



REDES SOCIAIS E AGIR COMUNICATIVO

JOSUÉ CÂNDIDO DA SILVA¹

RESUMO: O objetivo deste artigo é analisar como o fenômeno das chamadas redes sociais atua de forma a produzir aquilo que Habermas denomina de patologias do mundo da vida, ou seja, como elas interferem na reprodução simbólica do mundo da vida através do uso performativo da linguagem. Nossa análise terá como foco a teoria do agir comunicativo de Habermas, de um ponto de vista filosófico, sem a pretensão de uma análise aprofundada dos impactos políticos e sociais das redes sociais, embora estes não possam ser simplesmente ignorados. Basicamente, defendemos a tese de que as redes sociais se pautam pelo uso estratégico da linguagem e tendem a ocupar espaços que antes eram o *locus* da reprodução do mundo da vida através do uso comunicativo da linguagem. Este novo fenômeno é resultado de mudanças estruturais no capitalismo que transformam as pessoas não só em consumidores de informação e entretenimento, mas também em produtores dessas mercadorias que são apropriadas, na maioria das vezes, de forma gratuita pelas empresas do setor e utilizadas como forma de ampliar a manipulação, vigilância e controle sobre os usuários.

PALAVRAS-CHAVE: Redes Sociais; Agir Comunicativo; Habermas.

ABSTRACT: The aim of this paper is to analyze how the phenomenon of the so-called social networks act in order to produce what Habermas calls lifeworld pathologies, that is, how they interfere in the symbolic reproduction of the lifeworld through performative use of language. Our analysis will focus on Habermas's theory of communicative action, from a philosophical point of view, without the pretension of an in-depth analysis of the political and social impacts of social networks, although these cannot simply be ignored. Basically, we defend the thesis that social networks are guided by the strategic use of language and tend to occupy spaces that were previously the *locus* of reproduction of the lifeworld through the communicative use of language. This new phenomenon is the result of structural changes in capitalism that transform people not only into information and entertainment consumers, but also into producers of these goods that are appropriated, in most cases, free of charge by companies in the sector and used as a means of expanding manipulation, surveillance and control over users.

KEYWORDS: Social Networks; Communicative Action; Habermas.

As chamadas redes sociais estão cada vez mais presentes na vida das pessoas, seja como forma de entretenimento, seja como forma de comunicação. Elas combinam várias inovações tecnológicas proporcionadas pelos avanços da internet que lhes permitem, ao mesmo tempo, cumprir tanto finalidades públicas de conectividade quanto fins privados de comercialização de

¹ Professor Pleno de Filosofia da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC). Doutor em Filosofia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP). E-mail: josil@uesc.br.

dados e veiculação de propaganda. Essa ambiguidade que está na própria raiz do sistema é também fonte de polêmicas. Ao se analisar os impactos das redes na comunicação, as opiniões vão desde a celebração da democratização das comunicações, já que todos podem não só consumir conteúdos, como nas mídias tradicionais, mas também produzi-los; até uma abordagem mais crítica que as veem como uma intensificação dos mecanismos totalitários de manipulação e controle das massas. Diante de visões tão díspares, nos questionamos sobre quais seriam os potenciais emancipatórios das redes sociais ou se seriam apenas uma ferramenta mais sofisticada do capitalismo de exercer vigilância e controle sobre as pessoas. Na tentativa de elucidar essa questão, partimos da teoria do agir comunicativo de Jürgen Habermas como marco categorial capaz de trazer chaves interpretativas para a compreensão desse fenômeno social tão atual quanto controverso. Para tanto, faremos uma breve exposição dos conceitos de agir comunicativo e mundo da vida, em seguida, analisaremos como as redes sociais funcionam e por fim, como elas produzem efeitos na reprodução do mundo da vida através da linguagem.

Agir comunicativo e mundo da vida

Partindo da teoria dos atos de fala elaborada por Austin e Searle e do conceito fenomenológico de mundo da vida, Habermas elabora os fundamentos pragmáticos de sua teoria da linguagem. A teoria dos atos de fala afirma que podemos agir não só fazendo coisas mas também através da linguagem, por exemplo, o simples ato de falar já é um ato locucionário. Este simples ato locucionário pode ser ainda um ato no qual eu me comprometo de alguma forma através da fala, quando, por exemplo, faço uma promessa, uma advertência ou manifesto uma reprovação, nesses casos estaríamos tratando de atos ilocucionários. Mas quando minha ação tem em vista uma terceira pessoa, quando meu ato de fala pretende provocar uma ação no outro, por exemplo, quando me dirijo a uma pessoa e digo: “com licença” – visando que a outra pessoa abra caminho para eu poder passar – atos de fala desse tipo são chamados de perlocucionários. Assim, um ato de fala pode ser, ao mesmo tempo, um ato locucionário de fazer um proferimento (no exemplo: “com licença”), um ato ilocucionário (eu realizo um pedido) e perlocucionário (a outra pessoa atende ou não ao meu pedido). Segundo Habermas, uma diferença importante entre os atos ilocucionários e os atos perlocucionários é que os atos ilocucionários são sempre empregados comunicativamente, ou seja, os falantes estão tentando entender-se entre si sobre algo no mundo. Já os atos perlocucionários podem perseguir não só objetivos comunicativos como também objetivos estratégicos, ou seja, quando o sucesso da ação do falante depende da ignorância do ouvinte quanto aos propósitos velados do falante.

Para Habermas, a finalidade da linguagem é o entendimento e o mesmo só pode ser alcançado quando os falantes harmonizam sem reservas seus planos individuais e buscam, por conseguinte, seus fins ilocucionários. Habermas chama de ação comunicativa o uso da linguagem na construção de um consenso alcançado comunicativamente sob uma base racional. Este acordo intersubjetivo não pode ser forçado por um influxo externo ou mediante o uso da violência, pois, nesse caso, não se trataria de um acordo e sim de uma imposição. Embora também se possa fazer um uso estratégico da linguagem, este só é factível se pelo menos um dos participantes estiver fazendo um uso comunicativo da linguagem. Por isso, Habermas afirma que o uso estratégico da linguagem é parasitário de seu uso comunicativo:

O uso estratégico latente da linguagem vive parasitariamente do uso normal da linguagem, porque ele somente pode funcionar quando pelo menos uma das partes toma como ponto de partida que a linguagem está sendo utilizada no sentido do entendimento. Esse *status* deduzido aponta para a lógica própria, subjacente na comunicação linguística, a qual só tem efeitos coordenadores durante o tempo em que submeter a atividade teleológica dos atores a determinados limites (HABERMAS, 1990, p. 73).

Partindo dessa distinção entre agir comunicativo e agir estratégico, Habermas estabelece uma série características que tornam mais claras as diferenças entre ambos:

a) nos atos ilocucionários a intenção comunicativa se esgota no que o ouvinte entender como manifesto no ato de fala. Aquilo que ele diz ele quer ver entendido como uma saudação, como uma ordem, como uma advertência, etc. Já nos atos de fala com objetivo perlocucionário ocorre o oposto, o fim desejado não se segue do conteúdo manifesto do ato de fala. Este fim só pode ser determinado averiguando-se a intenção do agente;

b) os efeitos perlocucionários têm que fazer referência a um contexto de ação teleológica que vai além do ato de fala. Na seguinte situação: “Quando F (falante) disse a O (ouvinte) que deixava sua empresa, este se aterrorizou (que era o que F pretendia)”, só podemos entender a locução “deixo sua empresa” como perlocucionária se conhecermos a intenção de F (aterrorizar a O);

c) os efeitos ilocucionários têm uma relação interna com o ato de fala enquanto os efeitos perlocucionários permanecem externos ao dito;

d) os fins perlocucionários são algo que o falante, se quer ter sucesso, não pode dar a conhecer, enquanto os fins ilocucionários só podem ser conseguidos fazendo-os expressos. As ilocuções são emitidas abertamente; as perlocuções não podem “confessar-se” como tais (Cf. HABERMAS, 2016, vol. I, p. 502-508).

Se o uso estratégico da linguagem é parasitário de seu uso comunicativo é preciso compreender o suporte de saber implícito que está na base da prática comunicativa cotidiana, ou

seja, para que os falantes possam se entender através da linguagem é preciso que partilhem de um horizonte contextualizador que permita a compreensão das pretensões de validade de cada um deles. Assim, Habermas desenvolveu o conceito complementar de mundo da vida (*Lebenswelt*) ao de agir comunicativo. Talvez uma das melhores definições de mundo da vida seja esta formulação que encontramos no *Discurso Filosófico da Modernidade*:

Ao se entenderem frontalmente acerca de algo num mundo, falante e ouvinte movem-se no interior do horizonte do seu mundo de vida comum; este permanece às costas dos implicados como um pano de fundo holístico, intuitivamente conhecido, não problemático e indissolúvel. A situação de fala é um recorte, delimitado em função de um determinado tema, de um mundo da vida que tanto constitui o *contexto* para os processos de entendimento como coloca *recursos* à sua disposição. O mundo da vida constitui um horizonte e, ao mesmo tempo, oferece um acervo de evidências culturais do qual os participantes da comunicação tiram, em seus esforços de interpretação, padrões exegéticos consentidos. Do mesmo modo a solidariedade dos grupos integrados por valores e as competências de indivíduos socializados pertencem – tal como as suposições de pano de fundo culturalmente adquiridas – aos componentes do mundo de vida (HABERMAS, 2002, p. 416-417).

Nessa caracterização podemos apreender os elementos básicos que compõem o mundo da vida do ponto de vista dos participantes no processo de comunicação: um saber-acerca-de-um-horizonte (a); e um saber-acerca-de-um-contexto (b). Vejamos cada um destes elementos em detalhe.

a) *Mundo da vida como pano-de-fundo* – nesse sentido o mundo da vida constitui um transfundo de uma cena atual, como um estoque de “autoevidências e de convicções inabaláveis, do qual os participantes da comunicação lançam mão quando se encontram em processos cooperativos de interpretação” (HABERMAS, 2016, vol. II, p. 227). Este horizonte do mundo da vida é móvel e se desloca, se contrai ou dilata de acordo com a situação. Uma situação é sempre um fragmento do mundo da vida e constitui, em cada momento, o centro do mundo da vida para os participantes. O mundo da vida constitui assim, um conjunto de certezas não tematizadas que permite a compreensão mútua dos sujeitos.

b) *Saber-acerca-de-um-contexto* – é um saber que um falante pode pressupor no quadro da mesma linguagem e da mesma cultura como um celeiro de saber organizado do qual ele pode lançar mão em determinada situação. Esse saber constitui um acervo de padrões de interpretação que é reproduzido através da tradição cultural e transmitido através da linguagem. Mas tanto a linguagem como a cultura são elementos vivos que estão dispostos a reelaborações e reinterpretções dos sujeitos.

O mundo da vida constitui uma totalidade que está presente na comunicação de modo pré-reflexivo, de tal forma que é vivenciado aproblematicamente como uma certeza imediata que nos é tão familiar que nunca nos questionamos sobre ele. Essa totalidade é inabarcável e jamais pode

ser transcendida pelos sujeitos. Daí porque o mundo da vida não pode ser problematizado em sua totalidade, permanecendo como que “às costas” dos participantes como um horizonte de saber quase-transcendental.

Se por um lado as práticas comunicativas cotidianas formam as condições da reprodução do mundo da vida partilhado pelos falantes, por outro, o agir puramente estratégico pode causar perturbações nessa reprodução. Conforme os meios sistêmicos do poder e do dinheiro desenvolvem mecanismos de ação estratégica sob a forma de meios de comunicação que condensam ou substituem o entendimento linguístico, o espaço de ação comunicativa torna-se cada vez mais reduzido. Exemplos de condensação são a formação de opiniões baseadas no prestígio, ou no saber que alguém possua e cuja credibilidade é aceita acriticamente. Esse potencial é ampliado ainda mais, através dos poderosos meios de comunicação de massa, de todas as formas de publicidade e do bombardeio diário de informações a que estamos submetidos.

Na verdade, como a maior parte da informação em que nos baseamos está fundamentada em conhecimento de segunda mão, adquirido através de um ou mais veículos de comunicação de massa, raramente estamos em condições de contestá-lo. Desse modo, o alcance dos meios de comunicação se amplia, é generalizado, enquanto seu potencial para o diálogo crítico diminui (INGRAM, 1987, p. 168).

Ao lado dos inegáveis avanços que o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa tornou possíveis, cresce também o potencial de manipulação que estes meios oferecem. As tecnologias de comunicação capazes de formar a opinião pública tornam o mundo da vida desnecessário para coordenação das ações. Resta saber se as novas formas de comunicação que se desenvolvem através das redes sociais oferecem um potencial emancipador ou apenas intensificam as formas de colonização do mundo da vida por meio do poder e do dinheiro.

Como funcionam as redes sociais

Quando nos referimos às redes sociais, não nos referimos às redes de relacionamento interpessoal, mas especificamente às redes de relacionamento online, no caso do Brasil, as que possuem maior número de usuários são o WhatsApp, Facebook, Instagram, Google, Youtube, Twitter e Tiktok (que vem crescendo em número de usuários ultimamente). Normalmente se trata de empresas que monopolizam o setor, por exemplo, o Facebook é também dono do WhatsApp e do Instagram, a Google é também proprietária do Youtube. Apenas duas empresas, portanto, controlam praticamente todo setor.

Idealmente, as redes sociais seriam formas horizontais, não hierarquizadas de partilha de informações e ideias através de uma rede descentralizada de relações diretas. Na prática é justamente o oposto. Para começar, podemos nos interrogar de onde vem os lucros dessas

empresas, que estão entre as maiores e mais lucrativas do mundo, já que o uso de seus aplicativos é, em tese, gratuito. Basicamente, os lucros são obtidos através da coleta de informações dos usuários e venda para quem tiver interesse em pagar por elas, sejam empresas ou agentes políticos. Para que seja possível coletar o máximo de informações e que estas sejam transformadas em um formato vendável é preciso que os usuários permaneçam o máximo de tempo possível conectados e que se engajem não só como consumidores, mas também como disseminadores de publicações. Essa nova economia é chamada de economia da atenção e se baseia na coleta e classificação de nossas informações pessoais para extrair determinados padrões que possam ser úteis aos compradores.

Um usuário da internet, por exemplo, produz uma grande quantidade de dados enquanto navega pela rede. Esses dados reunidos durante vários dias permitem compor um padrão de comportamento, informações sobre gostos, cores preferidas, imagens repulsivas ou elementos atrativos da atenção do usuário. (SILVEIRA, 2017, p. 43)

Mas para que essa coleta se tornasse possível, tivemos que renunciar a uma conquista da modernidade: nossa privacidade. “Nesta concepção, talvez a morte da privacidade fosse a purificação social de algo que não gerava negócios, nem empreendimentos tão lucrativos quanto a possibilidade de uso dos dados do cotidiano pessoal” (SILVEIRA, 2017, p. 36). Passa-se a considerar que seja razoável que as empresas e o Estado mantenham seus segredos distantes do público enquanto a vida das pessoas comuns torna-se cada vez mais exposta. Como argumenta Daniel Cohen:

O Facebook introduziu uma inovação que na época foi subestimada: ampliou as discussões bilaterais para discussões múltiplas. A mudança parece pequena, mas perturba a natureza do meio. O mundo digital está rejeitando o que o mundo moderno tem de específico: o direito à intimidade, à privacidade. Em sociedades agrícolas, onde as condições são de superlotação perpétua, a privacidade é ilusória. Foi somente no mundo moderno que surgiu uma “distância segura” (Hannah Arendt) entre uma pessoa e as outras. É essa distância que está diminuindo hoje. O direito ao “esquecimento de si mesmo” também está desaparecendo. Qualquer pessoa que apareça em uma festa maluca aos 20 anos terá que conviver com as consequências para o resto da vida... (COHEN, 2012, p. 128).

Ao lado da liberdade para extrair os dados dos usuários, sem que os mesmos saibam quais as informações que estão sendo extraídas e para quem estão sendo vendidas, as redes sociais também desenvolveram algoritmos capazes de produzir respostas dos usuários de forma a otimizar a classificação dos mesmos em padrões pré-estabelecidos. O engajamento, que, para muitos se reflete nos estímulos a “curtir, comentar e compartilhar” é uma ferramenta poderosa não só para perscrutar as preferências subjetivas, mas também para que as pessoas se tornem participantes ativos recrutando outras para que também se engajem.

O tipo de engajamento que buscam os aplicativos implica uma certa atividade por parte do usuário. Na realidade, nada, uma bobagem. Um gesto simples e repetitivo que não custa nada, que se faz quase sem pensar. De fato, o tipo de gesto que se

automatiza com o tempo, criando uma rotina. O tipo de rotina que se ativa sem nos darmos conta e que, repetida várias vezes, acaba executando-se até quando nós não queremos. Quando é boa chamamos hábito. Quando é má, vício (PEIRANO, 2019, p. 15).

A partir das características esboçadas até aqui, podemos perceber que as redes sociais atuam de modo estratégico, buscando acumular dinheiro e poder através da extração de informação da e manipulação do comportamento dos usuários. Este processo tem maior êxito quanto menos os usuários forem capazes de se darem conta de como ocorre. É por isso que o segredo mais bem guardado da coleta e classificação de dados é o algoritmo por traz disso tudo. Para usar uma analogia de uma antiga tecnologia de comunicação, imaginemos um sistema de correios. Em um plano ideal o sistema de correios é o responsável por garantir o sigilo das correspondências e que as mesmas cheguem aos seus destinatários. Agora vamos imaginar que o serviço de correios funcionasse como uma rede social. Os funcionários leriam todas as correspondências, anotando cuidadosamente informações que considerassem úteis (endereço, com quem se corresponde, com que frequência, etc.). De posse dessas informações, definiriam quais cartas deveriam chegar aos destinatários e quais não, que tipo de informes publicitários seriam selecionados para cada público específico e mediriam a eficácia dos mecanismos de modelagem do comportamento através das correspondências enviadas. Pode parecer um completo absurdo que um serviço de correios funcionasse dessa maneira, mas é exatamente assim que as redes sociais e a maioria dos serviços de e-mail funcionam.

Se o agir estratégico determina a lógica das redes sociais, seriam eles capazes de determinar também o comportamento dos usuários? A intenção das empresas é exatamente essa, pois elas têm interesses políticos e econômicos bem definidos e atuam como influenciadoras globais interferindo desde a venda de produtos até as eleições presidenciais. Uma das pautas das empresas como Google e Facebook é impedir a regulamentação de suas atividades. Por exemplo, que os motoristas que atuam como Uber tenham os mesmos direitos que um trabalhador assalariado, tais como seguridade social, férias, etc. Qualquer político que defenda tais pautas será considerado um inimigo das corporações, que atuarão fortemente para seu fracasso eleitoral e para vitória dos que defendem as pautas das empresas. A influência das redes sociais em eleições em várias partes do mundo é uma realidade já bastante documentada. Mas permanece a questão se os usuários poderiam driblar o sistema e fazer um uso comunicativo das redes sociais. Este é uma problema bastante complexo, pois envolve as formas de reprodução do mundo da vida que, apesar das redes, se desenvolve em várias esferas da vida social e cultural.

As redes sociais, como qualquer outro meio sistêmico, esperam controlar o comportamento dos usuários através de mecanismos de estímulo e gratificação em que cada um é, ao mesmo tempo, avaliador e produtor de conteúdo. Quando se trata de pessoas das quais queremos o reconhecimento ou a atenção, tendemos a avaliar positivamente as postagens, o mesmo se aplica a amigos e familiares. Outros tipos de postagens receberão aprovação ou rechaço por suas pautas sexuais, políticas, ideológicas, etc. Da mesma forma, quando postamos algo, esperamos que tenha uma boa performance, isto é, que receba muitas curtidas, comentários e compartilhamentos. Rapidamente, percebemos quais são as postagens que mais agradam e tendemos a nos fixar nelas, não necessariamente de modo consciente. Em geral, as postagens que repercutem mais são aquelas que trazem um forte conteúdo emocional que despertam sentimentos de ódio, indignação ou medo. Instintivamente, evoluímos para prestar mais atenção nos sinais de perigo do que nas tardes ensolaradas a beira-mar. Quanto mais tais conteúdos repercutem, mais eles são disseminados na rede e maior engajamento provocam, seja a favor ou contra. Com o passar do tempo, o algoritmo já tem elementos suficientes para modelar o seu perfil e vai colocá-lo em uma “bolha”, ou seja, um circuito de relações fechado em que as pessoas que vêem as suas postagens e de quem você recebe são sempre as mesmas e que só reforçam o que você pensa, seu estilo de vida e suas visões de mundo. Estando em um ambiente em que todos reforçam e apoiam você, dificilmente alguém abandonaria esse circuito para entrar em outro totalmente hostil, aliás, nem pode. Como no sistema não há desperdício de dinheiro, você nunca receberá a mesma propaganda que sua prima de orientações políticas opostas as suas. No entanto, o comportamento dela estará sempre sendo reforçado nas redes dela, assim como ocorre nas suas. O resultado, que já faz parte do nosso cotidiano, são as famílias fragmentadas e fortemente polarizadas por conta das redes. O incrível desse processo é que as pessoas tendem a achar que as opiniões e atitudes são delas e não que foram fabricadas. Na verdade, há parte de razão em se pensar assim, já que ao interagir na rede social buscamos os efeitos performativos que se traduzem em recompensas simbólicas como número de seguidores, curtidas, etc. Portanto, estou ativamente usando o algoritmo para produzir os efeitos desejados. Assim, uma pessoa que nunca teve uma arma ou foi adepta do veganismo, pode tornar-se um ardoroso defensor do armamento individual ou contra o consumo de carne se isso a colocar em um grupo em que será bem tratada e reconhecida por suas posições firmes e sensatas.

É claro que existem pessoas que fazem um uso comunicativo das redes para conversar com amigos, parentes ou colegas de trabalho, mas esse uso comunicativo não é algo

proporcionado pelas redes, já existia antes através de meios diretos e privados como telefone, sistemas de trocas de mensagens e fóruns online. Ou seja, ao contrário da definição de agir estratégico de Habermas, nas redes sociais o uso comunicativo é parasitário do seu uso estratégico. O objetivo do sistema é manipular as pessoas e não gerar consensos e, quando é bem sucedido, é exatamente o que ele faz.

Redes sociais e colonização do mundo da vida

O uso estratégico da linguagem, obviamente, não nasceu com as redes sociais, elas apenas são uma sofisticação desse processo. Um dos paradoxos da modernidade é que ao tempo em que permitiu uma maior racionalização e emancipação do mundo da vida, também intensificou as perturbações em sua reprodução simbólica através do desenvolvimento dos subsistemas poder e dinheiro. Segundo Habermas, na modernidade há um processo crescente de racionalização do mundo da vida marcado pelo progressivo cancelamento das relações de coerção por procedimentos consensuais alcançados discursivamente.

Não obstante, tal desenvolvimento faz parte da diferenciação estrutural do mundo da vida – nele se espelha, de um lado, a autonomização dos componentes sociais do mundo da vida, portanto, do sistema de instituições que se tornam independentes da cultura e da personalidade; de outro lado, ele manifesta a tendência segundo a qual as ordens legítimas se tornam cada vez mais dependentes dos procedimentos formais de criação e justificação das normas (HABERMAS, vol. II, p. 315-316).

A concomitante racionalização do mundo da vida e do sistema permite que o direito já não se oriente pela legitimidade da tradição, mas pela administração profissionalizada composta de quadros com formação jurídica cuja legitimidade é assegurada pelo princípio de soberania popular. A esta institucionalização do direito acompanha uma desinstitucionalização da moral que, na sociedade moderna, fica reduzida a uma questão privada. Com a crescente racionalização do mundo da vida, a ação comunicativa vai se emancipando das orientações particulares de valor. As ações que antes eram reguladas pela obediência ao líder do grupo, ou por critérios religiosos e convencionais passam a ser reguladas por processos de entendimento. Ao mesmo tempo, o mundo da vida que a princípio é coextensivo com o sistema social vai se tornando progressivamente um subsistema ao lado dos outros conforme os meios deslinguistizados do poder e dinheiro vão ocupando os espaços que antes pertenciam ao mundo da vida. Esse processo corresponderia ao diagnóstico que Weber faz da modernidade, segundo o qual as esferas da administração racional e da empresa capitalista vão se tornando independentes dos fundamentos prático-morais da

sociedade tradicional. Esse processo é responsável pelo paradoxo do desenvolvimento histórico universal de Ilustração:

A racionalização do mundo da vida intensifica a complexidade do sistema, atingindo um ponto em que os imperativos do sistema, libertos, detonam a capacidade hermenêutica do mundo da vida, instrumentalizando-o (HABERMAS, vol. II, p. 281).

Frente aos âmbitos de organização sistêmica que são o Estado e o mercado, o mundo da vida adota a forma de vida privada e esfera pública. Do ponto de vista sistêmico, os atores assumem os papéis de trabalhador e de cliente da administração pública, estes se desligam “dos contextos do mundo da vida e adaptam seu comportamento a campos de ação organizados formalmente” (HABERMAS, vol. II, p. 578). É a dominação dos imperativos sistêmicos sobre o mundo da vida que provocam a colonização do mundo da vida.

Pois no instante em que os imperativos dos subsistemas autonomizados conseguem levantar seu véu ideológico eles se infiltram no mundo da vida a partir de fora – como senhores coloniais que se introduzem numa sociedade tribal –, impondo a assimilação; ademais, as perspectivas difusas da cultura autóctone não se deixam coordenar num ponto que permita entender, a partir da periferia, o jogo desenvolvido pelas metrópoles e pelo mercado mundial (HABERMAS, vol. II, p. 639).

Com o advento da internet, havia a expectativa de que a comunicação pudesse se tornar mais descentralizada, plural e democrática. Mas logo as empresas capitalistas viram aí um potencial para uma colonização adicional e aprimoramento do sistema capitalista. Shoshana Zuboff denomina esta nova forma de *Capitalismo de vigilância*, este se caracteriza como “uma nova ordem econômica que reivindica a experiência humana como matéria-prima gratuita para práticas comerciais ocultas de extração, previsão e vendas” (ZUBOFF, 219, p. 8). Ora é justamente isso que as redes sociais fazem, intensificando a vigilância e o controle das pessoas visando modelar seus comportamentos e ampliar o poder do Estado, na medida em que nossas ações e palavras são monitoradas o tempo todo. Ao invés da utopia da internet como uma ágora global em que todos poderiam expor livremente seus argumentos em um diálogo livre de coerção, temos a realidade distópica em que as pessoas são rotuladas e confinadas em grupos que tendem a se tornar cada vez mais homogêneos, com o cancelamento dos discordantes e radicalização de suas posições frente a outros grupos vistos como potencial ameaça a ser eliminada. Estes “consensos forçados” otimizam os mecanismos de manipulação, já que ajudam a criar modos de vida que se traduzem tanto em preferências de consumo quanto políticas. Portanto, as redes sociais não contribuem para tolerância e convívio democrático, pelo contrário, tendem a favorecer posições mais fanatizadas e extremas, mesmo que não intencionalmente.

O efeito que tem a reagrupação algorítmica (...) é patente nas recomendações de grupos em guerra com a realidade. Se você se une ao que defende que a Terra é plana, em seguida receberá convites para o de que a fumaça dos aviões propaga doenças, de que o homem nunca pisou na lua e que as vacinas são más, mas a homeopatia cura. Os grupos geram

um entorno de consenso permanente, isolado do mundo real, onde a credulidade dentro do círculo é máxima, e fora do círculo é nula. O caráter de pertencimento se reforça em torno da recusa “do outro” e deriva em racismo, genocídio, extermínio e desumanização (PEIRANO, 2019, p. 230).

Habermas não chegou a desenvolver uma análise acabada dos efeitos adicionais das redes sociais na colonização do mundo da vida, mas podemos inferir a partir de suas análises que o capitalismo de vigilância tende a intensificar o que ele denominou de “patologias do mundo da vida”. Ou seja, perturbações no processo de reprodução simbólica do mundo da vida que podem gerar patologias que se manifestam como fenômenos de crise dos seus componentes estruturais que se expressam como perda de sentido no âmbito cultural; como anomia no âmbito da sociedade e como psicopatologias no âmbito pessoal. Tais efeitos são ainda mais dramáticos quando pensamos particularmente em jovens e adolescentes cuja busca por reconhecimento e formação de identidade, os torna mais vulneráveis às pressões de exclusão e rejeição dos grupos, pois é muito difícil ver que enquanto passamos por problemas e dificuldades, a vida dos outros parece sempre linda e maravilhosa nas redes sociais.

Conclusão

A teoria da ação comunicativa permite uma análise crítica das redes sociais que atuam como uma reificação adicional do mundo da vida. Embora Habermas receba várias críticas por fazer uma separação radical entre agir comunicativo e agir estratégico, quando na vida cotidiana, esses elementos por vezes se misturam e a reprodução simbólica do mundo da vida se dê também por meios estratégicos, o valor heurístico de tais conceitos é inegável. Ao se pensar nas redes sociais dentro do marco categorial do uso performativo da linguagem, fica patente os efeitos patológicos que as mesmas provocam na reprodução do mundo da vida. Os sintomas dessas patologias são cada vez mais visíveis e empiricamente constatáveis como a correlação entre presença das redes sociais e recusa em se vacinar, por exemplo. Cada vez mais, as redes sociais desenvolvem subculturas descoladas da realidade e refratárias ao diálogo democrático. Dessa forma, a socialização e transmissão da tradição cultural ficam comprometidas dando lugar às comunidades artificialmente fabricadas. Paulatinamente, as sociedades democráticas vão se dando conta dos riscos da formação da opinião pública através dos disparos em massa via redes sociais. Se tal consciência crescerá a ponto de abandonarmos as redes privadas e voltarmos a usar redes descentralizadas de software livre e o uso de tecnologias que protejam nossa privacidade e liberdade contra os poderes políticos e econômicos ou se seguiremos com a opinião de que a colonização e reificação do mundo da vida é um preço aceitável a se pagar pela nossa dose diária

de curtidas, só o tempo dirá. Por enquanto, o capitalismo de vigilância tem triunfado fragorosamente sobre os destroços do ideal de emancipação do projeto da modernidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COHEN, D. *Homo Economicus: prophète (égaré) des temps nouveaux*. Paris: Albin Michel, 2012.

HABERMAS, J. *O discurso filosófico da modernidade*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

HABERMAS, J. *Pensamento pós-metafísico*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1990.

HABERMAS, J. *Teoria do agir comunicativo I: racionalidade da ação e racionalidade social*. São Paulo: Martins Fontes, 2016.

HABERMAS, J. *Teoria do agir comunicativo II: sobre a crítica da razão funcionalista*. São Paulo: Martins Fontes, 2016.

INGRAM, D. *Habermas e a dialética da razão*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1993.

PEIRANO, M. *El enemigo conoce el sistema*. Madrid: Editorial Debates, 2019.

SILVEIRA, S. A. *Tudo sobre tod@s: redes digitais, privacidade e venda de dados pessoais*. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2017.

ZUBOFF, S. *The age of surveillance capitalism*. New York: Hachette Book Group, 2019.