferente de um sistema fundado numa lógica mercantil dar é algo que se pode entender como “transferir voluntariamente algo que nos pertence a alguém de quem pensamos que não pode deixar de aceitar” (Godelier, 2001, p. 22). A reflexão de Godelier pode estar associada a processos produtivos de cooperação, desde ativos tangíveis ou intangíveis até a economia da dádiva, fora da economia de mercado onde os preços devem estar sempre em condições de serem convertidos em mercadorias. De modo que, os relacionamentos com aspectos sociais presentes nas redes virtuais visam unir e levar em conta a responsabilidade social. Mas não estão isentos do sistema mercantil. Um grande exemplo é o Sistema Brasileiro de Educação a Distância. Mesmo com todo o seu caráter social é possível perceber o sistema mercantil que acontece no uso dessa ferramenta, que em sua maioria se dá nas escolas particulares do Brasil.

No contexto da produção em massa, a economia de presentes destaca-se como “domínio”, pois apesar de se referir a uma indústria sem fins lucrativos, considera-se socialismo e promove um espírito de unidade, interesses espontâneos e não capitalistas. (Godbout, 1998). Por isso, o surgimento do paradigma antropológico de adesão a outras espécies economias precisa de atenção, pois essas abordagens contradizem paradigmas economicista e utilitarista do capitalismo.

Caillé (2002) afirma que "uma rede é um conjunto de pessoas, a última ação pessoa a pessoa, amizade ou amizade, que torna possível manter e esperar a confiança e lealdade [...] baseada na dedicação e lealdade" onde a produção colaborativa é baseada na confiança entre seus participantes. Essa confiança está voltada para a economia em que se valoriza a espontaneidade das ações e relações em sua tríplice obrigação: a dádiva de dar, receber e substituir Mauss (2001).

Falar sobre redes, plataformas, programas e estrutura, vai muito além do campo de várias ciências e tecnologias. Afinal, trata-se de um movimento que vai desde a ciência experimental até a ciência aplicada socialmente. E isso requer muita atenção e estudo pois, estamos lidando com uma ampla gama de aplicações de conceitos, uma estrutura que engloba todos os esforços para articulá-los e produzir uma política conceitual particular.

Mas, a construção da rede também é polissêmica e nos leva a uma infinidade de interpretações e explicações conflitantes. Aqui cabe uma rápida analogia com uma imagem que foi piorada, um retrato feito às pressas. Até encontramos o cenário perfeito, o momento ideal e a situação mais apropriada, porém algum interesse faz que nossa busca pela consonância social seja substituída, consciente ou inconsistente, pelas demandas do mercado. E o mesmo pode acontecer com as redes sociais quando ao fazer uso das mesmas pulamos ou ignoramos uma série de ângulos e eventos sociais.

O conceito de redes introduz variáveis descritivas e eventos sociais, razão pela qual é importante diferenciar o design de rede do design de rede social. Apesar de quase um século de tradição filosófica, na década de 1990, os estudos de rede começaram a se beneficiar de uma multiplicidade de definições associadas ao comércio global, sociedade da informação, bem como à cibercultura.

Hoje, a rede nos leva de volta a um conceito mais amplo, que vai do uso a certos domínios: redes organizacionais, redes de computadores, redes virtuais, comunicação, entre outras coisas. Tudo isso ao quadro de uma heterogeneidade estabelecida por teoria e opções metodológicas que nos ajudam a compreender a rede, mas também é responsável pela construção da caracterização negativa desses ambientes virtuais.

De todo modo, não podemos desconsiderar o fato de os sites de redes sociais digitais serem um espaço de uso da linguagem política, pois planejam ações, buscam a ação política e incluem atores da sociedade civil que, a princípio, não se envolvem na política, mas não se sentem fortes e atuantes na expressão de seus sentimentos, insatisfação e esperança. Um dos exemplos dessa evidência, são os

vários protestos contra as forças estabelecidas: a Primavera Árabe, os Indignados na Espanha, o *Occupy Wall Street* e os protestos de junho de 2013 espalhados por algumas capitais do Brasil.

O uso das mídias sociais digitais como meio de engajar as pessoas nesses protestos é uma ocorrência comum como meio de mobilização e decisão nessa enorme teia formada por pessoas que não confiam na grande mídia e na classe política poderosa.

A trilogia de Manuel Castells (1999, 2000) foi uma das obras mais populares que pode contribuir para a discussão sobre o conceito de rede na teoria social, a partir da globalização como uma questão de análise. A disputa de Castells foi incluída na tese que o capitalismo está cada vez mais exposto às redes globais transmitindo dinheiro e produtos, e isso tem um enorme impacto nas pessoas e no mundo.

Segundo Castells, as redes são globais e proprietárias, embora não sejam incentivadas pelo processo de globalização, são locais (Castells, 1999). E a massificação das redes sociais visíveis, que testemunhamos, levam-nos ao seu enquadramento complexo onde é importante entender a estrutura da comunicação social que o resultado.

Ao interagir com a mídia social, é importante olhar para a outra acuidade da Teoria das Redes Sociais, que se beneficia também do desenvolvimento da teoria de vários métodos das ciências sociais. É também o resultado da santificação de várias correntes da teoria e linhas da antropologia, psicologia, sociologia e matemática de gráficos, que sustentam sua legalização como uma "nova forma" de ver verdade na sociedade.

Todavia, a temática do setor social como lugar onde questões da política e do mundo da vida compartilhada entre os atores sociais são discutidas ao longo da trajetória de Jürgen Habermas desde o início de sua trajetória acadêmica nos ajuda a olhar para os espaços virtuais e objetivo como sociedade, entendida como um lugar. "E a comunicação interpessoal passa um tema que me atormenta pelo resto

da vida”. Habermas (2007). O conceito habermasiano de setor público emerge cedo na dicotomia entre público e privado.

O setor público se configurou na Europa como um lugar onde capitalistas que dedicam livros e arte visitam cafés e salões destinados exclusivamente à discussão de assuntos literários e artísticos. Nesses encontros nasce uma discussão sobre o ato de poder político, ou seja, o campo da escrita pública surge como exemplo do setor político público. A esfera política, do ponto de vista teórico democrático, é percebida como aquela plataforma na qual os atores sociais se planejam e se organizam a partir de um problema ou dificuldade comum e, por meio da ação política, fazem avançar essas questões. Ponto de sensibilização na arena parlamentar.

Na perspectiva de uma teoria da democracia, a esfera pública tem que reforçar a pressão exercida pelos problemas, ou seja, ela não pode limitar-se a percebê-los e a identificá-los, devendo, além disso, tematizá-los, problematizá-los e dramatizá-los de modo convincente e eficaz, a ponto de serem assumidos e elaborados pelo complexo parlamentar. E a capacidade de elaboração dos próprios problemas, que é limitada, tem que ser utilizada para um controle ulterior do tratamento dos problemas no âmbito do sistema político (HABERMAS, 2001, p.92).

Nesse sentido, para cumprir a tarefa de captar e integrar os problemas da sociedade como um todo, a esfera político-social é formada a partir dos contextos de comunicação das pessoas envolvidas. Uma comunidade de apoio é empregada dentro de um número de indivíduos. Somente o setor privado pode produzir uma linguagem existente de história de vida, que é um exemplo de mazelas sociais. Os problemas discutidos na arena política pública são baseados nas pressões sociais expressas pelo sofrimento da vida pessoal.

Habermas completa a ideia e aponta como possível sugestão de superação para os problemas da arena política pública a adequação da esfera pública como uma rede que integra o setor da comunicação a partir da disseminação de posicionamentos e opinião pública. A conceituação Habermasiana tem como pressuposto o uso de práticas e ações próprias do agir comunicativo.

A esfera pública pode ser descrita como uma rede adequada para a comunicação de conteúdo, tomadas de posição e opiniões; nela os fluxos

comunicacionais são filtrados e sintetizados, a ponto de se condensarem em opiniões públicas enfeixadas em temas específicos. Do mesmo modo que o mundo da vida tomado globalmente, a esfera pública reproduz através do agir comunicativo, implicando apenas o domínio de uma linguagem natural; ela está em sintonia com a compreensibilidade geral da prática comunicativa cotidiana (HABERMAS, 2011, p.93).

As mídias sociais, hoje, são redes sociais que incluem uma linguagem figurada, fronteiras culturais e relações de poder. Nos últimos anos tem acontecido uma tentativa incessante de se chegar a um padrão de organização que seja capaz de expressar, através de sua arquitetura de relacionamentos, comunicações sociais, políticas e econômicas de ficção, soluções e explicações para alguns dos problemas atuais. Podemos dizer que essas novas demandas são a manifestação de um novo tipo de consciência, pensamento e pensamentos reais na sociedade.

Com a influência que vem do pensamento sistêmico, as mídias sociais estão surgindo valores, novas formas de pensar e uma nova atitude. Em 1954, pela primeira vez, percebemos o conceito de interagir com as pessoas, através do biólogo britânico John Barnes (1987), que analisou o valor da amizade, relações com vizinhos como relações informais e interações humanas na construção e integração de pescadores em uma pequena comunidade.

Para Barnes, a vida social era assim considerada um conjunto de pontos, em que construídos em sites de relacionamento. O que diferencia as redes sociais das redes automatizadas e naturais é o propósito do relacionamento e os objetivos comuns estabelecidos entre as características e a diferenciação dos usuários.

No entanto, apesar dessas características especiais, o funcionamento das mídias sociais traduz os mesmos princípios que regem os programas ao vivo. No entanto, o conceito de comunicação humana tem sido usado nas ciências sociais também para pessoas de diferentes maneiras e emoções. Em sentido figurado, refere-se a uma opinião pública como redes construídas de relações interpessoais ou coleção.

O conceito de redes também é usado como ferramenta para análise de redes comunicação, design e divisão pelo seu número, durabilidade e qualidade . Para

Pierre Mercklé, a análise de mídias sociais “não é a única maneira de conseguir isso simplesmente continuando a definição das estruturas sociais, o tipo de a 'sociografia' do mundo social” (PIERRE MERCKLÉ 2004.p.93). Por outro lado, Molina (2001) afirma que a análise de redes sociais é um método que permite fazer um diagnóstico sobre uma condição específica, como localização, em macro ou micro lógica.

Portanto, para o autor, a análise de mídias sociais também é uma ferramenta que torna o pesquisador encontra estruturas dentro das redes e cria novas perguntas e respostas. A análise das redes sociais começa com um antigo postulado que descreve o poder de impor eventos sociais e explicar a ordem social após a qual Durkheim. Este postulado procura as causas das realidades sociais nos elementos do desenvolvimento da estrutura em que estão inseridos.

O *layout* das redes pode ser tomado como elemento descritivo dos eventos sociais que estão sendo analisados porque, por exemplo, determina o acesso a outros serviços sociais, como fama, amizade, poder, etc.

Em Molina (2001) a análise de plataformas de mídia social focou no estudo estabelecido dentro de um conjunto definido de objetos (pessoas, grupos ou organizações), em contraste com a análise social tradicional focada especialmente nas propriedades desses elementos.

Mitchell, citado por Mercklé, diz que a rede se considera “um conjunto de A especialidade da comunicação (comunicação) entre um grupo limitado de pessoas, e um ativo adicional que as características desse relacionamento são consideradas como contexto, pode ser usado para interpretar o comportamento social de as pessoas envolvidas” Mercklé (2004).

Em Alain Degenne e Michel Forsé (1994) a análise das mídias sociais se distancia da análise à forma tradicional de socialização, sobretudo ao nível dos métodos eficazes, para uma corrupção “organizada” do determinismo social. Limite feito por propriedades para o indivíduo é uma obrigação fraca e pessoal livre de suas ações.

No entanto, é importante ressaltar, em consonância com o que defende Pierre Mercklé (2004), que a ambição da análise de mídia social não é simplesmente ver suas "consequências" estruturas sobre a moralidade, mas também compreender as consequências do comportamento em estruturas de comunicação onde a comunicação ocorre.

Não há consenso sobre esse novo paradigma nas ciências sociais. A análise da estrutura de redes sociais é um desenvolvimento relativamente novo da "revolução científica", principalmente porque estava desenvolvendo uma nova linguagem entre os profissionais, o que lhes permite falar incorretamente vago. Na linha de raciocínio, Degenne e Forsé (1994) também argumentam que a análise estrutural está a caminho de se tornar um verdadeiro paradigma.

No entanto, como mencionado anteriormente, considerar a análise das redes sociais como um novo conceito na ciência social é extremo, mas falar dele apenas como um meio de colapso da estrutura social é limitado. Então, a linha Degenne e Forsé parecem se encaixar agora: estão à beira da construção como paradigma, mas sua hegemonia como objeto moderno do pensamento público ainda falta grande estabilidade.

No entanto, uma linguagem única que também suporta a análise de redes sociais consome a conversa do "tipo especial" de cientistas sociais cada vez maiores que cria novos métodos e técnicas para a análise de edifícios públicos, incluindo um novas estratégias e teorias para analisar e compreender os eventos da comunidade. Mas, esta linguagem especial tem servido de barreira para os jovens cientistas sociais que, na zona de conforto, vivem no que se chama de análise social tradicional.

#### 4. CONCLUSÃO

O espaço social constituído no ambiente virtual abarca um grande fluxo de informações e de conteúdo. Ambos são responsáveis pela caracterização da relação social estabelecida nas redes sociais. A começar pela obrigatoriedade de identificação e cadastro dos usuários (nome, idade, sexo, raça, etc). Diferente das exigências de convivência nos modelos de sociedade física, na internet existe uma certa ambiguidade no processo de presencialidade.

Ainda não existe uma fórmula ou um modelo suficientemente desenvolvido para garantir o mínimo de segurança e uma convivência saudável no uso dos meios digitais no Brasil. Mesmo que exista alguns enquadramentos jurídicos, em nossa legislação, que condenam as práticas abusivas e violentas no mundo cibernético, carecemos da regulamentação das redes sociais em todo território brasileiro, em consonância com os padrões internacionais.

Embora seja cumprido o mínimo dessas exigências, o que se tem, ainda, é uma interatividade acelerada e esvaziada pelo volume de recursos tecnológicos. No bojo das novidades tecnológicas estão os perenes questionamentos da comunicação. Só com uma postura proativa e atenta em prol do desenvolvimento de estudos e conhecimento acerca desses espaços é que conseguiremos superar as barreiras da comunicação.

Desse modo, olhar para as redes sociais e perceber toda sua complexidade, à luz da teoria da ação comunicativa, nos coloca em grande possibilidade de conseguir alcançar êxito na tarefa de promover uma reflexão transformadora acerca dos aspectos comunicativo e estratégico presentes nos variados usos destas mesmas redes sociais.

Mapeando o primeiro e o segundo capítulo encontramos nas principais teorias reflexões que viabilizam a identificação de critérios de validade do agir comunicativo nas redes sociais. Nesse sentido, julgamos indispensável uma estrutura comunicacional capaz de garantir que a relação social e comunicativa aconteça em observação dos princípios de validade propostos por Habermas para

que seja garantido o adequado processo de racionalização entre os sujeitos e seus objetivos.

Ao longo de nossa pesquisa, portanto foi possível encontrar no arcabouço da teoria habermeseana alguns critérios de validade do agir comunicativo que, no nosso entender, resultam, em pelo menos, três critérios fundamentais de promoção e consolidação da ação comunicativa no uso das redes sociais.

O primeiro critério, fundamental para que o uso das redes sociais seja marcado pelo agir comunicativo é a existência de regras públicas adequadas e transparentes. Por ser um espaço de grande usabilidade, a presença nos aplicativos de relacionamentos exige, cada vez, mais uma postura consciente dos direitos e deveres. A *web* pode até ser "uma terra sem lei", conforme afirma o ditado popular, mas, temos de convir que nunca foi e não é uma "terra sem dono", ou melhor, "sem donos".

Na verdade, mesmo que individualmente, seja impossível enxergar a internet como uma propriedade que possui um dono, não podemos negar que muitos usuários se relacionam com os conteúdos do mundo digital da forma que julgam adequada. Faz parte do bom uso da internet uma comunicação verdadeira, livre de fake news e conteúdos manipuladores. Essa é uma regra que devemos conhecer, antes mesmo de seguir ou de recorrer a generalidades e achar que tudo que vem do mundo digital é ruim.

Outra realidade que demanda muita atenção e trabalho, a qual ainda parece quase está no início, diz respeito à *deep web*. O cenário inseguro e desorganizado encontrado na chamada "internet profunda" mas que também faz parte do universo digital é um forte apelo por regras seguras de acordo com a sociedade organizada. O processo de acesso aos conteúdos da *deep web* é gratuito mas, depende da disponibilidade de um *link*, de forma que o usuário esteja ciente das implicações e possa conhecê-las antes de decidir se vai ou não acessar.

O segundo critério para um esperado avanço do uso comunicativo das redes sociais é o do exercício crítico e dialogal da racionalidade comunicativa. O tema da

razão é muito caro para a filosofia, afinal de contas é nela que exercitamos a nossa consciência máxima sobre o estado das coisas existentes no mundo. A racionalidade transforma nossas fragilidades em necessidade. Diante da complexidade objetiva e subjetiva imposta pelo processo de coisificação na redes sociais visualizamos o assunto dos déficits comunicacionais.

A busca pela racionalidade nos proporciona almejar uma pretensão de validade do nosso agir nas redes sociais e no mundo social físico através de uma consciência filosófica e humana facultada à criticidade. Se somos capazes de reconhecer nossa falibilidade racional é bem possível que conseguiremos vislumbrar com mais clareza a possibilidade de um entendimento mútuo nas relações sociais.

A troca de empatia e de conhecimento intermediada por uma tela de celular ou computador, por exemplo, requer muito o exercício da ação reflexiva. Embora a subjetividade seja muito usada usada na filosofia, não é uma tarefa simples, construir uma objetividade em uma espaço virtual (subjetivo). Afinal, quanto mais profunda for a rede social, mais complexa ela se torna e quanto mais subjetiva, mais prática.

O terceiro ponto que destacamos como critério de validade para e avanço para o agir comunicativo nas redes sociais é a rejeição crítica da razão instrumental, cujo o alvo, lamentavelmente, é sempre e unicamente o lucro econômico, a concentração de poder e o monopólio dos meios (de produção e de comunicação). Esse critério diz respeito à nossa postura consciente diante das forças operantes nas redes sociais. Principalmente, entender nosso lugar no processo de subjetivação e objetivação no processo de comunicação.

Nossa presencialidade no universo dos meios digitais vai muito além de reconhecer o caráter explorador da razão instrumental. Ela exige uma presença comunicativa que prioriza as relações sociais em detrimento da lógica capitalista, imposta pela forte presença de empresas e agentes comerciais.

Após essas breves reflexões, podemos concluir que a ação comunicativa é um modelo de ação qualificado para apresentar os caminhos assertivos e

adequados que podem nos conduzir ao entendimento intersubjetivo. A teoria do agir comunicativo traz reflexo significativo impulso na busca de uma normatização da ação comunicativa nos meios de comunicação digitais e nos apresenta a linguagem como principal instrumento de legitimidade do processo de entendimento.

Em se tratando das redes sociais, podemos afirmar que elas têm demandado novos esforços da sociedade. Os avanços tecnológicos, também, têm significado mudança de mentalidade e de comportamento social, no mundo virtual e no mundo físico. Não podemos separar as duas realidades. Ontologicamente falando, o indivíduo que se apresenta nas relações sociais continua sendo o mesmo indivíduo que se identifica nos relacionamentos do cotidiano.

Podemos até omitir ou mudar algumas informações, mas nossa essência continua sendo a mesma. Se abandonarmos isto, estaremos nos referindo a uma situação excepcional, tipicamente patológica e fora de todos os padrões sociais e comunicacionais. Como vimos, nossa consideração sobre a esfera pública reforça a percepção de que estamos lidando com uma sociedade construída a partir de padrões pré-fixados em uma estrutura hierárquica, que dá sustentação a nosso modo compreender, de se comunicar e de relacionar, mas que é tremendamente desigual. E nesta direção, num futuro breve esperamos dar continuidade à nossa investigação .

## 5. REFERÊNCIAS

ABREU, G.; NICOLAU, M. **A estética do anonimato na Deep Web: a metáfora das máscaras e do homem invisível aplicada ao “submundo” da internet.** Culturas Midiáticas, [S. l.], v. 7, n. 1, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/view/19746>. Acesso em: 4 jun. 2021.

AGRIPINO, Caroline. Deep web, a internet que o Google não vê. 2012. Disponível em: <https://www.agenciaenlink.com.br/blog/deep-web-a-internet-que-o-google-nao-ve/>. Acesso em 22 de fev. 2021.

ANECLETO, U. C. **Ação linguístico-comunicativa e práticas discursivas em esferas públicas na sociedade em rede.** Revista A cor das letras, v. 16, p. 23-39, 2015. Disponível em: <http://periodicos.uefs.br/index.php/acordasletras>. Acesso em 08 abr. 2011.

BANNELL, R. I. **Pragmatismo, verdade e justificação: processos de aprendizagem na obra recente de Jürgen Habermas.** In: SIEBENEICHLER, Flávio Beno. (Org.). Direito, moral, política e religião nas sociedades pluralistas: entre Apel e Habermas. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2006, v. 1, p. 39-60.

BARABÁSI, Albert-László. **Linked: a nova ciência dos Networks.** São Paulo: Leopardo Editora. 2002.

BARNES, John. **“Redes Sociais e Processo Político”**, in B. Feldman-Bianco (org.), Antropologia das Sociedades Contemporâneas, São Paulo, global, pp. 159-194. 1987.

BENKLER, Yochai. **The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom.** USA, 2006. Disponível em: <http://www.benkler.org/> Acesso em 08 mai. 2011.

BLASHCHI, Renan Luiz; MARQUES, Ana Paula Ambrósio Zanelato. **A dubiedade da deep web.** ETIC 2016 - Encontro de Iniciação Científica, 2016. Disponível em: <http://intertemas.toledoprudente.edu.br/index.php/ETIC/article/view/5458/5189>. Acesso em 22 mai. 2011.

BOUÇAS, Cibelle. **Redes sociais influenciam a decisão de compra de 77% dos brasileiros.** Valor Econômico. 09 fev. 2015.

BRAGA, A. F. **Habermas e a questão do realismo moral.** In: MONTENEGRO, C. R.; GÓMEZ, M. N. Discursos Habermasianos. Rio de Janeiro: IBICT, 2010.

BRENNAND, E. G. de G.; BRENNAND, E. J. de G. **Arquiteturas cognitivas e informacionais no contexto das dinâmicas sociais**

**contemporâneas.** Liinc em Revista, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, p. 316-323, set. 2010. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/viewFile/3268/2892>. Acesso em 25 mai 2011.

BURT, R. **The contingent value of social capital.** *Administrative Science Quarterly*, [S.I.], v. 42, n. 2, p. 339-65, 1997. COLEMAN, J. S. Social capital in the creation of human capital. *The American Journal of Sociology*, [S.I.], v. 94, p. 95-120, 1988.

BUZATO, M. **Três concepções para o estudo de redes sociais.** In: ARAÚJO, J; LEFFA, V. *Redes sociais e ensino de línguas: o que temos de aprender?* São Paulo: Parábola Editorial, 2016.

CAILLÉ, Alain. **Dádiva e associação.** In: MARTINS, Paulo Henrique. *A dádiva entre os modernos.* Rio de Janeiro: Vozes, 2002. p. 191-205

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede.** São Paulo, Paz e Terra. 1999.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 2006.

DEGENNE, Alain; FORSÉ, Michel. **Les réseaux sociaux: une analyse structurale em sociologie.** Paris, Armand Colin. 1994.

GODBOUT, J & CAILLE, A. **O espírito da dádiva.** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2002.

GODELIER, M. **O enigma do dom.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

GRANOVETTER, M. S. **The strength of weak ties.** *American Journal of Sociology*. [S.I.], v. 78, n. 6, p. 1.360-1.380, 1973.

HABERMAS, Jürgen. **Racionalidade e comunicação.** Tradução Paulo Rodrigues. Lisboa:Edições 70, 1996.

\_\_\_\_\_.**Racionalidade e comunicação.** Tradução Paulo Rodrigues. Lisboa: Edições 70, 1996.

\_\_\_\_\_.**A constelação pós-nacional. Ensaios políticos.** Tradução Silva Márcio. São Paulo: Litera Mundi, 2001.

\_\_\_\_\_.**A inclusão do outro. Estudos de teoria política.** São Paulo: Edições Loyola, 2007.

\_\_\_\_\_.**Direito e democracia: entre facticidade e validade.** Tradução Siebeneichler, v. 01, Rio de Janeiro: Edições Tempo Brasileiro, 2011.

\_\_\_\_\_. **Pensamento pós-metafísico: estudos filosóficos**. Tradução Nachmetaphysisches Denken, Philosophische Aufsätze. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1990.

\_\_\_\_\_. **Pensamento Pós Metafísico**, Ed. Vozes. Rio de Janeiro: Petrópolis, 2002.

\_\_\_\_\_. **Teoria do agir comunicativo**, 1 ; Ed. WMF Martins Fontes, 2012.

\_\_\_\_\_. **Entre naturalismo e religião: estudos filosóficos**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2007.

\_\_\_\_\_. **Sobre a constituição da Europa: um ensaio**. São Paulo: UNESP, 2011.

IBOPE. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2016**. Disponível em: [https://www.abap.com.br/pdfs/pesquisa\\_midia.pdf](https://www.abap.com.br/pdfs/pesquisa_midia.pdf), Acesso em 02 mar. 2011.

JASPER, A. P. **Entendendo redes wireless**. Disponível em: <http://www.vivaolinux.com.br/artigo/Entendendo-rede-wireless>. Acesso em 22 mai. 2011.

KOHN, Stephanie. **Olhar Digital** – Twitter, livros e música: o lado ‘cult’ da deep web. Dez/2012.

LOPES, Amanda. **Por trás das cortinas do computador**: Quando a internet livre cedeu espaço à construção de regras para a promoção de direitos e liberdades. Disponível em: <https://oestadorj.com.br/por-tras-das-cortinas-do-computador/> Acesso em 2o mai. 2011.

MARTINS, Caio Arthur Lopes da Silva; SILVA, Maria Helena Barriviera e. **A dualidade da Deep Web**. E-f@tec, Garça, v. 3, n. 2, p.1-7, 2013.

MAUSS, M. **Ensaio sobre a dádiva**. Lisboa: Edições 70, 2001.

MERCKLÉ, Pierre. **Sociologie des réseaux sociaux**, Paris, La Découverte. 2004.

MILGRAM, S. **The small world problem**. Psychology Today, [S.l.], n. 1, p. 61-67, may, 1967.

MOLINA, José Luis. **El análisis de redes sociales**. Una Introducción, Barcelona, Ediciones Bellaterra. 2001.

PRIMO, A. **Conflito e cooperação em interações mediadas por Computador**. Contemporânea: Revista de Comunicação e Cultura, v. 3, n. 1, p. 38-74, jun. 2005. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/conflito.pdf>. Acesso em 12 mai. 2011.

PROPMARK. **Facebook se mantém como a rede social mais usada no mundo. 2021.** Disponível em: <https://propmark.com.br/digital/facebook-se-mantem-como-a-rede-social-mais-usada-no-mundo>. Acesso em 22 mai. 2011.

RECUERO, R. **Discurso mediado por computador nas redes sociais.** In: ARAÚJO, J.;LEFFA, V. Redes sociais e ensino de línguas: o que temos de aprender? São Paulo:Parábola Editorial, 2016.

ROCK TRENDS. **Social Media Trends 2019: panorama das empresas e dos usuários nas redes sociais.** Disponível em: < <https://inteligencia.rockcontent.com/social-media-trends-2019-panorama-das-empresas-e-dos-usuarios-nas-redes-sociais/>>. Acesso em 25 mai. 2019. Acesso em 22 mai. 2011.

SANTOS, Alexandre José. **A Web 2.0 e o comportamento informacional dos estudantes de Biblioteconomia da UFRN.** Biblionline, João Pessoa, v. 9, n. 2, p. 63- 78, 2013.

SIQUEIRA, F. **Revolução digital: história e tecnologia do século 20.** São Paulo: Saraiva, 2007. SCHELP, Diogo. Nos Laços Fracos da Internet. 2009.

SOUZA, Jessé. **Patologias da modernidade: um diálogo entre Habermas e Weber.** São Paulo, Anna- blume, 1997.

TANENBAUM, Andrew S. **Redes de Computadores.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. 955 p.

TECNOBLOG. **Como entrar na deep web utilizando o Tor.** 2016. Disponível em: <https://tecnoblog.net/189897/como-acessar-deep-web-links/> . Acesso em 28 mai. 2011.

TOR Project: anonymity online. Disponível em: <https://www.torproject.org/about/history/>. Acesso em: 02 mai. 2022.

TORRES, Claudio. **A Bíblia do marketing digital.** São Paulo: Novatec, 2009.

VIGNOLI, Richele Grengé; MONTEIRO, Silvana Drumond. **Deep Web e Dark Weeb similaridades e dissimilaridades no contexto da Ciência da Informação.** Transinformação, v. 32, e 190052, 2020.

WATTS, D. J.; STROGATZ, S. H. **Collective dynamics of small- world/networks:** Article. Nature, [S.l.], n. 393, p. 440-442. 1998.