DA ÉTICA DISCURSIVA À ÉTICA DA AÇÃO ESTRATÉGICA UMA INTRODUÇÃO AOS CONCEITOS DE AÇÃO NA SOCIOLOGIA DA ECONOMIA

Antonio Carlos Freddo
Universidade Católica de Santos

Luís Caramés Viéitez
Cátedra Bolívar
Universidade de Santiago de Compostela

Resumo

O presente texto é introdutório à análise da ética implícita na ação estratégica e na ação instrumental conforme analisada por Habermas. O texto aborda a ação estratégica enquanto forma de ação social atuando em conjunto com a ação instrumental, forma de ação não-social orientada ao êxito, que pode ser lida, de acordo com Weber, como uma forma "natural" de ação implícita na sociologia econômica e, em Habermas, como ação orientada ao êxito, considerada sob o aspecto da observância de regras técnicas de ação e intervenção de um sujeito sobre outro sujeito, enquanto a ação discursiva é uma forma de ação orientada ao entendimento entre os sujeitos.

Palavras-chave

Ética discursiva, ação estratégica, ação instrumental, racionalidade, Habermas, Austin.

Abstract

This text is an introduction to the analysis of the ethics implicit in the estrategic action and in the functional, or instrumental, action, according to Habermas. The text analyses the strategic action as a type of social action, acting together and in accordance with the instrumental action, a type of non-social exit oriented action that can be read in accordance with Weber as a "natural" form of action implicit in the economic sociology, and in accordance with Habermas, as an exit oriented action, considered under the observance of technical rules of action and intervention among subjects, while the discoursive action is a form of action oriented to the understanding among subjects.

Keywords

Discoursive ethics, strategic action, instrumental action, rationality, Habermas, Austin.

DA ÉTICA DISCURSIVA À ÉTICA DA AÇÃO ESTRATÉGICA[1] UMA INTRODUÇÃO AOS CONCEITOS DE AÇÃO NA SOCIOLOGIA DA ECONOMIA

Antonio Carlos Freddo
Mestrado em Gestão de Negócios
Universidade Católica de Santos

Luís Caramés Viéitez
Cátedra Bolívar
Universidade de Santiago de Compostela

A Teoria da Ação Comunicativa, conforme proposta por Habermas, diz respeito à racionalidade envolvida na ação social, aquela que se dá entre sujeitos, mediada pela linguagem. A Teoria da Ação Comunicativa está orientada ao entendimento e está comprometida com o interesse emancipatório do sujeito.

Por envolver a linguagem como mediadora da ação entre "sujeitos" falantes, essa forma de ação requer o cumprimentos de alguns requisitos, que fundamentam a busca de sentido proposta pela Teoria da Ação Comunicativa quando dois ou mais sujeitos entabulam uma "conversa", quer seja, aquilo que aqui chamaremos de "comunicação livre de coerção", sendo que tais requisitos, a verdade, a retidão e a sinceridade, por parte do sujeito inserido no papel de agente da fala, ou do discurso, referem-se aos seguintes aspectos da realidade em que o sujeito se insere:

> 1 - a *verdade* está relacionada com a representação, com a interpretação, que o sujeito faz, de dados estados de coisas ou fatos, pertencentes ao mundo objetivo da natureza externa,
> 2 - a *retidão* se refere estabelecimento de relações interpessoais, normativamente restabelecidas entre os sujeitos, que se dão no mundo social das ações reguladas por

[1] Texto preparado dentro das atividades programadas de estágio pós-doutoral em Sociologia da Economia, na Facultade de Ciencias Económicas e Empresariais da Universidade de Santiago de Compostela, Departamento de Economia Aplicada, sob a supervisão de Luís Caramés Viéitez.

normas,
3 - a *sinceridade*, ou *veracidade*, diz respeito às expressões, por parte do sujeitos, de suas vivências subjetivas, que representam a natureza interna do sujeito.

Pode-se, ainda, fazer a seguinte análise, no que se refere a tais pretensões de validez:

1- a *verdade* diz respeito ao conteúdo proposicional, cognitivos, dos atos de fala constatativos que o sujeito emite (ou fala),
2 - a *retidão* diz respeito às relações interpessoais estabelecidas pelo sujeito, referindo-se, pois, a atos de fala regulativos da comunicação interativa,
3 - a *sinceridade*, ou *veracidade*, diz respeito às intenções do sujeito que fala, no que se refere aos atos de fala representativos por meio dos quais o sujeito se expressa.

A relação que se dá entre sujeitos, na sociedade, e que se insere em uma estrutura de interação comunicativa, introduz-se a idéia central de Habermas, a partir da Teoria da Ação Comunicativa, de que a emancipação do homem é uma possibilidade que pode ocorrer pela intermediação de uma razão discursiva, que atuaria por meio de um discurso livre de qualquer tipo de coerção, interna ou externa, levando seus sujeitos à verdade, à autenticidade e à justiça. A Teoria da Ação Comunicativa é, pois, uma ação social com intenção de levar os agentes à compreensão livre de qualquer coerção, onde o "agente" é um sujeito capaz de linguagem e conhecimento e, portanto, responsável por suas ações, ações essas que são comportamentos que podemos entender como intencionais.

Parte-se, aqui, da possibilidade de se conduzir uma análise sociológica a partir de uma teoria crítica da sociedade, cujo enfoque teórico e metodologia de análise vem a ser a Teoria da Ação Comunicativa conforme proposta por Habermas, em que se analisa a tríplice dimensão da verdade dos fatos, da autenticidade do sujeito e da legitimidade das ações (ou da justiça das normas).

Uma análise sociológica sob a ótica da Teoria da Ação Comunicativa comportaria uma interpretação de três enfoques da vida social e política. Tal interpretação seria, assim:

a) empiricamente fundamentada,

b) práticamente interpretativa, e
c) éticamente ilustrativa.

Tal análise mostraria como uma abordagem crítica da sociedade poderia auxiliar os sujeitos a antecipar e se opor a todo e qualquer obstáculo ao desenvolvimento da autonomia pessoal, da cooperação social, do discurso democrático e da influência (sendo esta vista como o poder exercido por um sujeito sobre o comportamento e as crenças de outro sujeito).

Há que se pressupor que, nas mais diversas esferas da sociedade, nas quais sujeitos realizam dois tipos de ação, uma ação social e outra, ação não-social, ambas orientadas ao êxito do sujeito que desempenha o papel de agente da ação, um tal enfoque permitiria uma análise da fala, que fundaria um *procedimento ideológico de fala*, que, por sua vez, ao fundar-se em um conceito instrumental de razão, poderá ser vista como um processo de comunicação distorcida, apresentando-se ao mundo vivido do sujeito como um *discurso*, e que, como discurso pode, pois, ser manipulado intencionalmente, como veremos a seguir.

Não nos esqueçamos que a razão instrumental é a razão que se encontra voltada para o domínio e o controle da natureza, para o desenvolvimento e a reprodução das forças produtivas, para o desencantamento do mundo que nos cerca. Trata-se daquela forma de ação não-social, orientada ao êxitos dos sujeitos que se põem como seus agentes. A razão instrumental é aquela razão que, "sujeito da história individual e coletiva do homem, em Kant e Hegel, converte-se, na leitura de Horkheimer e Adorno, em uma razão alienada, que se desviou de seu objetivo emancipatório original, transformando-se em seu contrário: a razão instrumental, o controle totalitário da natureza e a dominação incondicional dos homens"[2].

Esse discurso vai se caracterizar por "falsificar" uma das situações exigidas pela Teoria

2. Barbara Freitag, *A Teoria Crítica*: ontem e hoje, p. 35. continua a autora, que "a essência da dialética do esclarecimento consiste em mostrar como a razão abrangente e humanista, posta a serviço da liberdade e emancipação dos homens, se atrofiou, resultando na razão instrumental".

da Ação Comunicativa enquanto expressão de uma ação orientada ao entendimento livre de coerções, isto é, enquanto processo argumentativo de fala, influenciando os sujeitos a assumirem uma identidade "exterior", "alienada" e "objetivante", em uma relação em que se pressupõe, portanto, que os valores impostos pela fala, na forma de um "discurso", mascaram as relações entre os mundos objetivo, social e subjetivo.

A este respeito, tece-se a seguinte análise:

> 1 - o *mundo objetivo*, que diz respeito à representação de estados de coisas e objetos que representam a realidade externa do sujeito, com a qual ele tem uma atitude objetivante,
> 2 - o *mundo social*, que diz respeito à normatividade das relações interpessoais, onde o sujeito, adota uma atitude de conformidade com as normas,
> 3 - o *mundo subjetivo*, que refere-se à expressão das vivências subjetivas do sujeito, as quais ele tem acesso privilegiado; é a esfera do mundo onde o sujeito, por adotar uma atitude expressiva, se apresenta a sí mesmo.

A fala manipulada desvirtua, assim, uma das condições da fala não manipulada, quer seja, as condições de verdade, de retidão e de veracidade, onde:

> a) *verdade* diz respeito às referências que o sujeito faz quanto à representação de estados de coisas e objetos que representam a realidade externa em que se insere,
> b) *retidão* refere-se à exatidão, à correção e ao respeito às normas que medeiam as relações interpessoais estabelecidas pelo sujeito, e
> c) *veracidade*, que se refere à sinceridade do sujeito quanto à expressão de suas vivências subjetivas,

conforme anteriormente exposto.

Basta, pois, que uma, e apenas uma, dessas condições seja desvirtuada, seja manipulada, seja falsificada, para que todo o processo comunicativo assuma a condição de um processo comunicativo manipulado.

Assim, por exemplo, a quebra do requisito de verdade leva, automaticamente, à quebra dos requisitos de retidão e veracidade, pois quem mente sobre um dado do mundo objetivo das coisas e dos objetos, não pode estar sendo correto no que respeita às normas de conduta interpessoais e não pode estar sendo sincero no que se refere às suas próprias vivências

subjetivas.

É nesse sentido que mostra-nos Habermas, conforme a Figura 1, a seguir, que não importa em que situação estejam inseridos, dois sujeito que falam, ou conversam, um com o outro, estão envolvidos em uma forma de ação, quer seja ela orientada ao êxito, quer seja ela orientada ao entendimento.

Vemos, nessa figura, que a sociedade moderna comporta, basicamente dois tipos de ação: aquela orientada ao êxito, que por sua vez comporta duas situações de ação, uma não-social e outra social, e aquela ação orientada ao entendimento, que comporta uma só situação, que é a ação social.

A ação não-social, orientada ao êxito, à qual chamamos de ação instrumental, funda-se na razão instrumental, conforme exposta anteriormente, sendo que, para Habermas, a ação instrumental é aquela ação orientada ao êxito, considerada sob o aspecto da observância de regras técnicas de ação e avaliado seu grau de eficácia na intervenção em um dado estado físico[3] pertencente ao mundo objetivo, enquanto considerado como a totalidade dos estados de coisas existentes, ou que podem apresentar-se, ou serem produzidos, mediante uma adequada intervenção[4] do sujeito.

A ação *social* orientada ao êxito, é aquela que chamamos de ação estratégica. Para Habermas, a ação teleológica se amplia e se converte em ação *estratégica* quando, no cálculo que o agente faz de seu êxito, intervém a expectativa de decisões de pelo menos outro agente que também atua com vistas a realização de seus próprios propósitos”[5].

Para o autor, pois, à uma ação orientada ao êxito chama-se de estratégica quando ela é

3. Jürgen Habermas. “Aspekte der Handlungsrationalität”, p. 459-460.
4. Idem. *Theorie des kommunikativen Handelns*: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung, p. 130.
5. Idem. Jürgen Habermas, *Theorie des kommunikativen Handelns*, p. 127, v. 1.

considerada de acordo com a observância de regras de escolha racional, e avaliado o grau de eficiência obtido na tentativa de influenciar as decisões de outro sujeito. A ação estratégica se aplica às ações sociais em que os sujeitos se regem por regras de escolha racional, levando em conta as conseqüências que podem ter nas decisões de um outro sujeito[6].

Na ação estratégica "o êxito não se mede pela manipulação orientada a um fim, de algo no mundo, mas pela influência indireta sobre as decisões de um oponente que aparece como competidor"[7].

A ação estratégica se aplica, portanto, às ações sociais em que os indivíduos se regem por regras de escolha racional, levando em conta as conseqüências que podem ter nas decisões de um outro sujeito. Isso significa dizer que, no cálculo que um indivíduo faz de seu próprio êxito, há uma expectativa quanto às decisões de pelo menos um outro indivíduo que também atua, em algum grau, com vistas à realização de seus próprios propósitos[8].

Já a ação social orientada ao entendimento diz respeito ao interesse desta discussão, qual seja, a ação comunicativa, que como dissemos no início deste capítulo, trata-se daquela ação que se dá entre sujeitos, mediada pela linguagem, e que está orientada ao entendimento e que está comprometida com o interesse emancipatório do sujeito.

---

6. Jürgen Habermas. *Theorie des kommunikativen Handelns*: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung, p. 127.

7. Ibid. p. 277. [(Beim strategischen Handeln. ... Dabei bemißt sich allerdings) der Erfolg nicht an der zielgerichteten Manipulation von etwas in der Welt, sondern an der indirekten Einflußnahme auf die Entscheidungen eines konkurrierenden Gegenspieler.]

8. Ibid, p. 127.

Figura 1 - Tipos de Ação

Orientação da Ação / Situação da Ação	orientada ao êxito	orientada ao entendimento
não-social	ação instrumental	—
social	ação estratégica	ação comunicativa

Fonte: Jürgen Habermas, *Theorie des kommunikativen Handelns*. Handlungsrationalität und Gesellschaftliche Rationalisierung, v. 1, p. 384, Fig. 14 - Handlungstypen (Tradução minha).

Entretanto, a ação orientada ao entendimento é vista aqui como um caso particular, pois todos aqueles que estão envolvidos em uma "conversa" querem, de uma forma ou de outra, impor sua opinião, suas próprias percepções, suas próprias vivências, seu modo de vida.

Assim, dois sujeitos que "conversam" estão envolvidos em uma ação social, orientada ao êxito de cada um, onde um vai tentar influenciar o outro. Esses sujeitos não estão envolvidos em uma ação comunicativa. Eles estão, isto sim, estão envolvidos em uma ação estratégica. Mesmo que não saibam disso.

O que se espera, aqui, é caracterizar a ação comunicativa como aquela forma de ação social regida pela razão discursiva que, por ser um processo argumentativo no qual dois ou mais sujeitos se põem de acordo sobre questões relacionadas com a verdade, a justiça normativa e a autenticidade, aparece, assim, como uma possibilidade de diálogo, livre de qualquer tipo de coerção, e onde os sujeitos envolvidos, sem manipulação e com a consideração de evidências e justificações apropriadas, podem aceitar, sem dominação e livremente, a veracidade das declarações que se faz, ou a legitimidade das posturas que se pretendem verdadeiras ou corretas.

Aquilo que Habermas chama de pretensões de validez[9], quer seja, verdade (Wahrheit), retidão/correção/exatidão (Richtigkeit) e sinceridade/veracidade (Wahrhaftigkeit), no que concerne à Teoria da Ação Comunicativa, devem sempre estar presentes nos atos de fala.

Examinemos isso que Habermas chama de pretensões de validez:

> 1- a *verdade* diz respeito à representação, à interpretação, à descrição de estados de coisas e de fatos, que se referem aos fenômenos do mundo objetivo, isto é, à natureza externa do sujeito, e que estão presentes nos atos de fala,
> 2 - a *retidão*, ou *correção*, ou *exatidão*, diz respeito ao estabelecimento de relações interpessoais, por parte do sujeito que fala, e dizem respeito às normas sociais pelas quais o sujeito pauta sua conduta,
> 3 - a *sinceridade*, ou *veracidade*, diz respeito às expressões de vivência subjetiva do sujeito e manifestam, nos atos de fala, a subjetividade, a natureza interna do sujeito.

A ausência de uma dessas pretensões de validez anula a autenticidade do processo comunicativo, pois insere um componente coercitivo: a falta de uma das pretensões de validez implica em que um dos sujeitos inseridos no processo de comunicação está, intencionalmente ou não, *mentindo* ou sendo *falso* em suas declarações.

Habermas nos mostra, pois, o que ele chama de "modelo lingüístico da pragmática universal", onde se pode deduzir, a partir do que foi exposto acima, os componentes de uma ação comunicativa livre de qualquer tipo de coerção, isto é, de um processo de comunicação entre dois ou mais sujeitos, onde a manipulação, a mentira, a dominação, não estão presentes.

Pode-se perceber, ainda, que, no que se refere à uma racionalidade comunicativa, ou racionalidade discursiva, o fator mais importante, no que diz respeito à esfera da realidade, é a natureza interna dos sujeitos, já que ela, por se tratar da subjetividade, das vivências do sujeito, das emoções do sujeito, das percepções do sujeito com relação ao mundo externo, e à

9. A tradução dos termos é minha. Optei por apresentação algumas possibilidade de tradução dos termos alemães para o português, pois eles não apenas demonstram as possíveis traduções, como complementam a compreensão dos termos utilizados por Habermas, assim como complementam a postura do sujeito que cumpre o papel de agente da fala (ou do discurso).

sociedade, portanto, põe em "discussão" justamente a sinceridade, ou veracidade, dos sujeitos enquanto envolvidos na ação.

Figura 2 - Modelo lingüístico da pragmática universal

esfera (*ou* dominio) da realidade	forma dos fenômenos com referência à realidade	pretensões de validez implícitas	funções gerais do ato de fala
natureza externa	objetividade	verdade	representação (exposição, interpretação, caracterização, descrição) de estados de coisas (fatos)
sociedade	normatividade	retidão (correção, exatidão)	estabelecimento de relações interpes-soais
natureza interna	subjetividade	sinceridade (veracidade)	expressão de vivências subjetivas
linguagem	intersubjetividade	inteligibilidade (compreensibilidade)	— — —

Fonte: "Was heißt Universalpragmatik?", In: *Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns*. 3. Aufl. Frankfurt am Main:Suhrkamp, 1989, p. 440, Fig. 16. Das universalpragmatische Sprachmodell. (Tradução minha).

Pode-se ver, analisar, a seguir, a dinâmica da ação social, principalmente a dinâmica da ação estratégica,aquela em que um sujeito, intencionalmente, busca influenciar o comportamento de um outro sujeito, com o intuito de obter a anuência para a consecução de seus propósitos.

O aspecto mais relevante que se apreende da leitura da Figura 3, é que o movimento social no qual todos nós nos inserimos, queiramos ou não, é a ação estratégica, na qual estamos involucrados na situação de, ou um engano consciente, ou de um engano inconsciente.

Isto significa dizer que, na ação estratégica, estamos, sempre, ou sendo enganados por alguém, ou nos enganando a nós mesmos.

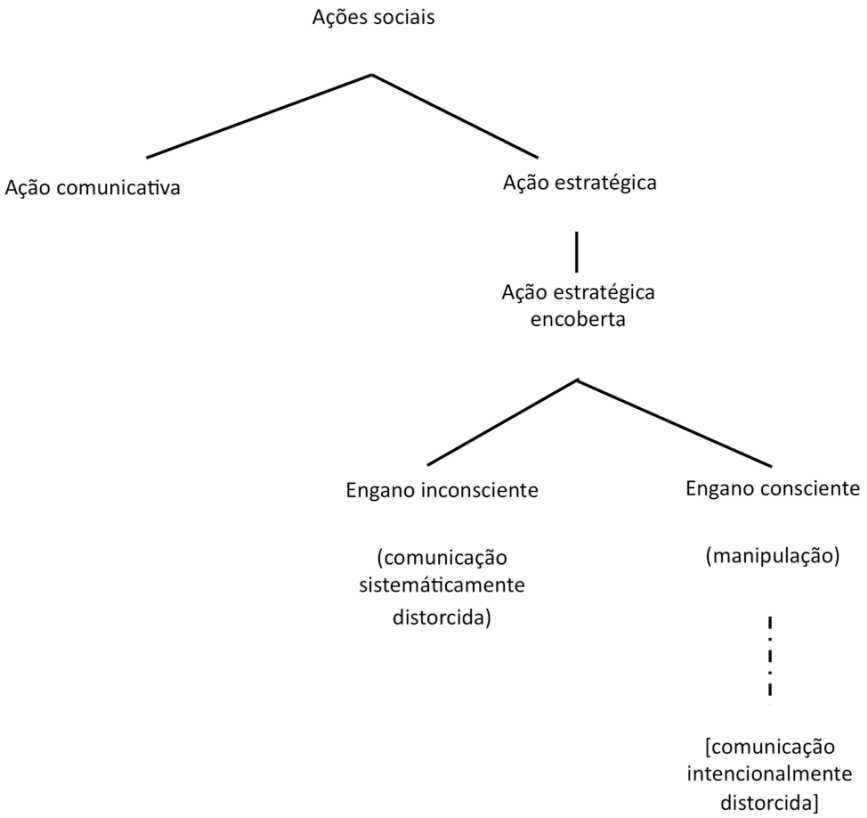
Por outro lado, o deslocamento da ação estratégica para a ação comunicativa, aquela

ação livre de sanções e com vistas ao entendimento, nos mostra que há possibilidade de nos afastarmos da coerção imanente ao processo de comunicação embasado na ação estratégica.

É aqui que, veremos, entra em ação, ações comunicativas, quer seja, a ética discursiva, que trataremos no final desta parte.

A figura a seguir mostra o percurso da ação social orientada ao êxito.

Figura 3 - As formas assumidas pela ação estratégica



Fonte: Jürgen Habermas, *Theorie des kommunikativen Handelns*. Handlungsrationalität und Gesellschaftliche Rationalisierung, v. 1, p. 446, Fig. 18 (Tradução minha).

Vê-se, na Figura 3, acima, que a ação estratégica, quando tomado seu conceito, como já o vimos, apresenta-se na forma de uma ação estratégica encoberta, que, por sua vez, apresenta-se ao sujeito na forma de um engano inconsciente, que se dá por meio de uma

comunicação sistematicamente distorcida, onde o sujeito é enganado por um sujeito que, por sua vez, está enganado quanto ao que fala com relação quer seja ao mundo objetivo, quer seja ao mundo social, quer seja quanto ao mundo subjetivo. Trata-se dos meros enganos, da ilusão.

A ação estratégica apresenta-se, ainda, ao sujeito, na forma de um engano consciente, isto é, na forma de uma manipulação intencional do processo comunicativos, na forma de uma manipulação intencional dos atos de fala, onde o sujeito que se apresenta como o agente do discurso, manipula intencionalmente os atos de fala constitutivos da comunicação. Este é o caso dos subterfúgios, da fraude. São atos de fala que buscam a anuência, a concordância, a mudança de comportamentos.

Do exposto, é interessante perceber que uma das funções da ação estratégica, enquanto forma de ação inserida na relação, ou mediadora da ação, entre dois sujeitos, está presente no ambiente interno das organizações. Salientando que a organização pode ser considerada como uma estrutura de comunicação interativa, a ação estraégica tem a finaldade de propiciar a cooperação, por parte dos sujeitos, cooperação está que será alcançada por meio da dominação, já que a intenção de um dos sujeitos envolvidos na ação é alcançar o sucesso de sua ação. Saliente-se, aqui, que, por *dominação* deve-se entender a manipulação das angústias reprimidas, das frustrações, das necessidades, dos desejos não realizados, do sujeito, de modo a se obter dele cooperação rumo a objetivos específicos e pré-definidos, por meio da execução de tarefas que, basicamente, propiciam uma satisfação que é, ilusoriamente, maior que o desconforto existente na sua realização. A ação estratégica se reveste, aqui, de uma "racionalidade iluminista", que molda o pensamento de modo que este se acomode ao objetivo da submissão, inclusive nos espaços onde se acredita estar resistindo a ela.

É por isso que podemos dizer que, enquanto inserido numa relação entre sujeitos

falantes, numa ação que se pode classificar como estratégica, "o sujeito da razão individual tende a se tornar um ego encolhido, prisioneiro de um presente evanescente, esquecendo o uso das funções intelectuais pelas quais, outrora, foi capaz de transcender sua real posição na realidade"[10].

Por outro lado, a introdução do conceito de razão discursiva, que é a razão que rege a Teoria da Ação Comunicativa, mediando a interação entre os sujeitos, que Habermas[11] apresenta como sendo uma possível, e verdadeira, razão emancipadora, revela que é no diálogo livre de qualquer forma de coerção, entre sujeitos, que deve-se buscar a verdade, a autenticidade e a justiça (normativa). Eis aqui uma forma de razão que introduz, na relação entre os sujeitos, a ação social comunicativamente mediada, que se baseia na relação entre a ação e o discurso, sendo, portanto, uma forma de razão livre, pois ao não se apresentar como opressora, mas como liberadora, encaminha os sujeitos à verdade, à autenticidade e à justiça nas mais distintas esferas sociais.

Eis, pois, o por quê de, face à razão discursiva, a razão instrumental dever permanecer restrita ao "mundo interno" da organização, que assim aparece como uma organização racional, já que "os homens que a organizaram, fizeram-na de modo racional e aplicaram à essa organização, de forma mais ou menos técnica, sua capacidade lógica e de cálculo"[12], pois o homem é capaz de exercer cálculos utilitários e coordenar meios corretos com fins determinados. O mundo, assim desenhado, submete o homem a critérios instrumentais, obrigando-o a orientar sua atuação pelos fins, meios e conseqüências, e que acaba por ser fruto da atuação da lógica da dominação. É este o fato que impede a atuação de uma

10. Max Horkheimer, *Eclipse da Razão*, p. 13.
11. Veja-se Jürgen Habermas, *Theorie des kommunikativen Handelns*, 2 vol.
12. Max Horkheimer, *Eclipse da Razão*, p. 13.

verdadeira razão emancipadora no mundo organizado, regido pela ação instrumental e pela ação estratégica.

A razão comunicativa (ou discursiva), ante o perigo demonstrado pela ação estratégica, aparece como uma razão liberadora, definindo a vida pessoal do sujeito como o local de todos os encontros. Tal razão aparece à consciência crítica como função do pensamento correto, opondo-se ao conhecimento imperfeito e ilusório, ao conhecimento imediato dos sentido, à opinião, à simples rotina, pois visa o universal e exige uma justificação e, como tal, é ato de pensamento que revela percepção inteligente das relações entre os homens, em uma dada situação; é a tomada de consciência de uma harmonia fundamental entre a verdade objetiva e os pensamentos subjetivos. É o oposto da razão instrumental enquanto lógica da dominação, que não reconhece a vida humana em sua individualidade, em sua temporalidade, em seus movimentos incessantes, que não vê o homem como o criador de seus ambiente, o controlador ao invés do controlado, o senhor ao invés do servo, onde sua vontade livre ocupa o centro do palco.

Pode-se supor que uma tal razão discursiva esteja interessada em seu efetivo uso, pois o sujeito, determinado por ela a conviver com seus iguais em uma sociedade, deve, mediante o uso da consciência crítica, cultivar-se, moralizar-se e civilizar-se.

A razão discursiva não atua no sujeito, de modo instintivo e imediato, mas requer ensaios, exercícios e instrução, para progredir, gradativamente, de um patamar de conhecimento a outro mais elevado. Esta "capacidade do sujeito de conceber tal potencialidade torna-a uma lei, a qual vale não simplesmente por ser uma lei, mas porque sobre ela se funda universalmente a capacidade de cada homem de ser homem, isto é, fim,

liberdade”[13].

A razão discursiva mostra que na sociedade moderna, a razão instrumental, e por conseguinte, a racionalidade estratégica, se tornou instrumento[14] de perpetuação da repressão social, em vez de ser sinônimo de uma racionalidade verdadeira, e que nessa sociedade, a lógica da dominação, que amplia o controle da natureza, se tornou a lógica da vida humana em geral, e a subjetividade mesma se tornou presa dessa racionalidade. Ao sujeito é dada a capacidade de ação individual embasada em uma consciência crítica, capacidade esta que não pode ser reduzida às normas mecânicas dos encadeamentos formais, mas que cria e inventa, que é manifestação do poder criador do espírito e da liberdade humana.

A razão discursiva surge como “uma figura de equilíbrio provisório da imaginação criadora e, a este título, através de mil e uma vicissitudes, não deixará de ser uma das forças mais vivas da nossa civilização”[15]. A razão discursiva aparece, ainda, como modelo de emancipação, de obtenção da verdade, da autenticidade e da justiça normativa, já que

> O modelo de relação sujeito-objeto só permite pensar o aspecto cognitivo e instrumental do processo comunicativo. Ora, todo ato comunicativo inclui dois outros aspectos: o normativo e o estético-expressivo. Com efeito, no momento que se comunica com outro sujeito, pela mediação da linguagem, visando ao entendimento mútuo, cada locutor invoca pretensões de validade com relação a três tipos de proposições: as que se referem ao mundo objetivo das coisas, ao mundo social das normas e ao mundo subjetivo das vivências e emoções. Em outras palavras, está alegando que suas afirmações factuais são verdadeiras, que as normas que ele impõe são justas e que a expressão dos seus sentimentos é veraz. Essas pretensões de validade podem ser aceitas inquestionavelmente, e nesse caso o entendimento consensual pode dar-se de imediato, ou ser recusado e nesse caso o interlocutor tem de apresentar provas para justificar suas dúvidas, e o primeiro protagonista tem de apresentar contraprovas para justificar suas afirmações originais. Inicia-se um processo argumentativo, em que as posições dos interlocutores vão sendo ajustadas reciprocamente, até que se cristaliza um consenso. Se a comunicação se deu sem interferências estranhas e sem deformações

13. Valério Rohden, *Interesse da Razão e Liberdade*, p. 160.
14. Diz Horkheimer, *Eclipse da Razão*, p. 64, que a "redução da razão a um mero instrumento afeta finalmente até mesmo o seu caráter como instrumento".
15. Gilles-Gaston Granger, *A Razão*, p. 128.

> subjetivas, podemos dizer que o consenso foi alcançado racionalmente, porque se verificou através da argumentação racional. Neste sentido, a racionalidade pode ser vista como a capacidade dos atores e locutores de alcançarem um saber falsificável na tríplice dimensão do mundo objetivo, social e subjetivo. A razão comunicativa adere aos procedimentos pelos quais se debatem as pretensões de validade no campo da verdade factual, da justiça normativa e da veracidade subjetiva. Como se vê, é um conceito processual de racionalidade, e não substantivo: serão racionais não as proposições que correspondam à verdade objetiva, mas aquelas que atendam, ou possam vir a atender, os requisitos racionais da argumentação e da contra-argumentação, da prova e da contra-prova, visando um entendimento mútuo entre os participantes[16].

A razão discursiva busca, portanto, através da interação entre os sujeitos, a verdade, a autenticidade e a justiça normativa. Por buscar a verdade, a autenticidade e a justiça, é capaz de levar à emancipação dos locutores e atores enquanto sujeitos.

A razão discursiva "espelha a transparência das relações sociais e a intersubjetividade possível a cada um dos atores nelas envolvidos"[17].

É nisso que consiste a racionalidade, para Habermas: não uma faculdade abstrata inerente ao indivíduo, mas um *procedimento argumentativo*, pelo qual dois ou mais sujeitos se põem de acordo sobre questões relacionadas com a verdade, a justiça e a autenticidade[18].

Mediados pela razão discursiva, os sujeitos têm, pois, a capacidade de reconhecer, de antecipar e de se opor às distorções de interação comunicativa, sistemáticas e socialmente desnecessárias, que reproduzem a dominação na sociedade e suas distintas esferas, e os mantêm sutilmente cativos à elas.

Deste modo, embora se concorde com Rouanet, que nos diz "que o novo racionalismo exige uma razão capaz de crítica e de autocrítica"[19], há que se pressupor que o conceito de razão comunicativa seja uma "possibilidade" de razão verdadeira, inserido em uma estrutura

16. Sérgio Paulo Rouanet, *As Razões do Iluminismo*, p. 339.
17. Barbara Freitag, *A Teoria Crítica*: ontem e hoje, p. 60.
18. Ibid, p. 59. Grifos da autora.
19. Sérgio Paulo Rouanet, *As Razões do Iluminismo*, p. 12.

de comunicação interativa. É neste aspecto que aqui não se pode acreditar no poder emancipatório do conceito de razão não-discursivo, por um tal conceito ser sobrepujado, e negado, pelo conceito de razão instrumental e de racionalidade estratégica, portanto, que é a razão que oprime, que é aquela razão parcial que se autonomizou, e que se transformou na razão que rege o mundo sistêmico.

Na razão louca, como diz Rouanet[20].

O que se quer dizer é que aqui se pressupõe a viabilidade da razão comunicativa em indicar os caminhos da emancipação, porque tal conceito de razão tem capacidade para gerar, na sociedade moderna, uma esfera de consenso racional, onde podem ocorrer as condições para uma ação comunicativa pura, isto é, na ausência de violência e com a participação de todos os interessados, na tríplice dimensão da verdade, que corresponde ao mundo objetivo, da justiça, que corresponde ao mundo social e da veracidade, que corresponde ao mundo subjetivo.

A racionalidade estratégica que aparece, na sociedade, centrada no sujeito e no mundo administrado, leva à descaracterização da individualidade tende, cada vez mais, a produzir sujeitos doutrinados, impossibilitados de agir por si próprios, e que, nessa impossibilidade, ou limitação, impedem a ação de uma razão discursiva, pois não sabem se conduzir em um diálogo interativo, já que nada têm a dizer. Os sujeito, presa da racionalidade na ação estratégica, não sabem refletir, e a esfera sócio-política que os involucra não que eles digam algo, ou que reflitam sobre o que fazem.

Neste aspecto a racionalização crescente do mundo tornou-se um processo, que está se tornando irreversível, de perda de sentidos e de liberdade, e que culminou neste nosso

20. Sérgio Paulo Rouanet, *Razão e Paixão*, p. 449.

presente, um presente totalmente administrado, controlado, manipulado, alienado.

A reconstrução do uso comum da linguagem, tendo como eixo a racionalidade da ação comunicativa, mostra que os sujeitos que cumprem os papéis de locutores e ouvintes, fazem e reconhecem quatro requisitos para a validade com relação ao que eles dizem e ouvem.

Desde os mais simples usos da fala, "Quando é a reunião?", aos mais complexos, "Que direito eles tinham de fazer aquilo?", o sujeito no papel de ouvinte avalia quatro requisitos fundamentais de validade do que um sujeito fala (ou discursa):

> 1) um *requisito de veracidade*, que se refere à existência de algum dado estado prévio de eventos,
> 2) um *requisito de legitimidade*, que se refere à inserção apropriada do contexto, já que as mesmas palavras significam diferentes coisas em diferentes situações,
> 3) um *requisito de sinceridade*, que se refere ao que o sujeito realmente quer dizer, e que pretenda dizer o que está sendo dito, e
> 4) um *requisito de clareza* ou *compreensibilidade*, de que o que é dito realmente tem um significado claro e coerente.

Estes quatro requisitos derivam do que é descrito como a "dupla estrutura da fala", na qual a interação comunicativa envolve tanto a *satisfação* quanto o *relacionamento*.

Requisitos com respeito à "veracidade" e à "clareza" referem-se à satisfação, e aquelas com respeito à "legitimidade" e à "sinceridade" referem-se ao relacionamento existente entre os sujeitos, enquanto no papel de locutor e de ouvinte.

A distinção enfatiza que os sujeitos não são apenas seres intencionais no sentido monológico husserliano (que consciência é consciência *de*), mas são também solidários (o sujeito está preocupado *com*, comprometido *com*). Mesmo os atos instrumentais mais simples transmitindo satisfação chamam e dirigem a atenção prática igualmente e, portanto, "metacomunicam".

Quando requisitos de veracidade, legitimidade, sinceridade e clareza são comumente aceitos, eles produzem, no sujeito, efeitos pragmáticos específicos.

Assim, o efeito pragmático da aceitação do requisito de veracidade é moldar as *crenças* do sujeito.

Já o efeito pragmático da aceitação do requisito de legitimidade é conseguir o *consentimento* do sujeito.

De modo similar, os efeitos da aceitação dos requisitos de sinceridade e clareza são moldar a *confiança* e a *atenção* (ou foco de atenção) do sujeito.

Em atos comunicativos simples, regidos pela racionalidade estratégica (perguntas, promessas, ofertas, declarações, ameaças) os sujeitos, enquanto cumprem o papel de locutores, não apenas pronunciam palavras; eles também moldam as crenças, o consentimento, a confiança e a atenção daqueles com quem eles falam.

Isto é suficientemente inócuo em muitas situações.

Considere o pedido de uma xícara de café em um restaurante.

Assume-se, quando o atendente pergunta se alguém quer café?, que há realmente café para ser oferecido, e que aceitar o café irá, legitimamente, ser julgado como um pedido de café, e que o sujeito foi indagado sinceramente, e que sabe-se claramente o que significa a pergunta.

Não é necessário a intervenção de procedimentos racionais comunicativos e éticos para se pedir uma xícara de café.

Entretanto, há ocasiões e circunstâncias sociais, em que o processo tem importância ética, moral e política, já que os requisitos de validade inseridos no processo comunicativos podem ser, e o são freqüentemente, distorcidos.

A falsificação de fatos sócio-políticos pode deturpar os requisitos de veracidade (como por exemplo, uma propaganda falsa pode ser utilizada para moldar crenças dos sujeitos).

O uso abusivo do conhecimento pode trair os requisitos de legitimidade (por exemplo, o consentimento de leigos ao assunto tratado num dado momento pode ser manipulado).

Mentiras podem utilizar um requisito de sinceridade de forma irônica. O jargão pode mistificar, não devido ao tamanho das palavras empregadas, mas porque engana o requisito de clareza implícita da fala corrente, ficando os sujeitos confusos, imaginando o grau de clareza e o significado do enunciado.

Assim, pois, a cooperação e a comunicação livre da dominação podem estar implícitos nos mais simples atos de fala, ainda que nunca estejam garantidas.

A racionalidade da ação estratégica, por ser a representação visível da ideologia na sociedade, e por atuar sobre um sujeito que cumpre o papel de ouvinte-objeto em uma comunicação e que nenhum poder de atuação tem, condena-o ao mutismo, tanto de expressão quanto de pensamento, obrigando-o à uma obediência que, se não é cega, é forçada. A assimetria da relação ação comunicativa-ação estratégica ilude o sujeito, fazendo-o crer na diminuição da distância que a divisão social do trabalho criou entre os donos dos meios de produção e a força de trabalho, e que, por encerrar um juízo pré-concebido acerca do sujeito, promove uma nivelação que, em si, é violenta.

Assim, pois, os processos comunicativos de fala intencionalmente distorcidos, tem uma proposta clara: influenciar os sujeito para assumirem uma identidade “exterior”, em uma relação onde se pressupõe que os valores impostos pela fala, na forma de um "discurso", mascaram as relações entre os mundos objetivo, social e subjetivo.

A imposição de um “inconsciente político” levaria tais sujeitos a agirem não mais baseados em valores construídos a partir de uma reflexão crítica sobre experiências próprias, vivências, emoções, desejos, crenças, mas embasados em valores inculcados por meio daquilo

que pode-se, então, chamar de *discurso político ideológico*.

Tais valores, impostos externamente, mediados pela ação estratégica, visariam a submissão, a imposição de crenças e de modos de pensar, sem reflexão acerca das implicações decorrentes de atos gerados por um comportamento conduzido. São valores que apareceriam, assim, como uma forma de *falsa consciência*.

O mundo controlado (política, organizações, igreja, media etc), entra na casa de sujeito, manipula seu comportamento, estipula suas crenças, define seu círculo de amizade, seu clube.

Tomemos, por exemplo, Geuss, para quem "uma forma de consciência deve ser rejeitada se ela falsamente apresenta um interesse particular de classe como interesse geral da sociedade, ou se, embora pretendendo incentivar o interesse geral, incentive na verdade o interesse particular de uma classe social"[21].

Entretanto, o sujeito, influenciado pela racionalidade da ação estratégica, racionaliza-se por sua vez, em sua subjetividade, em suas emoções, desejos e crenças. Como tal, não tem condições de verificar se a forma de consciência a ele apresentada vem ou não a ser falsa, se ela representa ou não um interesse que pode não ser o seu, ou o da sociedade. É objetivo da racionalidade da ação estratégica iludir o indivíduo, impedindo-o de levar a cabo tal verificação, por meio de uma reflexão crítica. Neste aspecto, podemos considerar a ação existente na sociedade como uma forma de ação social, onde sujeitos compartilham significados através de uma interação comportamental.

Para tanto, é possível assumir que a ação estabelecida na sociedade seja uma ação estratégica. É possível assumir, também, que por se considerar a ação uma ação estratégica, podemos considerar que a fala aí implícita pode ser analisada do ponto de vista de um

[21.] Raymond Geuss, *Teoria Critica.* Habermas e a Escola de *Frankfurt*, p. 63.

discurso da mentira.

Considere-se dois aspectos:

a) a existência, na sociedade, de uma ação que se mostra um obstáculo ao desenvolvimento da autonomia pessoal, da cooperação social, do discurso politico democrático e da influência dos sujeitos enquanto atores sociais, e
b) que tal ação, ao expressar o inconsciente político subjacente à sociedade, se consubstancia na forma da ação estratégica: o discurso político ideológico que permeia a sociedade.

Esse *discurso* se mostraria como a fala dos representantes sociais no que se refere à imposição do inconsciente coletivo. Enquanto processo de fala, o discurso expressa um conteúdo ideológico que reflete o inconsciente político da sociedade, e consubstancia seu poder político.

Neste sentido, ao impor o poder politico, o discurso, enquanto processo de fala manipulada, manifesta na superfície das relações de trabalho, o sistema de leis, de regras, de normas, de costumes e tradições, de valores e crenças de cada grupo social específico.

O discurso, assim, como expressão máxima da racionalidade estratégica, teria a função de explicitar a ideologia, que se mostraria como a face oculta do poder político, não importando a dinâmica social em que se insira. E neste sentido, a racionalidade estratégica implícita na dinâmica interna do discurso procura induzir comportamentos.

Sua aparência esconde sua essência.

Ao relacionar-se, entretanto, com um “fim”, ao expressar o desejo de atingir um fim, de alcançar um objetivo, há que se pressupor que tal discurso vem a ser, pois, manifestação da racionalidade instrumental. Tal fim, uma intervenção no mundo objetivo das coisas e objetos, o discurso cumpre por meio da mudança de comportamentos e de crenças dos sujeitos aí envolvidos.

É neste sentido, no de interferir nos comportamentos dos sujeitos para alcançar um fim

instrumental, que a ação social se consubstancia em uma ação estratégica.

Habermas nos faz ver a distinção que se pode fazer quanto aos dois tipos fundamentais de orientação social. Uma correspondente à coordenação da ação através do interesse. A outra por meio do acordo normativo.

É interesse, aqui, analisar o discurso sob a ótica da ação orientada ao sucesso do sujeito, no que se refere à ação social. Portanto, no que diz respeito à forma da ação, a ação estratégica.

Pressupõe-se, pois, que a ação estratégica como forma de ação social aparece nas distintas esferas da sociedade como um procedimento de *influência*, de exercício de uma ação causal, exercida por um sujeito sobre outro de modo a obter desse outro sujeito um efeito desejado, que apareceria na forma de uma *Herrschaft*, de um poder normativo distribuído assimetricamente.

O conceito de ação estratégica de Habermas desenha um cenário que quebra qualquer possibilidadede ação comunicativa, pois tal ação vem a ser uma atitude do sujeito orientada ao seu sucesso, e diz respeito, em geral, a modos de ação que correspondem ao modelo utilitário de ação racional com relação a fins, onde o sujeito que cumpre o papel de locutor deve atuar sobre o sujeito no papel de ouvinte de modo a influenciá-lo, exercendo sobre ele uma ação causal, ou de maneira estratégica, pela influência calculada sobre sua atitude. Para Habermas, tal atitude tende a isolar o sujeito no papel de agente dos outros sujeitos no papel de atores, que ele encontra no ambiente.

Assim, o modelo de atividade estratégica se contenta em explicitar as regras da atividade orientada ao sucesso, sendo que o "modelo teleológico se amplia em *modelo de ação estratégica* quando os atores, ao calcular seu sucesso, levam em conta as decisões de ao

menos um outro ator agindo em função de um fim. Este modelo de ação é frequentemente interpretado em um senso utilitarista; admite-se que o ator escolhe e calcula seus meios e seus fins em função da utilidade máxima ou da expectativa de tal utilidade"[22].

Mas retornemos por um momento aquele que é o modelo mais pragmático de ação, a ação não-social.

Diz Habermas que "nós chamamos uma ação orientada ao sucesso de *instrumental* quando nós a consideramos sob o aspecto da observância de regras de ação técnicas e avaliamos o grau de eficácia da intervenção que essa ação representa dentro de um contexto de estados de coisas e eventos e a uma ação orientada ao sucesso a chamamos de estratégica quando nós a consideramos sob o aspecto da observância de regras de escolha racional e calculamos seu grau de influência sobre as decisões de um oponente racional. Ações instrumentais podem estar conectadas com, e subordinadas a, interações sociais"[23] de diferentes tipos, como por exemplo, os 'task elements' dos papéis sociais. As ações estratégicas são, pois, ações sociais por si próprias.

Neste sentido, há que se seguir Geuss no que se refere à Herrschaft, que pode ser definida em relação à habilidade que um sujeito tem de frustrar os anseios e preferências de outros sujeitos. Para o autor, poder é a habilidade que tem um sujeito, de impor aos outros sujeitos que encontra pela frente, a frustração de suas preferências ou, como Habermas o estabelece em sua *Theorie der Geselschaft*, Macht, no sentido de *poder*, é a habilidade que um sujeito tem de evitar que os outros sujeitos persigam seus próprios interesses.

Desta forma, poder é a ação estratégica mesma, isto é, é a habilidade que um sujeito tem

22. Jürgen Habermas, Erläuterungen zum Begriff des kommunikativen Handelns. In: *Vorstudien und Ergänzungen zuer Theorie des kommunikativen Handelns*, p. 576.
23. Idem, *Theorie des kommunikativen Handelns*, p. 385, v. 1.

de impor sua própria vontade sobre a vontade do outro.

Pressupõe-se, pois, que tais conceitos possam ser utilizados para explicar a postura estratégica do discurso enquanto procedimento de fala não-argumentativa, assumindo, ainda, que tal discurso, por ser estratégico e procurar enganar o sujeito no que se refere às suas convicções, suas crenças, seus valores, seu comportamento, mesmo que aquele que fala esteja dizendo o que é certo (do ponto de vista "dele"), aparece como um *discurso da mentiria*.

O procedimento de fala não-argumentativo, intencionalmente distorcido, na forma expressa e acabada da ação estratégica, é, pois, um "mecanismo social de controle".

Busco em Castilla del Pino uma explicação interessante para a possível aceitação do conteúdo pragmático do discurso expresso na ação estratégica. Diz o autor que "no discurso da mentira é necessário contar, pois, com o sujeito ao qual podemos chamar de *crédulo implícito*, que vai desde o incrédulo até o crédulo total"[24]

Para esse autor, o "crédulo implícito é o modelo de sujeito (...), ao qual se pretende enganar com um discurso mentiroso concreto"[25], sendo que enganar, aqui, significa fazer alguém acreditar, com palavras ou de outra maneira qualquer, em algo que não é verdade. No discurso não existiria, portanto, a assimetria *verdadeiro-falso*, já que para Castilla del Pino, a má-fé é um componente do discurso da mentira, pois este se mostra um discurso pensado, planificado, constituiria uma ação racional com relação a fins, travestida de ação comunicativa, onde a intenção de enganar estará sempre em primeiro plano.

Trata-se, aqui, da manipulação intencional, e estratégica, dos requisitos de validade que exige a Teoria da Ação Comunicativa para que o procedimento de fala em que dois ou mais sujeitos se inserem seja um processo comunicativo, argumentativo, livre de qualquer coerção.

24. Carlos Castilla del Pino, *Los Discursos de la Mentira*, p. 163.
25. Ibid, p. 163, nota 13.

Assim, pois, para que um procedimento de fala não-comunicativo, não-argumentativo, se apresente em sua forma estratégica, distorcida, manipulativa, e se apresente aos sujeitos como uma mentira, isto é, como expressão "em ato" da racionalidade da ação estratégica, o discurso deve conter quatro aspectos:

1) a consciência por parte do locutor do que é certo;
2) a consciência do caráter incerto do que diz;
3) a intenção de enganar, isto é, de que o incerto seja tomado pelo certo, e
4) a intenção do locutor de que seja considerado veraz[26].

Deste modo, os processos de fala socialmente localizados poderiam ser entendidos como o exercício do poder, já que o exercício do poder é a repressão. Esse exercício pode ser "manifesto", tal como o uso declarado da força ou ameaça declarada de usar a força, ou "normativo".

A repressão é normativa se os sujeito são impedidos de perseguir seus interesses por meio de um conjunto de convicções normativas que eles aceitam. O poder normativo, quando distribuído assimétricamente, é dominação, é violência.

Há que se levar em conta, ainda, que a racionalidade estratégica envolve, no que se refere aos atos de fala constitutivos do processo argumentativo, atos perlocucionários de fala, por meio dos quais o sujeito não apenas produz um efeito sobre o outro, mas *algo no mundo*, instigando outros sujeitos a um comportamento desejado antecipadamente, pelo sujeito, enquanto no exercício do poder.

Busquemos em Austin[27] seus atos de fala.

Esse autor faz uma interessante diferenciação entre atos locucionários, ilocucionários e

26. Carlos Castilla del Pino, p. 164.
27. John L. Austin, *Como hacer Cosas con Palabras*,

perlocucionários de fala. Carrió e Rabossi[28] nos dizem que, quando alguém diz algo, fala algo, devemos distinguir, na fala, três dimensões, ou atos:

> 1 - o ato *de* dizer, isto é, o ato que consiste em emitir certos ruídos com certa entonação ou acentuação, ruídos que pertencem a um vocabulário, que se emitem seguindo certa construção e que, ademais, têm assignado certo "sentido" e "referência".

Austin denomina isto de *ato locucionário*, ou de dimensão *locucionária* do ato lingüístico.

> 2 - o ato que levamos a cabo *ao* dizer algo: prometer, advertir, afirmar, felicitar, batizar, saudar, insultar, definir, ameaçar etc.

Austin chama isto de *ato ilocucionário*, ou de dimensão *ilocucionária* do ato lingüístico.

> 3 - o ato que levamos a cabo *porque* dizemos algo: intimidar, assombrar, convencer, ofender, intrigar, apenar etc.

O autor chama isto de *ato perlocucionário* ou de dimensão *perlocucionária* do ato lingüístico.

Austin[29], no que diz respeito à construção que ele denominou de ato perlocucionário de fala, diz-nos, que

> Há um terceiro sentido (...) segundo o qual realizar un ato locucionário, e, com ele, um ato ilocucionário, pode ser também realizar um ato de outro tipo. Freqüêntemente, e inclusive normalmente, dizer algo produzirá certas conseqüências ou efeitos sobre os sentimentos, pensamentos e ações do auditório, o de quem emite a expressão, ou de outras pessoas. E é possível que ao dizer algo façamos com o propósito, intenção ou desígnio de produzir tais efeitos. Podemos dizer então, pensando nisso, que quem emite a expressão realizou um ato que pode ser descrito fazendo referência meramente oblíqua (...), ou bem não fazendo referência alguma (...), à realização do ato loucionário ou ilocucionário. Chamaremos à realização de um ato deste tipo de realização de um ato *perlocucionário* ou *perlocução*.

28. Genaro R. Carrió, Eduador A. Rabossi, "La Filosofía de John L. Austin", Introdução a John L. Austin, *Como hacer Cosas con Palabras*, p. 32.
29. John L. Austin, *Como hacer Cosas con Palabras*, p. 145.

Continua ele, que se deve

> considerar em quantos sentidos se pode afirmar que dizer algo é fazer algo, ou que ao dizer algo fazemos algo, ou, ainda, *por*que dizemos algo fazemos algo. Em primeiro lugar distinguimos um grupo de coisas que fazemos ao dizer algo. As agrupamos expressando que realizamos um *ato locucionário*, ato que de certa forma aproximada equivale a expressar certa oração com um certo sentido e referência, o que por sua vez é aproximadamente equivalente ao "significado" no sentido tradicional. Em segundo lugar, dizemos que também realizamos *atos ilocucionários*, tais como informar, ordenar, advertir, nos comprometer etc, isto é, atos que têm uma certa força (convencional). Em terceiro lugar, também realizamos *atos perlocucionários*; os que produzimos ou alcançamos *por* que dizemos algo, tal como convencer, persuadir, disuadir, e inclusive, digamos, surpreender ou confundir[30].

Assim, para o autor, um ato perlocucionário de fala, "consiste em *obter* certos *efeitos* por (pelo fato de) dizer algo[31].

Com o uso manipulado da linguagem, por meio da ação estratégica, alcança-se, assim, determinados efeitos perlocucionários desejados pelo sujeito: moldar as convicções, a concordância, a confiança e a atenção de um outro sujeito.

Sua ocorrência, nas distintas esferas que compõem a dinâmica social, se mostra imprescindível para que suas relações de poder possam permanecer inalteradas e se imporem sobre os demais sujeitos. Por isso há que se pressupor que o discurso, enquanto representação da racionalidade estratégica, ser um procedimento intencionalmente manipulado de fala, refere-se ao inconsciente político e à ideologia que permeiam as distintas esferas da sociedade. Para manter o sistema tal como ele é, o discurso, enquanto ação estratégica, promove mudanças de comportamentos e de crenças dos sujeitos, em que as intenções expressas em seu conteúdo, ao visarem um fim, ao terem uma finalidade, são constitutivas das ações ideológicas.

30. John L. Austin, p. 153.
31. Ibid, p. 166.

Ao se mostrar uma ação estratégica que aparece na forma de uma manifestação distorcida de fala e, por conseguinte, ter uma finalidade pragmática explícita, quer seja, uma mudança física no mundo objetivo das coisas e dos objetos, o discurso se embasa no conceito de razão instrumental.

Neste sentido, pressupõe-se que a falsa consciência expressa pela racionalidade de tais valores torna-se não apenas uma verdadeira consciência para a sociedade e seus membros, mas uma representação de sua própria relação de poder.

Desse modo, o processo argumentativo manipulado fundado na ação estratégica tem por finalidade promover mudanças necessárias, do ponto de vista da sociedade, para que o sistema que o sujeito representa e apresenta ao mundo vivido, permaneça inalterado, mantendo e reproduzindo seu sistema simbólico, e assim estabeleça uma relação de interdependência entre tal sistema, suas relações de poder e seus membros.

A racionalidade da ação estratégica tem, assim, uma finalidade pragmática, clara, no que se refere à sua inserção na relação entre os sujeitos, na sociedade moderna: ela quer dominar; ela quer controlar; ela exige obediência.

Por induzir os sujeitos a comportamentos que não são seus próprios comportamentos, mas comportamentos de terceiros, a ação estratégica é um ato de violência e, portanto, carece de um postulado ético.

Referências

ADORNO, Theodor W. *La Ideología como Lenguaje*: la jerga de la autenticidad. 2. ed. Madrid: Taurus, 1982.

_____. "Ideología y acción". in *Sociológica*. Madrid: Taurus, 1986. p. 43-51.

ALBUQUERQUE, J.A. Guilhon. "Althusser, a ideologia e as instituições". in ALTHUSSER, Louis (1985), *Aparelhos Ideológicos de Estado*: nota sobre os aparelhos ideológicos de estado. 4. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1985. Introdução, p. 7-51.

ALTHUSSER, Louis. *Aparelhos Ideológicos de Estado*: nota sobre os aparelhos ideológicos de estado. 4. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

ANZIEU, Didier. *O Grupo e o Inconsciente*: o imaginário grupal. São Paulo: Casa do Psicólogo, 1993.

ASTRADA, Carlos. *Trabalho e Alienação*: na "Fenomenologia" e nos "Escritos". Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1968.

BLEGER, José. "O grupo como instituição e o grupo nas instituições". in KAËS, R., BLEGER, J., ENRIQUEZ, E. et al. *A Instituição e as Instituições*: estudos psicanalíticos. São Paulo: Casa do Psicólogo, 1991. p. 41-52.

BORZEIX, Anni, LINHART, Danièle. "Les identités en paroles - Entreprise et pratique langagières". in CHANLAT, Jean-François (org.). *L'Individu dans l'Organisation*: les dimensions oubliées. Ottawa: Presses de l'Université Laval; Paris: Eska, 1990. p. 115-138.

CASTORIADIS, Cornelius. *A Instituição Imaginária da Sociedade*. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

CHANLAT, Jean-François. "L'être humaine, un être symbolique". in *L'Individu dans l'Organisation*: les dimensions oubliées. Ottawa: Presses de l'Université Laval; Paris: Eska, 1990. p. 531-532.

CHANLAT, Jean-François. “L'être humaine, un être de désir et de pulsions”. in *L'Individu dans l'Organisation*: les dimensions oubliées. Ottawa: Presses de l'Université Laval; Paris: Eska, 1990. p. 259-262.

_____. “L'être humaine, un être de parole”. in *L'Individu dans l'Organisation*: les dimensions oubliées. Ottawa: Presses de l'Université Laval; Paris: Eska, 1990. p. 33-35.

COSTA, Jurandir Freire. “Narcisismo em tempos sombrios”. in FERNANDEZ, Heloísa Rodrigues (org.). *Tempo do Desejo*: sociologia e psicanálise. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1991. p. 109-136.

FERRY, Jean-Marc. *Habermas*: l’étique de la communication. 1. ed. Paris: PUF, 1987.

FORNARI, Franco. “Por uma psicanálise das instituições”. in KAËS, R., BLEGER, J., ENRIQUEZ, E. et al. *A Instituição e as Instituições*: estudos psicanalíticos. São Paulo: Casa do Psicólogo, 1991. p. 81-109.

FOUCAULT. Michel. *Tecnologías del Yo y otros textos afines*. 2. ed. Barcelona: Paidós; Universidad Autónoma de Barcelona, 1991.

GEUSS, Raymond. *Teoria Critica*: Habermas e a Escola de Frankfurt. Campinas: Papirus, 1988.

GIDDENS, Anthony. *Modernidad e Identidad del Yo*: el yo y la sociedad en la época contemporánea. 1. ed. Barcelona: Península, 1995.

GREEN, André. *Narcisismo de Vida Narcisismo de Morte*. São Paulo: Escuta, 1988.

GURMÉNDEZ, Carlos. *El Secreto de la Alienación y la Desalienación Humana*. 1. ed. Barcelona: Anthropos, 1989.

HABERMAS, Jürgen. “Moralentwicklung und Ich-Identität”. in *Zur Rekonstruktion des historischen Materialismus*. 5. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1990. p. 63-91.

HABERMAS, Jürgen. "Ein anderer Ausweg aus der Subjektphilosophie: kommunikative vs. subjektzentrierte Vernunft". in *Der philosophische Diskurs der Moderne*: zwölf Vorlesungen. 4. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1993. p. 344-379.

_____. *Theorie des kommunikativen Handelns*: Handlungsrationalität und Gesellschaftliche Rationalisierung. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1988. v.1; Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1988. v. 2.

KAËS, René. *El Grupo y el Sujeto del Grupo*: elementos para una teoría psicanalítica del grupo. Buenos Aires: Amorrortu, 1995.

LACAN, Jacques. "Análise do discurso e análise do eu". in *O Seminário*: os escritos técnicos de Freud. 3. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986, livro 1. p. 77-86.

_____. "O eu e o outro". in *O Seminário*: os escritos técnicos de Freud. 3. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986, livro 1. p. 50-65.

_____. "Subversión del sujeto y dialéctica del deseo en el inconsciente freudiano". in *Escritos 2*. 17. ed. México: Siglo XXI, 1995. p. 773-807.

_____. "Onde está a fala? Onde está a linguagem?" in *O Seminário*: o eu na teoria de Freud e na técnica da psicanálise. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1987. Livro 2. p. 345-366.

_____. "A produção dos quatro discursos". in *O Seminário*: o avesso da psicanálise. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1992, livro 17. p. 9-24.

_____. "A tópica do imaginário". in *O Seminário*: os escritos técnicos de Freud. 3. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986, livro 1. p. 89-106.

_____. "Sobre o narcisismo". in *O Seminário*: os escritos técnicos de Freud. 3. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986, livro 1. p. 128-139.

_____. "A ordem simbólica". in *O Seminário*: os escritos técnicos de Freud. 3. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986. Livro 1. p. 251-265.

LACAN, Jacques. “Ideal do eu e eu-ideal”. in *O Seminário*: os escritos técnicos de Freud. 3. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986, livro 1. p. 152-167.

_____. “Os dois narcisismos”. in *O Seminário*: os escritos técnicos de Freud. 3. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986, livro 1. p. 140-151.

_____. “La instancia de la letra en el inconsciente o la razón desde Freud”. in *Escritos 1*. 18. ed. México: Siglo XXI, 1995. v. 1. p. 473-509.

LAMO DE ESPINOSA, Emilio. *La Teoría de la Cosificación*: de Marx a la Escuela de Francfort. Madrid: Alianza, 1981.

LASCH, Christopher. *O Mínimo Eu*: sobrevivência psíquica em tempos difíceis. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.

_____. *A Cultura do Narcisismo*: a vida americana numa era de esperanças em declínio. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

MAFFESOLI, Michel. *Lógica da Dominação*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

MARCUSE, Herbert. *A Ideologia da Sociedade Industrial*: o homem unidimensional. 6. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

PAGES, Max, BONETTI, Michel, GAULEJAC, Vincent de et al. *O Poder das Organizações*. São Paulo: Atlas, 1990.

RICOUER, Paul. *Ideologia e Utopia*. Lisboa: Edições 70, 1991.

_____. *O Discurso da Ação*. Lisboa: Edições 70, 1988.

RICOUER, Paul. *O Si-mesmo como um Outro*. Campinas/SP: Papirus, 1991.

_____. *Interpretações e Ideologias*. Rio de Janeiro: F. Alves, 1988.

RICOUER, Paul. *Imaginário e Dominação*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1979.

_____. *A Razão Cativa*: as ilusões da consciência: de Platão a Freud. São Paulo: Brasiliense, 1985.

_____. *Teoria Crítica e Psicanálise*. 2. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1986.

ROZITCHNER, León. *Freud e o Problema do Poder*. São Paulo: Escuta, 1989.

THERBORN, Göran. *La Ideología del Poder y el Poder de la Ideología*. 3. ed. México: Fondo de Cultura Económica, 1991.

WRIGHT MILLS, C. *A Imaginação Sociológica*. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

ZIZEK, Slavoj. *Eles não Sabem o que Fazem*: o sublime objeto da ideologia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1992.

Os autores:

Antonio Carlos Freddo
Doutor em Ciências
Mestrado em Gestão de Negócios
Universidade Católica de Santos
acfreddo@unisantos.br

Luís Caramés Viéitez
Catedrático em Economia Aplicada
Cátedra Bolívar
Universidade de Santiago de Compostela
luis.carames@usc.es