

Samuel Mateus

REPENSANDO AGÊNCIA E ESTRUTURA

a perspectiva fractal
do Princípio de Publicidade

Samuel Mateus

REPENSANDO AGÊNCIA E ESTRUTURA

a perspectiva fractal
do Princípio de Publicidade

I São Paulo I 2025 I



DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)

M425r

Mateus, Samuel -

Repensando Agência e Estrutura: a perspectiva fractal do Princípio de Publicidade / Samuel Mateus. – São Paulo: Pimenta Cultural, 2025.

Livro em PDF

ISBN 978-85-7221-313-4

DOI 10.31560/pimentacultural/978-85-7221-313-4

1. Agência e Estrutura. 2. Princípio de Publicidade.
3. Individualismo Metodológico. 4. Teoria da Estruturação.
5. Indivíduo e Sociedade. I. Mateus, Samuel. II. Título.

CDD: 343.08

Índice para catálogo sistemático:

I. Princípio de Publicidade

Simone Sales • Bibliotecária • CRB ES-000814/0

Copyright © Pimenta Cultural, alguns direitos reservados.

Copyright do texto © 2025 o autor.

Copyright da edição © 2025 Pimenta Cultural.

Esta obra é licenciada por uma Licença Creative Commons:

Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional - (CC BY-NC-ND 4.0).

Os termos desta licença estão disponíveis em:

<<https://creativecommons.org/licenses/>>.

Direitos para esta edição cedidos à Pimenta Cultural.

O conteúdo publicado não representa a posição oficial da Pimenta Cultural.

Direção editorial	Patricia Bieging Raul Inácio Busarello
Editora executiva	Patricia Bieging
Gerente editorial	Landressa Rita Schiefelbein
Assistente editorial	Júlia Marra Torres
Estagiária editorial	Ana Flávia Pivisan Kobata
Diretor de criação	Raul Inácio Busarello
Assistente de arte	Naiara Von Groll
Editoração eletrônica	Andressa Karina Voltolini
Estagiárias em editoração	Raquel de Paula Miranda Stela Tiemi Hashimoto Kanada
Imagens da capa	Samuel André Alves Mateus, GarryKillian - Freepik.com
Tipografias	Acumin, Alternate Gothic ATF, Elizeth
Revisão	O autor
Autor	Samuel André Alves Mateus

PIMENTA CULTURAL
São Paulo • SP
+55 (11) 96766 2200
livro@pimentacultural.com
www.pimentacultural.com



CONSELHO EDITORIAL CIENTÍFICO

Doutores e Doutoradas

Adilson Cristiano Habowski
Universidade La Salle, Brasil

Adriana Flávia Neu
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Adriana Regina Vettorazzi Schmitt
Instituto Federal de Santa Catarina, Brasil

Aguimario Pimentel Silva
Instituto Federal de Alagoas, Brasil

Alaim Passos Bispo
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Alaim Souza Neto
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Alessandra Knoll
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Alessandra Regina Müller Germani
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Aline Corso
Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil

Aline Wendpap Nunes de Siqueira
Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil

Ana Rosângela Colares Lavand
Universidade Federal do Pará, Brasil

André Gobbo
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Andressa Wiebusch
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Andreza Regina Lopes da Silva
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Angela Maria Farah
Universidade de São Paulo, Brasil

Anísio Batista Pereira
Universidade do Estado do Amapá, Brasil

Antonio Edson Alves da Silva
Universidade Estadual do Ceará, Brasil

Antonio Henrique Coutelo de Moraes
Universidade Federal de Rondonópolis, Brasil

Arthur Vianna Ferreira
Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Ary Albuquerque Cavalcanti Junior
Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil

Asterlindo Bandeira de Oliveira Júnior
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Bárbara Amaral da Silva
Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Bernadette Beber
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Bruna Carolina de Lima Siqueira dos Santos
Universidade do Vale do Itajaí, Brasil

Bruno Rafael Silva Nogueira Barbosa
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Caio Cesar Portella Santos
Instituto Municipal de Ensino Superior de São Manuel, Brasil

Carla Wanessa do Amaral Caffagni
Universidade de São Paulo, Brasil

Carlos Adriano Martins
Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil

Carlos Jordan Lapa Alves
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil

Caroline Chioquetta Lorenset
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Cássio Michel dos Santos Camargo
Universidade Federal do Rio Grande do Sul-Faced, Brasil

Christiano Martino Otero Avila
Universidade Federal de Pelotas, Brasil

Cláudia Samuel Kessler
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Cristiana Barcelos da Silva.
Universidade do Estado de Minas Gerais, Brasil

Cristiane Silva Fontes
Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Daniela Susana Segre Guertzenstein
Universidade de São Paulo, Brasil

Daniele Cristine Rodrigues
Universidade de São Paulo, Brasil

Dayse Centurion da Silva
Universidade Anhanguera, Brasil

Dayse Sampaio Lopes Borges
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil

Diego Pizarro
Instituto Federal de Brasília, Brasil

Dorama de Miranda Carvalho
Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil

Edson da Silva
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Brasil

Elena Maria Mallmann
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Eleonora das Neves Simões
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Eliane Silva Souza
Universidade do Estado da Bahia, Brasil

Elvira Rodrigues de Santana
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Éverly Pegoraro
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Fábio Santos de Andrade
Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil

Fabrícia Lopes Pinheiro
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Felipe Henrique Monteiro Oliveira
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Fernando Vieira da Cruz
Universidade Estadual de Campinas, Brasil

Gabriella Eldereti Machado
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Germano Ehlert Pollnow
Universidade Federal de Pelotas, Brasil

Geymeesson Brito da Silva
Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Giovanna Ofretorio de Oliveira Martin Franchi
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Handerson Leylton Costa Damasceno
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Hebert Elias Lobo Sosa
Universidad de Los Andes, Venezuela

Helciclever Barros da Silva Sales
*Instituto Nacional de Estudos
e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, Brasil*

Helena Azevedo Paulo de Almeida
Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil

Hendy Barbosa Santos
Faculdade de Artes do Paraná, Brasil

Humberto Costa
Universidade Federal do Paraná, Brasil

Igor Alexandre Barcelos Graciano Borges
Universidade de Brasília, Brasil

Inara Antunes Vieira Willerding
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Jaziel Vasconcelos Dorneles
Universidade de Coimbra, Portugal

Jean Carlos Gonçalves
Universidade Federal do Paraná, Brasil

Jocimara Rodrigues de Sousa
Universidade de São Paulo, Brasil

Joelson Alves Onofre
Universidade Estadual de Santa Cruz, Brasil

Jónata Ferreira de Moura
Universidade São Francisco, Brasil

Jorge Eschriqui Vieira Pinto
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Jorge Luís de Oliveira Pinto Filho
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Juliana de Oliveira Vicentini
Universidade de São Paulo, Brasil

Julierme Sebastião Moraes Souza
Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

Junior César Ferreira de Castro
Universidade de Brasília, Brasil

Katia Bruginski Mulik
Universidade de São Paulo, Brasil

Laionel Vieira da Silva
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Leonardo Pinheiro Mozdzenski
Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Lucila Romano Tragtenberg
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Lucimara Rett
Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

Manoel Augusto Polastreli Barbosa
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Marcelo Nicomedes dos Reis Silva Filho
Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Brasil

Marcio Bernardino Sirino
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Marcos Pereira dos Santos
Universidad Internacional Iberoamericana del México, México

Marcos Uzel Pereira da Silva
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Maria Aparecida da Silva Santandel
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

Maria Cristina Giorgi
*Centro Federal de Educação Tecnológica
Celso Suckow da Fonseca, Brasil*

Maria Edith Maroca de Avelar
Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil

Marina Bezerra da Silva
Instituto Federal do Piauí, Brasil

Mauricio José de Souza Neto
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Michele Marcelo Silva Bortolai
Universidade de São Paulo, Brasil

Mônica Tavares Orsini
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Nara Oliveira Salles
Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Neli Maria Mengalli
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Patricia Biegging
Universidade de São Paulo, Brasil

Patricia Flavia Mota
Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Raul Inácio Busarello
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Raymundo Carlos Machado Ferreira Filho
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Roberta Rodrigues Ponciano
Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

Robson Teles Gomes
Universidade Católica de Pernambuco, Brasil

Rodiney Marcelo Braga dos Santos
Universidade Federal de Roraima, Brasil

Rodrigo Amancio de Assis
Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil

Rodrigo Sarruge Molina
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Rogério Rauber
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Rosane de Fatima Antunes Obregon
Universidade Federal do Maranhão, Brasil

Samuel André Pompeo
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Sebastião Silva Soares
Universidade Federal do Tocantins, Brasil

Silmar José Spinardi Franchi
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Simone Alves de Carvalho
Universidade de São Paulo, Brasil

Simoni Urnau Bonfiglio
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Stela Maris Vaucher Farias
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Tadeu João Ribeiro Baptista
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Taiane Aparecida Ribeiro Nepomoceno
Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Brasil

Taíza da Silva Gama
Universidade de São Paulo, Brasil

Tania Micheline Miorando
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Tarcísio Vanzin
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Tascieli Feltrin
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Tayson Ribeiro Teles
Universidade Federal do Acre, Brasil

Thiago Barbosa Soares
Universidade Federal do Tocantins, Brasil

Thiago Camargo Iwamoto
Universidade Estadual de Goiás, Brasil

Thiago Medeiros Barros
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Tiago Mendes de Oliveira
Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Brasil

Vanessa Elisabete Raue Rodrigues
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil

Vania Ribas Ulbricht
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Wellington Furtado Ramos
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

Wellton da Silva de Fatima
Instituto Federal de Alagoas, Brasil

Yan Masetto Nicolai
Universidade Federal de São Carlos, Brasil

PARECERISTAS E REVISORES(AS) POR PARES

Avaliadores e avaliadoras Ad-Hoc

Alessandra Figueiró Thornton
Universidade Luterana do Brasil, Brasil

Alexandre João Appio
Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil

Bianka de Abreu Severo
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Carlos Eduardo Damian Leite
Universidade de São Paulo, Brasil

Catarina Prestes de Carvalho
Instituto Federal Sul-Rio-Grandense, Brasil

Elisiene Borges Leal
Universidade Federal do Piauí, Brasil

Elizabeth de Paula Pacheco
Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

Elton Simomukay
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil

Francisco Geová Goveia Silva Júnior
Universidade Potiguar, Brasil

Indiamaris Pereira
Universidade do Vale do Itajaí, Brasil

Jacqueline de Castro Rimá
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Lucimar Romeu Fernandes
Instituto Politécnico de Bragança, Brasil

Marcos de Souza Machado
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Michele de Oliveira Sampaio
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Pedro Augusto Paula do Carmo
Universidade Paulista, Brasil

Samara Castro da Silva
Universidade de Caxias do Sul, Brasil

Thais Karina Souza do Nascimento
Instituto de Ciências das Artes, Brasil

Viviane Gil da Silva Oliveira
Universidade Federal do Amazonas, Brasil

Weyber Rodrigues de Souza
Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Brasil

William Roslindo Paranhos
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Parecer e revisão por pares

Os textos que compõem esta obra foram submetidos para avaliação do Conselho Editorial da Pimenta Cultural, bem como revisados por pares, sendo indicados para a publicação.

SUMÁRIO

Introdução	11
Objetivismo e subjetivismo.....	17
Falência do individualismo e holismo metodológicos	23
A publicidade é a chave	27
 CAPÍTULO 1	
O Duplo Espelho:	
explorando a Dualidade	31
<i>Habitus</i>	33
O <i>habitus</i> e o princípio socio-antropológico de publicidade: a crítica à dualidade subjacente ao <i>habitus</i> de Bourdieu	44
Uma reconcepção do <i>habitus</i>	50
Os hábitos plurais e a teoria da estruturação	57
Notas finais do capítulo.....	60
 CAPÍTULO 2	
Além da dualidade:	
as nuances do dualismo	66
Dualismo:	
um modelo transformacional da atividade social.....	70
Dualismo e princípio de publicidade	74

Relacionismo metodológico.....77

A publicidade e a negociação
entre os planos singular e plural..... 84

CAPÍTULO 3

Fractalidade social:
mapeando as interconexões..... **87**

 Uno e múltiplo na teoria sociológica 91

 Diferência e monadologia 94

 Relação e rizoma..... 100

 O problema da comunicação 103

 Reticularidade e interação social..... 106

 Psique, sociedade e fractalidade..... 109

Conclusão:
entre emergência e sobreveniência,
fugas e *vibrattos*..... **115**

Bibliografia..... **122**

Sobre o autor **127**



SUMÁRIO

REPENSANDO
AGÊNCIA
E ESTRUTURA

*Una eademque res sed
duobus modis expressa*

*(Spinoza, Ethica Ordine
Geometrico Demonstrata II; 7)*

INTRODUÇÃO

A perspectiva do processo publicitário que tem em conta o modo como a publicidade se articula estruturalmente com a sociedade, seja enquanto arquétipo social, seja ainda como visão-do-mundo ou centro nevrálgico de ideó-lógicas, é provavelmente uma das mais distinguidas da teoria socio-antropológica da publicidade.

Desde 2008 que procurei associar a ideia de “publicidade” a uma forma de consciência coletiva dotada de uma memória social capaz de agregar os indivíduos em torno de comunidades, unidades compósitas de sentido homogêneo do mundo (Mateus, 2024). O princípio de publicidade foi descrito, pois, a partir da formação e re formação de estruturas de pensamento que não apenas se cristalizam em operações de socialização como são por ele afetadas. Assim, a ênfase no processo publicitário tem sido centrada nos processos coletivos de atribuição do sentido sem preocupação pelos aspetos individuais neles envolvidos.

Neste ensaio, o pêndulo do exame inclinar-se-á a favor da interpretação que os indivíduos emprestam ao processo publicitário. Mesmo de cariz incontornavelmente social, o princípio de publicidade (Mateus, 2024) não pode ser integralmente avaliado somente a partir dos grandes sistemas de organização e compreensão da sociedade. Tal como a própria realidade social, ele compõe-se de ações perpetradas por indivíduos durante a quotidianidade das suas rotinas sociais. Encontramos na publicidade um princípio multifacetado englobando, tanto as construções sociais quanto as construções pessoais de sentido.

No fundo, conceber a publicidade do ponto de vista ambivalente, tanto coletivo como individual, equivale a conceber uma sociologia das relações entre indivíduo e sociedade. Se a sociedade não é

mais do que a pluralidade dos indivíduos – como nos lembra constantemente Elias (2004), por exemplo –, a apreciação da publicidade, como princípio eminentemente social, deve conter um juízo sobre os próprios constituintes dessa pluralidade. É por isso que a sociologia processual se nos afigura pertinente na medida em que nos ensina a encontrar os vasos comunicantes das fronteiras artificiais ancestralmente instituídas. Um estudo aprofundado da publicidade deve perceber quanto algumas fronteiras o são apenas na aparência sendo facilmente transponíveis se dispormos dos instrumentos conceituais adequados.

A permissividade postulada pela sociologia processual é, talvez, um bom ponto de partida para compreendermos as nuances que a publicidade apresenta, quer nas suas tonalidades coletivas, quer nas suas tonalidades individuais. Afinal, a identidade é definida pelos compromissos e assimilações que o indivíduo faz dentro dos quadros de sentido da sociedade em que se encontra inserido (e na qual ele é reconhecido). É no interior da moldura simbólica, fornecida socialmente pelo processo publicitário, que o indivíduo assume uma posição própria na teia das relações e funções da sociedade. Saber quem ele é traduz-se em apurar qual o seu lugar na sociedade. A identidade pessoal alimenta-se de discriminações qualitativas que formam um horizonte de interpretação. A sua capacidade para agir encontra-se, desde logo, imbuída de horizontes de sentido radicados em quadros simbólicos generalizados publicamente reconhecidos. As significações que os assuntos possuem para um indivíduo está enquadrada por um horizonte coletivo que as define e que define o modo como o indivíduo se vê a si próprio. Pensar a identidade pessoal obriga-nos, então, a pensar sobre a identidade coletiva e impele-nos a articular os nexos de conjunção entre indivíduo e sociedade¹.

1

Este assunto é abordado na minha comunicação intitulada "A Identidade como Sacrifício", apresentada no VI CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA, em 2008.

O processo publicitário opera-se entre o individual e o coletivo, e entre o coletivo e o individual.

São os quadros simbólicos, implícitos e explícitos, mediados e remediados na publicidade, que funcionam como um fundo interpretativo usado quer numa lógica coletiva (por exemplo, relativamente às ideo-lógicas e ao teor religioso da publicidade (Mateus, 2012), quer numa lógica pessoal (como referências na definição da própria identidade). O princípio de publicidade suporá, então, uma moralidade revertível que pode ser articulada em torno de uma moral coletiva, mas também de uma moral entendida de um ponto de vista pessoal. Porque os juízos morais de um indivíduo só adquirem sentido em conjugação com um quadro simbólico alargado de uma sociedade.

A identidade pessoal dependerá, assim, da existência de um espaço moral (Taylor, 1989: 28) que o processo publicitário encerrará. Um capaz de cobrir as dúvidas sobre o que é bom ou não, o que tem importância ou é irrelevante, o que é fundamental e secundário. Traça-se uma reciprocidade entre o horizonte simbólico social - ou moral coletiva - e o horizonte simbólico individual - ou moral pessoal - em que o primeiro abriga o segundo e este se define de acordo com o primeiro. Tal como uma sociedade sem moralidade não disporia de unidade que permitiria reconhecer-se enquanto tal, prevermos o indivíduo sem uma moral alicerçada nesse moral coletiva traduzir-se-ia noutro conceito que não o de indivíduo.

Para existir socialmente e para definir-se identitariamente, ele necessita de um espaço de interlocução e de uma publicidade que forneça um espaço moral generalizado *inter pares*. O indivíduo não possui uma existência fora do mundo dos homens; ele existe entre eles, ocupando um lugar no mundo. Moral pessoal e moral coletiva entrecruzam-se no processo publicitário. A moralidade pode ser estratificada em termos pessoais ou coletivos, contudo, ela assume-se na sua fusão: ela aplica-se na elucidação do pensamento e ação que é orientada para a alteridade segundo a ideia do

bem a partir da aspiração a um vivenciar pessoal que realize o (e se realize no) vivenciar coletivo. A moral pessoal – isto é, os valores narrativos que auxiliam o indivíduo a compreender plausivelmente a sua vida e a realizar-se enquanto pessoa – encontra-se em estreita relação com uma moral coletiva em que conjuntos narrativos de valores partilhados socialmente definem o modo como os indivíduos vivem mutuamente em coletivo.

A publicidade imprime uma orientação moral que se estende desde o ponto de vista coletivo até ao ponto de vista individual. Perdê-la – ou não encontrá-la – significa a fragilização da identidade. Quem sou eu se não sei onde “estou” no mundo dos homens? Apenas quando respondo a partir de um lugar, apenas quando sei a minha posição posso proceder à definição identitária. Um atributo primordial da agência humana (da sua capacidade para agir socialmente) é esta orientação moral que revela o relevante e que funciona como uma espécie de estrela-da-manhã que orienta o caminho que cada pessoa deseja seguir individualmente. O indivíduo depende de um espaço moral de questionamentos. Estes operam como uma constelação composta de questões particulares, mas que, vistas conjuntamente, fornecem uma figura diferente daquela que surgiria se essas questões fossem observadas singularmente.

É, portanto, sofismático perguntar qual a identidade de uma pessoa. A alternativa mais profícua é demandar que conjunto de aspetos possui importância para o seu projeto pessoal, que questões são acionadas pelas decisões morais de cada indivíduo. A identidade é uma questão em aberto forjada no interior de um espaço moral, isto é, um indivíduo só pode ser descrito na junção com outros indivíduos. Ele não pode nunca ser relatado sem referência àqueles que o rodeiam.

A identidade pessoal surge moralmente a partir de uma geografia e das sucessivas topografias sociais que a compõe e que formam as suas comunidades de pertença (Crow *et al.*, 2019).

O espaço moral em que se forja a identidade corresponde ao que Taylor nomeia como “um espaço público ou comum” (1989: 35) e que talvez seja mais bem compreendido como um processo publicitário onde a moralidade é um aspeto fundamental à medida que as expectativas coletivas e individuais convergem. A publicidade abrange, assim o conjunto de procedimentos que contribuem para a criação de uma ordem moral que torna possível, quer a experiência individual, quer a experiência coletiva da realidade social. Tal como a gramática linguística define as regras estruturais que dão integridade à linguagem, a gramática da moralidade decreta as relevâncias que conferem integridade à experiência social. Ela determina um comportamento adequado para os seus participantes definindo o vocabulário possível para realizar as interações sociais. O espaço moral veiculado pela publicidade traduz-se numa gramática das relações sociais, logo, convoca uma aproximação entre indivíduo e sociedade.

Deste modo, a moralidade incita-nos a passar de uma observação macro-analítica para uma micro-analítica. Tal não significa passar de uma macro-sociologia a uma micro-sociologia, já que ambos os estratos de análise não são estanques e se contaminam reciprocamente. Podemos entender a interação entre duas pessoas tanto como um acontecimento micro-sociológico como macro-sociológico.

O que pretendemos ao defender, neste livro, uma via micro-analítica no estudo da publicidade é precisamente infletir o ângulo de abordagem da publicidade sobre o indivíduo sem negligenciar o facto que ela comporta a ambivalência e que por isso exclui qualquer reducionismo a favor de uma análise macro-sociológica ou micro-sociológica. Em cada situação contemplada, ambas as análises são possíveis sem que tenhamos que rejeitar uma a favor da outra. E como veremos, mais à frente, de um ponto de vista publicitário não faz sentido compartimentar a realidade social em macro-situações (relativas à sociedade, como por exemplo, no holismo social) ou micro-situações (relativas ao indivíduo, como por exemplo, na etnometodologia ou no interacionismo simbólico).

Com efeito, a história das ideias (desde a Filosofia, passando pela Antropologia e Psicologia, até à Sociologia) desde cedo tendeu a olhar os fenômenos sociais a partir de um código binário fundado em duas unidades de análise: uma singular - o indivíduo; a outra plural - a sociedade. E a ciência moderna baseou-se na ideia da observação empírica dos objetos por parte de sujeitos, como se o universo de observação pudesse ser depurado de todos os juízos de valor e deformações subjetivas. Sujeito e objeto tornaram-se termos que se repulsavam mutuamente servindo de modelo científico para examinar a realidade social espartilhada em pares como indivíduo e sociedade, individual e coletivo, voluntário e involuntário, ou interior e exterior.

Em consonância com este entendimento, surge a ideia de sociedade como qualquer coisa outra que os próprios indivíduos, um organismo ou um objeto natural que se poderia entender à luz das leis da Física. Não é por acaso que Comte fala da sociologia como uma Física Social. A sociedade, enquanto objeto a ser compreendido como sendo exterior aos indivíduos, exclui-os. Certamente que esta experiência do ser humano radica na filosofia cartesiana entre a *res cogitans* e a *res extensa* em que o homem se depara com a duplicidade de se confrontar com a ideia de ser simultaneamente um ser que pensa, e um ser que pensa e que, não obstante, se observa como objeto. Como se estas diferentes perspectivas que adquiriam de si próprios se tratassem de diferentes partes constituintes de si mesmos (Elias, 2004: 126). Apercebia-se o homem ser um pensador que observa, mas também uma matéria que é observada e que constitui um corpo natural entre os outros.

Nascia aqui uma experiência do alheamento e do isolamento que havia de perdurar e que definia o homem de acordo com a existência de uma essência no seu interior que estaria isolada de tudo o que fora dele ocorre, como se uma bolha de pensamento o protegesse e onde apenas os órgãos dos sentidos pudessem fazer

comunicar com o exterior². A ontologia moderna baseia-se em sujeito e objeto, entidades fechadas, substâncias, identidade e na causalidade de tipo linear. O que significa que a compreensão da realidade é acompanhada de sucessivas disjunções e de lógicas exclusionárias "ou/ou", tendo a contradição sido erradicada segundo princípios homeostáticos de estabilização e ordenamento identificados com a eficácia, a racionalização e a classificação lógica.

OBJETIVISMO E SUBJETIVISMO

A fundação das ciências sociais refletiu as antinomias herdadas da filosofia e das ciências naturais modernas. Elas subentendem uma grande problemática que genericamente se nomeia como o "Debate em torno da Agência e da Estrutura" e que, por sua vez, subentende dois grandes tipos de compreensão que influenciaram a decorrente dicotomia entre indivíduo e sociedade³. A primeira delas, o objetivismo ou coletivismo, estabelece a realidade segundo regularidades objetivas (estruturas, sistemas de relações, leis) independentes da consciência e vontade individuais (Bourdieu, 1980: 44). Assim aconteceu com o estruturalismo de Sausurre ou de Lévy-Strauss. O primado do objetivo concebe um modo de relação *a priori* ao objeto sociológico como se se pudesse alcançar uma posição exterior à *praxis* que o constitui. A realidade social caracteriza-se por uma certa fixidez e homogeneidade em que o sujeito é quase totalmente desprovido da capacidade de agir fora dessas estruturas objetivas. O objetivismo atualiza um tipo de coletivismo em que o indivíduo não tem importância central e onde a sociedade é uma entidade supra-individual. A convicção metodológica do objetivismo

2 Será depois Leibniz a desenvolver estas intuições na sua "monadologia".

3 Vide Jukes TJ, Barresi J, *The Subjective-Objective Dimension in the Individual-Society Connection: a duality perspective*, Journal of the Theory of Social Behaviour, 23:2, 1993, pp. 197-216.

ênfatisa mais as regularidades e menos as relações sociais entre os indivíduos de acordo com a ideia de um condicionamento social segundo a qual os indivíduos agem segundo a regulação de uma ordem coletiva superior (Archer, 1995: 57; Archer, 2017).

O segundo tipo de compreensão, o subjetivismo ou individualismo, coloca as configurações histórico-sociais (O'Connor *et al.*, 2015), por seu turno, como criação planificada e racional dos indivíduos. Assume-se o facto destes serem os derradeiros constituintes da realidade social, pelo que a sociedade se reduz à soma das suas ações. Os indivíduos agem de acordo com as suas necessidades. Este tipo de conceção é bastante frequente no campo literário e estamos perante ela sempre que se procura em determinado autor a grande influência para determinada obra. O seu compromisso ontológico faz que os fenómenos sociais se reduzam à adição das classificações, juízos e representações que cada indivíduo tem para si. A sociedade compõe-se de autoconduções individuais em que são as pessoas singulares os agentes de decisão completamente autónoma e independente.

A aplicação prática do subjetivismo nas ciências sociais tem como resultado o denominado individualismo metodológico: a doutrina sociológica segundo a qual a explicação de um fenómeno social (seja ele de natureza sociológica, política, demográfica ou económica) deve obedecer à reconstrução das motivações dos agentes individuais e compreendê-lo como o resultado da agregação dos comportamentos singulares. Os indivíduos formam, assim, a unidade atômica de base na análise de qualquer processo social; este é considerado como desiderato das atividades desenvolvidas individualmente através de efeitos de adição e composição (Boudon, 1990: 82).

A expressão "individualismo metodológico" atingiu a popularidade no campo da economia neo-clássica tendo por referência a economia de mercado e o postulado de racionalidade do agente económico. Não será por isso de estranhar que tenha sido um

proeminente economista, Joseph Schumpeter, a cunhar a expressão *Der methodologische Individualismus* para intitular um capítulo do livro *Das Wesen und der Hauptinhalt der Nationaloekonomie* onde afirma que o individualismo metodológico “apenas significa que temos de começar pelo indivíduo para descrever determinadas relações económicas” (Schumpeter *apud* Hodgson S/D: 2). Para Schumpeter, o relevante não consistia tanto em perguntar porque procuram os indivíduos certos produtos, mas em partir do pressuposto que todas as coisas que são transacionadas são-no porque há indivíduos que estão na sua origem. Procurando integrar a sociologia na explicação económica, ele descreve um individualismo sociológico como a teoria em que o indivíduo autónomo (*self-governing individual*) constitui a última unidade das ciências sociais já que todos os fenómenos sociais podem ser entendidos de acordo com ações e decisões tomadas pelos indivíduos e não requerem explicações em termos de fatores supraindividuais (Schumpeter, 1954: 888). Todavia, o enfoque no indivíduo durante a apreensão dos fenómenos sócio-económicos não é uma originalidade da ciência social do séc. XX. Desde o Iluminismo que a encontramos no pensamento de vários autores como Locke ou Bentham. Mas foi Thomas Hobbes o precursor de um proto-individualismo metodológico que sublinha a necessidade de apurar as causas constitutivas dos fenómenos distinguindo os elementos que os formam. Assim, compreender a sociedade implica que se comece por explicar as suas causas, ou seja, os homens (cf. Lukes, 1968: 119). O individualismo metodológico propõe, assim, que a explicação da realidade social se radica, em última análise, nas decisões e motivações do indivíduo. Isto significa o advogar de um atomismo⁴ social em que todos os fenómenos

4 Raymond Boudon contesta que o individualismo metodológico assuma um atomismo na medida em que acredita que os fenómenos sociais não se explicam apenas pelas propriedades individuais. Ele reconhece que as decisões individuais não se encontram num vazio social (Boudon et Fillieule, 2004: 75). Contudo, ao sublinhar como o social depende quase absolutamente das decisões individuais ele acaba por inserir-se numa posição reducionista que não contempla o modo como a realidade social pode influenciar as decisões individuais. É como se o processo social fosse somente um constrangimento exterior para o agente individual. Este manteria as suas motivações interiores inalteradas sendo apenas beliscadas pelo ambiente social.

sociais só são compreendidos no âmbito de uma psique individual e que todos os fatores supra-individuais não sejam relevantes, nem para compreender o indivíduo, nem para explicar os fenômenos sociais. Um seu axioma célebre afirma que os indivíduos não deixam de ser indivíduos mesmo em sociedade. "Os homens no estado de sociedade são sempre homens; as suas ações e as suas paixões obedecem a leis de natureza humana individual. Quando se juntam os homens não se transformam numa outra substância dotada de propriedades diferentes, tal como o hidrogénio e o oxigénio são diferentes da água" (Mill, 1843: 43). Todas as relações interativas entre indivíduos não são tidas por interações sociais num sentido forte já que para o individualismo metodológico todas as hipóteses sobre os fenômenos sociais radicam incontornavelmente numa asserção sobre seres humanos individuais (designadamente as suas interpretações da ação social). Para Weber, por exemplo, as relações sociais designam "o comportamento de diversos indivíduos que regulam o seu conteúdo significativo pelo conteúdo significativo dos outros orientando [a sua interação] em conformidade" (Weber, 1995: 58).

Todas as justificações que caírem fora do círculo da pessoa singular são, deste ponto de vista, ininteligíveis. Isto acontece porque a ontologia social do individualismo metodológico atesta que apenas os indivíduos são reais e que, consequentemente, as estruturas sociais não são senão construções mentais. Deste modo, ela revela sérias dificuldades: se o individualismo metodológico pretende que apenas os indivíduos, e não os processos sociais, são observáveis e tangíveis, então, redundando facilmente no sofisma. Não só muitos fenômenos sociais são presenciáveis (por exemplo, comércio de produtos), como muitas dimensões individuais não são perceptíveis (como por exemplo, as intenções). Nem sequer pode o individualismo metodológico esperar que os fenômenos individuais sejam mais fáceis de perceber do que os sociais, ou que os indivíduos sejam absolutamente independentes do contexto social designadamente dos grupos, instituições, comunidades e convenções sociais (Lukes, 1968: 123).

Esquece-se que quando uma pessoa decide assistir a um jogo desportivo pressupõe o facto de ele ser um adepto de um clube particular e dispor, em conformidade, de uma identidade coletiva. O individualismo metodológico incorre, assim, no equívoco de pensar a realidade social exclusivamente à luz do indivíduo como se este a precedesse. Do ponto de vista descritivo e explicativo, o maior embaraço consiste justamente em pressupor a possibilidade de isolar disposições pessoais elementares como se existissem previamente às suas manifestações em contexto social. O homem é descrito como um agente quase isento de relações e interações com a sociedade, como se o seu único propósito fosse providenciar as necessidades individuais. As instituições sociais seriam, assim, criadas, mantidas e moldadas de acordo com objetivos estritamente individuais (teoria do Contrato Social). O grande défice do individualismo metodológico passa, contudo, pela sua *aproblematização* do indivíduo e pela crença da sua prioridade sobre os factos sociais, a qual confina a realidade social a disposições individuais onde todos os aspetos relacionados com o contexto social são meros apêndices. Todas as explicações sociais são absorvidas numa dimensão individual (Archer, 1995: 37). Regista-se, pois, um empolamento do indivíduo. Este contém todas as propriedades sociais necessárias para descrever a sua ação em sociedade e que por isso rejeita qualquer explicação supraindividual. O indivíduo é o princípio e o fim da ação social, o *terminus* último a que toda a realidade social é reduzida.

No extremo oposto do individualismo metodológico emerge o holismo metodológico. Neste caso, a unidade mínima da análise dos fenómenos sociais não é o indivíduo, mas a sociedade enquanto entidade orgânica específica. Diz-nos o Durkheim de *Les Règles de la Méthode Sociologique* : "a sociedade não é uma simples soma de indivíduos; o sistema formado pela associação destes representa uma realidade específica que tem as suas características próprias (Durkheim, 2004: 129). Aliás, as diferentes definições da sociologia dadas por Durkheim e por Weber – para o primeiro, a sociologia é a

ciência dos factos sociais; para o segundo, sociologia pauta-se por ser a ciência da ação social - ilustram as diferentes tónicas colocadas sobre o domínio do coletivo e o domínio do individual. Ao contrário do individualismo metodológico, o holismo metodológico enfatiza a irreducibilidade do todo (a sociedade) relativamente à soma das partes (os indivíduos). "Uma sociedade não é mais decomponível em *indivíduos* do que uma superfície geométrica o é em linhas e as linhas em pontos" (Comte, 1912: 27). A sociedade impõe-se ao indivíduo como um fenómeno que lhe é exterior na medida em que possui uma existência autónoma, uma alma coletiva onde a vida coletiva não deriva diretamente da vida individual embora estejam intimamente relacionadas. A evolução social não teria, para esta escola do pensamento social, origem exclusiva na constituição psicológica do homem. Se o individualismo metodológico coloca a pluralidade (a sociedade) a servir as necessidades singulares (os indivíduos), já o holismo coloca os fenómenos sociais numa lógica do socialmente útil. "A função de um facto social não pode ser senão social, isto é, consiste na produção de efeitos socialmente úteis" (Durkheim, 2004: 135). O individualismo metodológico oblitera o contexto social.

Por seu turno, o holismo ou coletivismo metodológico (Subrt *et al.*, 2016) oblitera a dimensão individual ou psicológica do homem. A sociedade surge como uma entidade gigante que abarca e forma a existência individual –para parafrasear Simmel - "como um mar forma as vagas" (Simmel, 1999: 40). Salienta-se a tendência a dissolver o individual no mar imenso das ações recíprocas. Tal como numa corda só percebemos grandes feixes e tendemos a esquecer de que são compostas por milhares de fibras entrelaçadas, assim os indivíduos formam os filamentos emaranhados olvidados que compõem a sociedade. Sendo a atividade humana operada subtilmente no seio da influência das regularidades sociais, ela é negligenciada a favor das grandes manifestações características dos processos sociais. Ora, é precisamente isso que Tarde criticará: a tendência pecaminosa da sociologia de carácter holista se concentrar apenas no volumoso,

na dimensão e na magnitude das grandes formações sociais e esquecer as ocorrências menos visíveis e de pequena escala que concorrem para a ordem social (cf. Borch, 2017). As suas reflexões incitam a descer das alturas quiméricas dos compostos coletivos para descer até às ações infinitas e imprecisas (Tarde, 1999: 118). De facto, a insistência nas regularidades sociais é feita de forma fragmentada sendo convocada enquanto coleções de factos exteriores e coercivos quando se se depara com a necessidade de responder às fragilidades postas a descoberto pelo individualismo metodológico. A consequência mais notória do holismo metodológico é a falência ao nível da agência. Englobados no mar dos factos sociais, aos indivíduos resta-lhes pouca margem de manobra porque para qualquer lado que se dirigem, fazem-no precisamente por intermédio desse oceano de estruturas sociais.

FALÊNCIA DO INDIVIDUALISMO E HOLISMO METODOLÓGICOS

Ao compartimentar e binarizar a análise da realidade social, individualismo e holismo metodológicos (Gibril *et al.*, 2021) são ambas abordagens unilaterais e parciais. Consubstanciam ambas uma simplificação que se configura como um amplo reducionismo falhando em integrar, de forma consistente, uma análise complementar do indivíduo e da sociedade. Sem meio-termo, o pêndulo destas metodologias oscila sem hesitação por um dos polos, o qual torna o outro, no mínimo, subserviente. No caso do individualismo metodológico, a tendência é de salientar a realidade do indivíduo face ao carácter construído das estruturas. Quando ao holismo metodológico, a agência empalidece face ao poder agregador e condicionar das estruturas. Contudo, o mais pregnante é a confusão que este tipo de reducionismo induz. O que está em causa não é apenas a relação

de dependência que se estabelece entre o nível de análise individual e o nível de análise coletivo, como também a sua própria fusão. Em ambos os casos, opera-se uma junção abusiva entre indivíduo e sociedade que os torna aparentemente indistinguíveis. O resultado é uma *amalgama* (Latim) em que a identidade de duas entidades diferenciáveis entre si se tornam de tal maneira confundidas que as suas diferenças são assimiladas e assumem uma entidade apenas. Na medida em que a sociedade não configura mais do que a desmontagem dos indivíduos agindo motivacionalmente entre si, o individualismo metodológico consubstancia uma amálgama de orientação descendente (cf. Yong Wang, 2008). Já o holismo metodológico procede a uma amálgama ascendente⁵ dado que os indivíduos se tendem a fundir no corpo social. Num caso, a agência é negligenciada, no outro é a estrutura que é tendencialmente omissa. Assim, o individualismo e o holismo metodológicos revelam-se insuficientes para construir uma teoria sociológica integrada que articule e ligue a dimensão agencial e estrutural dos processos sociais. A falência de ambas as concepções advém da sua incapacidade em ligar ação e sistema, ou agência e estrutura, no mesmo plano de análise.

O facto de se centrarem apenas num elemento primordial de análise em detrimento do outro leva facilmente a que a observação da realidade social seja feita de forma estilhaçada e que se salte do individualismo metodológico para uma micro-sociologia e do holismo metodológico para uma macro-sociologia. A micro-sociologia facilmente insiste nos atores e nas interações face-a-face enquanto uma macro-sociologia se ocupa das estruturas institucionais que coordenam uma sociedade. Desta forma insular, não existe comunicação entre os planos micro e macro-sociológicos, os quais deixam de lado os aspetos associados com a organização hierárquica da realidade social. Tais concepções estão votadas ao fracasso.

“Tentar investigar como os micro atores e os encontros se relacionam com a constituição, reprodução e transformações de vastas colectividades sem ter em consideração os aspetos hierárquicos dos todos sociais (*social wholes*), é como querer nadar numa piscina cuja água foi escoada” (Mouzelis, 1993: 680).

As teorias pós-modernas também não estão isentas de responsabilidade na divisão redutora entre o micro e o macro-social e as decorrentes antinomias entre sociedade e indivíduo, ou entre ação e sistema, já que a sua crítica à teoria sociológica convencional possui implicações ao nível do debate entre agência e estrutura. Também ela encaminha-nos para a aporia não abrindo (negando mesmo alguns) caminhos exploratórios entre o individualismo e o holismo metodológicos. É sabido que o pensamento pós-moderno tende a discordar da hipótese de critérios universais poderem prover fundações sólidas (Lyotard, 1979).

Segundo Lyotard, a fundamentação epistemológica é utópica assim como o é qualquer tentativa de formular leis gerais que possam explicar o desenvolvimento geral. O argumento é que dado o carácter caótico, descontínuo e fluido do mundo social não existe nenhuma ordem geral que o possa regular. Este é o desiderato sintético do “fim das grandes narrativas”⁶. Todavia, as teorias pós-modernas não condenam apenas o holismo social ou a macro-sociologia. Elas também não permitem que a realidade social possa ser observada através dos micro-fenómenos sociais e do individualismo metodológico. Isso é obtido, em grande medida, com a ideia de descentramento do sujeito. Centrando-se nas práticas sociais, e não no agente que as produz, alguns autores pós-modernos desligam o sujeito da sociedade e caracterizam as estruturas sociais como não tendo um autor nem sequer uma finalidade. Os processos sociais definem-se por sistemas diferenciados que não possuem um centro que lhes providenciaria a coerência necessária.

É a ideia da sociedade vista como uma infinita sucessão de significados⁷ ou como uma imensa rede de textos em que uma ancoragem da realidade *hors-texte* é impossível⁸. Assim, não pode existir nada que uma teoria da sociedade possa explicar ou descrever já que não existe distância entre teoria e realidade empírica se esta não é mais do que uma construção simbólica, logo, uma construção teórica (Mouzelis, 1993: 687). Por conseguinte, os micro e macro fenômenos resumem-se nessa simbolicidade derivando da tentativa dos atores sociais, enquanto interação entre si, erigir teorias sobre si e sobre os outros. Em síntese, o descentramento do social equivale, assim, à chamada “morte do Homem”⁹.

No que respeita à análise os processos sociais, objetivismo e subjetivismo dirigem-nos para um beco sem saída. Padecem do que Horton Cooley identifica como “ilusão da centralidade” (*illusion of centrality*): quando nos familiarizamos como um elemento cremos que ele é o centro a partir do qual tudo à sua volta irradia, tal como quando nos sentamos num jardim todas as flores parecem estar colocadas á volta do lugar onde estamos. Com efeito, somos um centro. Porém, isso não nos deve fazer esquecer que todas as outras posições são também, em si, um centro (Cooley, 1998: 152). O mesmo ocorre com o objetivismo e o subjetivismo, ou se quisermos entre a micro e a macrosociologia, entre o individualismo e o coletivismo. Eles acreditam que partir de uma premissa como indivíduo ou sociedade não é uma seleção arbitrária para o próprio início da realidade social, considerando que o indivíduo ou a sociedade são os únicos centros possíveis e que, como um grande corpo celeste, implicam um campo gravitacional que atrai para si o elemento oposto.

Como refletir, então, sobre os processos sociais, e em especial, sobre o processo publicitário, se o objetivismo e o subjetivismo

7 Baudrillard, Jean, *Simulacres et Simulation*, Paris, Edition Galileo, 1981.

8 Derrida, Jacques, *De la Grammatologie*, Paris, Éditions de Minuit, 1967.

9 Foucault, Michel, *L'homme est-il mort?* In Dits et Écrits. Paris: Gallimard, 1994, vol. I., p. 540-544.

nos conduzem à ilusão da centralidade e amalgamam aquilo que não é fundível? Como ultrapassar uma compreensão da realidade social sem cair em antinomias? E como apreender o processo publicitário do ponto de vista das relações com o plano individual e o plano coletivo?

É imperativo ultrapassar o impasse metodológico traduzido no reducionismo *pro* indivíduo e o reducionismo *pro* sociedade. O problema do micro e do macro-sociológico tem de aceitar que a dicotomia entre o plano individual e o plano coletivo não é uma que beneficie a análise social.

A PUBLICIDADE É A CHAVE

O nosso argumento é que o princípio de publicidade pode ajudar-nos a superar as incertezas e debilidades levantadas pela operação de amálgama, tenha ela um sentido ascendente ou descendente.

Aliás, não só a publicidade pode ser uma solução a considerar como ela denota afinidades com o impasse metodológico. Se colocamos a publicidade no centro da problemática do indivíduo e da sociedade, então, é forçoso admitir que o estudo da agência e da estrutura surge associado à reflexão sobre o processo publicitário. Para uma apreensão do processo publicitário, quer na sua dimensão coletiva, quer na sua dimensão individual, é, pois, incontornável uma definição do problema entre agência e estrutura (Steven Loyal *et al.* 2001).

O problema só pode ser resolvido se tiver em conta o carácter estratificado da realidade social que como uma cebola só existe enquanto as suas múltiplas camadas permanecerem juntas. Assim que a formos privando dessa multiplicidade e pluralidade não nos resta senão finas camadas que não nos permitem vislumbrá-la.

A sociedade é composta de conjuntos diferenciados de multiplicidades em interação recíproca. É uma espécie de acorde musical que necessita que as cordas sejam tangidas em uníssono. Sozinha, cada corda nada produz senão um som indefinido; e nenhuma harmonia musical por si só constitui um acorde. Um acorde é uma espécie de acordo de tons, tal como a realidade social é a reunião de uma diversidade compósita que só ser compreendida em articulação entre agência e estrutura, micro e macro, indivíduo e sociedade.

O princípio de publicidade revela-se a este nível promotor na medida em que encerra em si uma duplicidade constitutiva ínsita. Eles ajudar-nos-á a rejeitar a antítese entre indivíduos e sociedade, ou seja, entre unidades de análise exclusivamente singulares e exclusivamente plurais. A publicidade poderá, assim, apresentar-se como um mediador (de outro modo, caso o indivíduo e a sociedade continuassem a ser tidos como duas forças antagónicas, ela seria vista como um árbitro).

A resposta para o debate entre a agência e a estrutura está na libertação da ideia de unidade complexa¹⁰ que liga o pensamento reducionista do singular e do plural. A ser assim, o debate requer que à colação seja trazida o princípio de publicidade porque é este que se realiza na proporção entre as tendências centrífugas e centrípetas da sociedade reunindo os fenómenos qualitativos com a dimensão quantitativa das interações sociais.

Na publicidade, a perspectiva micro-analítica rejeita as disjunções e incita-nos, pelo contrário, à contigência das noções. Concentrarmo-nos sobre o indivíduo não tem como finalidade proceder a uma subjectivação da sua relação com o processo publicitário.

10 Contra os primados modernos da distinção, separação, redução, abstracção, hierarquização e centralização, o pensamento complexo pretende reabilitar a dimensão formadora da desordem e de todos os aspetos que não podem ser reduzidos a uma contabilidade que fixa rigidamente as fronteiras do compreensível. Morin, Edgar, *Introdução ao Pensamento Complexo*, Lisboa, Edições Piaget, 2003 [Introduction à la Pensée Complexe, 1990].

Pelo contrário, e como confirma a ligação entre moralidade e publicidade, começar pelo indivíduo leva-nos à sociedade, tal como perceber o princípio de publicidade a partir do seu lado societal culmina numa investigação acerca dos indivíduos. Precisamente devido a este desdobramento que a publicidade encerra é necessário trazer à colação à problemática da dicotomia entre indivíduo e sociedade.

A grande vantagem da análise do processo publicitário relativamente a esta polarização é a sua desconstrução e a crítica de um método de abordagem bicéfala aos fenómenos sociais baseado na irredutibilidade de duas unidades de análise incompatíveis. Desde Hobbes, Rousseau e Hegel que a oposição entre indivíduo e sociedade é marcada pela opressão e coação da segunda sobre o primeiro. Contudo, esta segmentação dos dois conceitos numa compreensão física que os trata como duas matérias que colidem, ou no melhor dos casos se acomodam, entre si só nos leva a aporias sociológicas.

Nem a sociedade funciona somente como um enquadramento, nem o indivíduo se resume a um elemento compartimentado. Não existe sequer um espaço prévio ao indivíduo que ele ocupa para desempenhar determinadas funções sociais. O indivíduo é constituído por relações interindividuais sendo o conjunto das relações socialmente estabelecidas que formam aquilo que designamos por sociedade. Indivíduo e Sociedade formam, assim, um ambissistema (Morin, 2000: 38) em que, longe de formarem um par de contradição, se mostram, antes, como conceitos operatórios e inter-complementares que nos ajudam a assimilar a complexidade e a ambiguidade dos fenómenos sociais. O mistério da relação entre indivíduo e sociedade é o problema sociológico central por três motivos principais: primeiro, a sociedade é composta por indivíduos e depende integralmente das atividades por si desenvolvidas; segundo, e decorrendo do ponto anterior, não existe nenhuma forma prévia, definida ou irrevogável da sociedade. A sua principal característica é a mutabilidade transformativa; terceiro, assim como sociedade é invariável também as atividades dos indivíduos não obedecem a nenhum esquema

essencialista pelo aquilo que eles são e fazem está em estreita articulação com o modo como são afetados pelas transformações sociais (cf. Archer, 1995: 1).

Em resumo, afirmamos, nesta introdução, que a publicidade contém uma forte dimensão moral que se manifesta, tanto de forma coletiva, como de forma individual. Ao avaliarmos a conjunção entre o plano individual e o plano coletivo deparamo-nos com a aporia traduzida na amalgama descendente (individualismo metodológico) e ascendente (holismo metodológico) advindas do subjetivismo e do objetivismo nas ciências sociais. É, pois, fundamental que um estudo sobre a publicidade se concentre sobre este antagonismo originário do pensamento ocidental e o reavalie. Porque caracterizada como espaço moral, a publicidade permite-nos reavaliar o enigma entre a diversidade individual e a unidade cultural e social. É a essa tarefa a que, de seguida, nos dedicamos.

A presente obra visa, antes de mais, reconhecer as influências recíprocas entre indivíduo e sociedade. Assim, o seu objetivo principal passa por repensar o impasse metodológico do debate entre agência e estrutura exemplificado pelo individualismo e holismo, e pela segmentação entre micro e macro-fenómenos, a partir de um ponto de vista publicitário. Deste modo, principiamos por procurar a ultrapassagem do reducionismo social examinando a relação entre indivíduo e sociedade a partir da ideia, primeiro de dualidade e, depois, de dualismo e fractalidade.



1

O DUPLO ESPELHO:

EXPLORANDO A DUALIDADE

O debate entre agência e estrutura, com todas as implicações que comporta para o princípio de publicidade, permanecerá insolúvel se insistir em atribuir um carácter essencialista à dicotomia.

No essencialismo alguma coisa possui agência ou funciona como estrutura, mas não pode ser dotada de ambas¹¹, tal como, um acontecimento pode designar um micro ou macro-fenómeno mas não pode ser ambos simultaneamente. Porém, não tem de existir nada de essencialista no debate entre agência e estrutura. A agência não tem necessariamente de ser intencional, interpretativa, criativa ou flexível; assim, como a estrutura não tem obrigatoriamente de possuir uma essência estagnada, impessoal, objetiva e inflexível. Uma das coisas mais importantes para a qual a etnometodologia (e sobretudo os trabalhos de Goffman¹²) nos chama a atenção é as interações e os encontros casuais relevarem uma forma estruturada desde a sua preparação até à sua conclusão, estruturação essa que se apresenta de forma estável no tempo. As estruturas sociais variam de acordo com a capacidade de lhe emprestarmos uma capacidade agencial. Pensar em termos essencialistas a realidade social é conferir-lhe uma dimensão estática assente em rígidas tipologias e classificações fazendo que os seus objetos pareçam sempre pertencer a planos separados¹³. A compreensão da relação entre publicidade, indivíduo e sociedade numa abordagem essencialista está, então, condenada a fracassar porque entender que os fenómenos sociais não oferecem variabilidade suficiente para impedir definições substancialistas significa o esgotamento teórico dos conceitos.

Face ao dilema da segregação, precisamos de um conceito que nos abra portas. Uma das formas para tentar superar o binarismo essencialista é pensar a relação entre indivíduo e sociedade como uma dualidade.

11 Fuchs, Stephan, *Beyond Agency*, Sociological Theory, vol.19, nº1, 2001, p. 26.

12 Goffman, Erwin, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, Lisboa, Relógio d'Água, 1993 [La mise en scène de la vie quotidienne, 1959].

13 Exemplos de essencialismo são as dicotomias em torno do natural e do social, do corpo e da mente, da explicação e da compreensão, só para nomear algumas.

A dualidade toma o sentido de uma ação recíproca entre as duas entidades sem que se tenha de optar por nenhuma das duas para apreender a realidade social. Uma estrutura social pode emergir quando as diferenças são anuladas e contempla a ação dos indivíduos, assim como, tem em atenção a maneira pela qual os indivíduos são determinados pelas regularidades sociais. Um dos modos sociológicos de pensar proficuamente a dualidade é a noção de *habitus*.

HABITUS

O *habitus* é um conceito antigo e teoricamente denso de espectro filosófico e sociológico que tem sido constantemente trabalhado. Embora possa não o parecer, ele é um utensílio teórico importante para contornar as dificuldades criadas pelas dicotomias material e ideal, objetivo e subjetivo, coletivo e individual, determinismo e arbítrio, como ainda a individualização. Surge pela primeira vez sob esta forma terminológica (particípio passado do verbo *habere*) na *Summa Theologiae* de Tomás de Aquino como a tradução latina da *hexis* aristotélica, uma segunda natureza do homem caracterizada por uma estabilidade incorporada a que se acresce a capacidade para se reformar. A *hexis* possui, assim, um carácter duplo: disposição comportamental durável¹⁴ que, no entanto, é permeável a novas formações uma vez que interioriza novos esquemas segundo a vontade e o hábito (*ethos*¹⁵). No *Organon*, mais exatamente no livro sobre as categorias, a *hexis* detém um lugar central na classificação dos dez predicados ou tipos de ser que qualificam o sujeito. A afinidade da *hexis* como disposição é melhor compreendida se compararmos com um termo seu semelhante, *echein*. O verbo “ter” ou “possuir” apresenta uma característica

14 Aristóteles distingue-a da *diathesis* exatamente porque esta manifesta o efêmero (como no caso de “indisposição passageira”), enquanto *hexis* exprime o duradouro.

15 Na Ética a Nicómaco, o *ethos* significa literalmente o “hábito” como um uso repetitivo ou costume. Deriva do verbo *etho*, habituar.

notável que ajuda a explicar a particularidade da *hexis*: em primeiro lugar, *echein* denota um processo que não é nem ativo nem passivo (trata-se de um verbo pseudo-transitivo porque posso dizer que tenho uma caneta, mas é implausível afirmar que a caneta é tida por mim). *Echein* não anuncia uma relação entre um sujeito ativo e um objeto que lhe é exterior, mas à semelhança da compreensão aristotélica da *hexis*, declara uma relação muito particular que o sujeito detém com os seus próprios estados e atitudes e, sobretudo, com aquilo que ele porta consigo. Em resumo, o verbo “ter” versa tudo aquilo que *comporta* uma pessoa¹⁶. A *hexis* aponta, assim, para uma possessão. Contudo, dada a sua singularidade como conceito simultaneamente estático e dinâmico, essa possessão traduz-se numa potencialidade. Com efeito, a tradução de *hexis* por *habitus*, por parte de Tomás de Aquino, presume que ela é uma disposição situada no cruzamento da potência e do ato realizado. A *hexis* localiza-se, pois, entre *dynamis* e *energeia*, na passagem do *habitus* ao *actus* (Héran, 1987: 399).

O *habitus* é, assim, um esquema transferível que habita o sujeito e que o faz habitar novas possibilidades e capacidades. É um conceito de mediação e comutação intermediária entre o depósito de experiências passadas (*habitud*) e deposições para a ação futura. Mas o que é surpreendente é a sua componente depositária se erigir numa capacidade transformativa em que a parte passiva do *habitus* se torna ativa: o *habitud* faz-se, então, *habilitas* (aptidão) (Héran, 1987: 393). O *habitus* é, então, uma disposição adquirida mas igualmente uma habilidade do indivíduo em que se regista um retorno da dimensão passiva sobre uma dimensão ativa inventiva atualizadora do passado. A flexibilidade semântica de *habitus* reenvia-nos para um espectro de compreensão do conceito que engloba tanto o resultado como o processo¹⁷.

16 Benveniste, Émile, *Catégories de Pensée et Catégories de Langue, Problèmes de Linguistique Générale*, t.1, Paris, Gallimard, 1966, pp. 63-74.

17 O mesmo acontece como os termos de “construção” ou “instituição” que simultaneamente significam o produto de um processo ou o processo ele próprio.

Podemos, então, distinguir, no âmago do *habitus*, dois constituintes diferenciados sintetizados na ideia de disposição: uma ação organizadora, habitual e repetitiva associada à pré-disposição e à propensão mas, também, uma ação criativa de atualização da pré-disposição. Estas duas dimensões subjazem às propriedades mediadoras e comutativas do conceito permitindo um reequacionar das dicotomias tradicionais. Recorrendo ao *habitus*, o antagonismo entre agência e estrutura, ou subjetivismo e objetivismo desaparece para dar lugar a uma relação dialética constitutiva do indivíduo enquanto ser social.

Infelizmente, a unidade entre *habitus* e *habilitas* que fazia parte do *habitus*, como tradução latina da *hexis* grega, conheceu, no séc. XIX, uma desintegração fundamental. Com efeito, começa-se a desenhar uma nova concepção do *habitus* que já não recolhe influência da filosofia mas das ciências ditas exatas e da experimentação laboratorial. Ela pauta-se por se concentrar no pólo do *habitus* sem qualquer referência à *habilitas*. Deixa-se, assim, de falar em *habitus* para se falar em hábitos¹⁸. Esta diferença havia já sido introduzida aquando da tradução francesa de Tomás de Aquino da sua tradução de *hexis* por *habitus*. A tradução francesa não manteve o conceito latino original e introduziu dois registos que não existiam originalmente traduzindo *habitus* por *habitudes*. Fez com que *habitus* e *habitus* parecessem ser o mesmo conceito quando, na verdade, supõem entendimentos diferenciados. *Habitus-hexis* e hábitos-*habitudes* tornaram-se indistintos apesar do sentido dado pelos escolásticos ao primeiro (*hexis* aristotélica) não ser traduzível no sentido de “habitude” já que nem Aristóteles nem Tomás de Aquino a mencionam (Héran, 1987: 391).

18

Em português a diferença morfológica e semântica não é notória. Porém, no idioma francês, regista-se facilmente uma distinção entre o hábito que deriva de *habitus* e o hábito referente a “habitudes” (derivando do latim *habitus*).

Com a emergência das ciências biológicas e, especialmente, do behaviourismo e do evolucionismo, o hábito adquire o sentido de um automatismo e comportamento elementar das espécies animais, no seguimento de *habitudō* (como arquivo comportamental) contra o *habitus-hexis*. É assim que Darwin refere os hábitos dos insetos britânicos, comparando o hábito a uma espécie de instinto: “Se supusermos que uma ação habitual pode ser herdada – e eu creio que pode ser demonstrado que tal por vezes ocorre – então, a semelhança entre o que originalmente foi um hábito e um instinto torna-se tão próxima ao ponto de não se poderem distinguir” (Darwin, 1985: 235). No âmbito da fisiologia experimental o interesse pelo hábito – não pelo *habitus* – manifesta-se ao nível do estudo dos movimentos reflexos e da ação condicionada de Pavlov. O hábito é, assim, considerado um sinónimo dos reflexos adquiridos sendo mencionado relativamente ao comportamento estandardizado produzido após a decapitação de galinhas ou da amputação de rãs (Camic, 1986: 1048).

É na passagem histórica do *habitus* como ideia filosófica para o hábito como instrumento do positivismo científico que se abre um crescente distanciamento crítico entre os dois e a consequente desvalorização e denegrição do primeiro face ao segundo.

Contra o experimentalismo e a eficácia prática de um hábito como automatismo rotineiro e reflexo dos organismos naturais (e do ser humano), a noção dialética do *habitus* nada pôde. Perdeu-se a aptidão mediadora entre interioridade e exterioridade face a um hábito visto como mecanismo de fronteira entre o inato e o adquirido e como uma reação imediata face a determinados estímulos que carece de significação intencional por parte do indivíduo¹⁹. O potencial filosófico do *habitus* foi, como tal, suprimido.

19

Muitos provérbios nascem desta compreensão científica do hábito. Sem falar no famoso “o hábito faz o monge”, diz-se em inglês “We first make our habits then our habits make us”.

Contudo, o termo ressurgiu, no séc. XX, na filosofia²⁰ tendo a sociologia aproveitado todo o potencial inscrito no conceito. Durkheim e Weber não deixam de incluir, em várias obras, o *habitus* no seu horizonte de reflexão (vide Camic, 1986: 1050- 1087) mas é em Mauss em *La Technique du Corps*, em Elias no *Über den Process der Zivilisierung*, mas sobretudo, em Bourdieu que o *habitus* renasceu e adquiriu um sentido sociológico aprofundado.

O objetivo e o subjetivo não são meras dimensões ou fatores que possamos atribuir à realidade social, mas apenas conceitos emparelhados num antagonismo genérico e abstrato. Como constatámos anteriormente, nenhuma das posições pode compreender a dupla natureza dos fenómenos sociais. O construtivismo genético de Pierre Bourdieu²¹ insere-se numa visão dualitária do mundo apreciando não apenas as condições materiais, como as condições simbólicas que o compreendem (Bourdieu, 1980: 241). Ele considera que apenas o relacionamento dos fatores externos condicionantes da vida social com a capacidade agencial e interpretativa dos indivíduos pode ser adequada para as ciências sociais. Em sociedade, os indivíduos encontram-se materialmente condicionados, mas este condicionamento é influenciado pelas experiências e representações individuais. A vida social existe, assim, na articulação entre uma experiência mediada simbolicamente e estruturas sociais que a afetam, mas que lhe são prévias e independentes²². "Se tivesse

20 Em *Erfahrung und Urteil*, Husserl refere um *habitus* pré-construído que estrutura as nossas expectativas e interesses, e que é alterado por cada experiência individual num duplo processo de deposição e reactivamento; Schütz refere várias vezes em *The Structures of the Life-World* um *habitual knowledge* como parte das províncias de significado; e Merleau-Ponty fala, em *Phénoménologie de la Perception* do hábito como um saber prático que nada tem de automatismo procurando ultrapassar as alternativas do intelectualismo e do empirismo.

21 Brubaker, Rogers, *Rethinking Classical Theory- the sociological vision of Pierre Bourdieu*, Theory and Society, 14, 1985, pp. 745-775 oferece um interessante comentário ao pensamento de Bourdieu e uma perspectiva do conjunto da sua obra.

22 "Os sistemas simbólicos, como instrumentos de conhecimento e de comunicação, só podem exercer um poder estruturante porque são estruturados" (Bourdieu, 1989 a: 9).

se caracterizar o meu trabalho em duas palavras – como rotular é moda nos tempos que correm - eualaria em *estruturalismo construtivista* tomando o termo estruturalismo num sentido muito diferente daquele da tradição de Sausurre ou Lévi-Strauss. Por estruturalismo ou estruturalista, pretendo dizer que existe, dentro do próprio mundo social e não apenas nos sistemas simbólicos (linguagem, mitos, etc), estruturas objetivas, independentes da consciência e da vontade dos agentes, que são capazes de guiar e condicionar as suas práticas ou as suas representações. Por construtivismo, entendo que existe uma génese social bi-partida (*two-fold*): por um lado, os esquemas de percepção, pensamento e ação que constituem aquilo a que chamo *habitus*; por outro lado, estruturas sociais e particularmente aquilo que designo por campos e grupos, em especial, aqueles a que chamamos classes sociais” (Bourdieu, 1989: 14).

A reflexão de Bourdieu em torno da realidade social reflete, assim, uma perspetiva complementar entre as regularidades sociais e os indivíduos que pretende resolver o problema da agência e da estrutura com base numa dualidade (Sewell, 1989).

Indivíduo e estruturas não são unidades de análise irreduzíveis em si. Pelo contrário, são meditadas segundo uma articulação dual de efeito recíproco entre as estruturas e os indivíduos e vice-versa. Isto significa, contra um essencialismo substancialista, que objetivismo e subjetivismo encetam uma relação dialética entre si. A análise do sociólogo francês é espoletada pela questão de como o “exterior” social e o “interior” individual se moldam entre si a partir da premissa de saber como pode o comportamento social ser regulado sem que seja entendido como o produto de obediência estrita e rigorosa a regras²³.

23

Maton, Karl, *Habitus*, In Grenfell, M. (ed) *Pierre Bourdieu: Key concepts*, London, Acumen Press, 2008, pp. 49-65.

O *habitus* possui, nesta concepção, um papel de destaque como conceito comutador que procede à mediação entre estruturas e práticas. Ele salienta o modo como o indivíduo carrega nas suas práticas as estruturas sociais, a História da sua sociedade, e decide certas ações em concordância. Além disso, enquanto processo ativo e contínuo, compromete praticamente o indivíduo a fazer a História. Procurando escapar ao realismo das estruturas sociais (Elder-Vass, 2012) (o qual reifica as relações objetivas da realidade social ao constituí-las fora da esfera da ação do indivíduo ou do grupo), o estruturalismo construtivista pretende passar do resultado ao processo, do *opus operatum* ao *opus operandi*, dos resultados reproduzidos ao princípio de produção. Ele visa dar conta do processo de interiorização da exterioridade e de exteriorização da interioridade. O *habitus* é, assim, definido como “o sistema de disposições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, isto é, enquanto princípio de geração e estruturação de práticas e representações que podem ser objetivamente reguladas e regularizadas (*réglés et régulières*) sem serem o produto da obediência a regras objetivamente adaptadas ao seu fim, sem supor uma sua intenção consciente e sem o domínio expresso das operações necessárias para as atingir, e, sendo tudo isto, [como se fossem] coletivamente orquestradas sem que sejam o produto de uma ação organizadora de um maestro” (Bourdieu, 2000: 256). Ele implica que compreendamos os fenômenos sociais de perspectiva dual a partir da qual não apenas é necessário ter em consideração o objeto social de conhecimento, como ainda, incluir o conhecimento que os indivíduos possuem desse objeto. Trata-se, então, de pensar um pensamento da realidade social como contribuindo para a eficácia dessa realidade (Bourdieu, 2003: 544).

Estamos perante a recuperação do sentido forte do *habitus*²⁴ que procura rejeitar liminarmente o sentido de hábito²⁵ enquanto produto acabado de práticas - na medida em que sublinha, quer um princípio generativo da ação, quer as estruturas implícitas das práticas, numa conjugação equilibrada entre o individual e o coletivo.

Isto é, a preocupação em torno da noção prende-se com o objetivo de formular uma teoria da prática. Um princípio generativo de práticas estruturantes não significa um sistema de categorias universais - como advoga um idealismo antigenético - mas um sistema de esquemas incorporados e adquiridos que funcionam num estado prático e para a prática (ou seja, para determinar procedimentos da ação e não apenas do entendimento).

As estruturas do *habitus* como matrizes de percepção e apreciação de toda a experiência, em que as práticas derivam do encontro entre a situação social e o próprio *habitus*. Por isso, Bourdieu fala num conhecimento praxiológico (Bourdieu, 2000: 235) que tem por objeto, quer as estruturas objetivas, quer as relações dialéticas que se estabelecem entre essas estruturas objetivas e as disposições estruturadas nas quais elas se atualiza e tendem a reproduzir; se quisermos, a praxiologia refere precisamente o duplo processo de interiorização da exterioridade e de exteriorização da interioridade. As práticas não como resultado puro do *habitus* mas como corolário das relações entre o *habitus* e as circunstâncias sociais. Elas anunciam-se fundando-se na execução, rejeitando uma teoria da ação como simples realização do modelo. Porque os investigadores sociais se situam num plano analítico exterior à realidade estudada, eles têm tendência a compensar essa distância mapeando culturalmente a

24 "Parece-me, com efeito, que, em todos os casos, os utilizadores da palavra *habitus* se inspiravam numa intenção teórica próxima da minha, que era a de sair da filosofia da consciência sem anular o agente na sua verdade de operador prático de construções de objetos" (Bourdieu, 1989 a: 62).

25 "Eu escrevi *habitus* para não dizer hábito", Bourdieu P, Wacquant L, *An Invitation to Reflexive Sociology*, Cambridge, Polity Press, 1992, p. 122; Cf. Maton, Karl, *Habitus*, In Grenfell, M. (ed) *Pierre Bourdieu: Key concepts*, London, Acumen Press, 2008, p. 11.

sociedade observada. Esse mapeamento caracteriza-se por se situar fora de um quadro temporal (a sua capacidade persuasiva surge do seu carácter genérico) e a salientar um sistema de regras objetivas que partituram intransigentemente as interações sociais. Contra uma teoria da ação, Bourdieu contrapõe uma teoria da prática em que sublinha o modo como uma cultura se baseia em princípios práticos e não num conjunto de regras imperativas. O que guia as interações sociais não são princípios abstratos *a priori* ao seu desempenho, espécie de guião em que os indivíduos seriam atores sem autonomia, mas uma constante improvisação que é construída no momento das interações na medida em que assenta num conjunto de regras práticas. Bourdieu demonstra-o numa dissertação de carácter etnológico a propósito do sentido de honra dos homens Cabila, povo berbere que habita o nordeste da Argélia (Bourdieu, 2000: 19-60).

Os indivíduos não dependem de regras prévias que determinem solipsisticamente o curso da sua ação, dependendo sim de um sentido prático baseado nas atitudes da comunidade. O que é aí importante é o modo como as ações individuais são interpretadas e apropriadas pelos seus pares. O sentido de honra emerge desta abertura do sentido prático que decide, de forma pragmática e consoante o contexto social, a sua reprovação ou louvor²⁶. Os indivíduos não seguem um modelo, eles imitam as ações dos outros indivíduos. Os esquemas estruturados e estruturantes circulam de prática em prática sem serem objeto de uma aprendizagem consciente ou explicação. Porque princípio generativo, o *habitus* não obriga a que a sua aquisição se reduza a uma aprendizagem mecânica caracterizada pela tentativa e erro ou que derivem somente de uma intenção consciente.

26

Este entendimento alude à crítica das regras dos jogos de linguagem por parte de Wittgenstein. Este argumentava que as regras são sempre sociais e, consequentemente, compreensíveis apenas no contexto da sua aplicação. "A maneira como a fórmula é intencionada determina quais são as transições a fazer. Qual o critério para como a fórmula foi intencionada? Um pouco *a maneira como a usamos continuamente*, como nos foi ensinado a usá-la" (sublinhado nosso), Wittgenstein, Ludwig, *Tratado Lógico-Filosófico/ Investigações Filosóficas*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2002, p. 313.

As sociedades detêm, sob a forma aparente da espontaneidade, formas de inculcação assentes em exercícios estruturais que transmitem as formas de domínio prático e das maneiras de ser e fazer. A praxiologia defende, assim, que as relações sociais existem dentro de uma negociação mútua baseada em interações práticas.

Eis o *habitus* como produto da história (estruturas estruturadas) mas igualmente como produtor de história (estruturas estruturantes) já que motiva as práticas individuais e coletivas através de crenças, percepções e sentimentos. Ou de forma mais simples, como sistema de disposições internalizadas que medeiam as estruturas sociais e as práticas, sendo moldados pelas primeiras e reguladoras das segundas. Não é, por isso, acertado afirmar que as ações coletivas são a causa ou o efeito de tal acontecimento (individual ou coletivo): eles são, antes, vistas como resultado de uma conjuntura, isto é, de uma conjunção necessária de disposições individuais e acontecimentos objetivos coletivos.

O que é fundamental na teoria sociológica do *habitus* é que ele recupera a *hexis* aristotélica, e confere-lhe uma preocupação marcadamente sociológica com o fim de ultrapassar, de forma dual, a dicotomia entre objetivismo e subjetivismo, através do estabelecimento de um nexos de proximidade entre as estruturas sociais e as estruturas mentais.

Ambas as estruturas encontram-se interligadas numa associação dualística de constituição e correspondência mútua. Se o *habitus* inicia esse movimento, é a ideia de campo que o realiza em pleno já que, tal como o *habitus* informa as práticas individuais, o campo social define a amplitude de movimentos e posicionamentos possíveis dentro do espaço social²⁷.

27

Cf. Wacquant, Loic, *Pierre Bourdieu* In Stones, Rob (ed.), *Key Contemporary Thinkers*, London and New York, Macmillan, 2006, p. 269.

Ao equilibrar e enquadrar, no contexto da grelha sociológica, o *habitus* juntamente com a noção de campo, Bourdieu substitui à relação abstrata entre indivíduo e sociedade a relação construída entre a história que se encarna nos corpos como disposições, e a história objectificada materialmente (como sistema de posições e de capital social). A originalidade de semelhante entendimento, como dissemos, é o seu carácter dual: nem o *habitus*, nem o campo podem ser apreendidos como determinando unilateralmente a ação social.

É necessário que haja um encontro entre disposição e posição, ou entre estruturas mentais e estruturas sociais, para gerar as práticas. Isto significa que a explicação dos fenómenos sociais obriga a contemplar, separadamente, mas em conjunção, a dimensão social dos indivíduos, bem como as condições particulares em que posição e disposição se defrontam²⁸. Contra o estruturalismo clássico, a teoria sociológica do *habitus* reconhece a construção ativa do mundo social e influência sobre as estruturas fornecendo, ao mesmo tempo, uma teoria dual da socialização e da individualização: socialização porque as categorias individuais de juízo e ação advêm de um contexto social que fornece esses esquemas de pensamento; de individualização porque cada indivíduo, dada a sua posição específica na grelha social, internaliza de forma singular uma combinação particular de esquemas.

28

Um corolário particularmente interessante é o facto de isto significar uma certa sociologização (e consequentemente, relativização) da *doxa* e da atitude natural da fenomenologia. A sociologia de Bourdieu questiona a atitude natural como uma invariante existencial sugerindo uma articulação como as categorias subjectivas e objetivas. E deixa em aberto que cada grupo social possa desenvolver a sua própria *doxa* se a entendermos como conjunto de opiniões fundamentais e crenças inquestionáveis que ligam os indivíduos entre si (por exemplo, a crença no procedimento racional entre a comunidade científica).

O *HABITUS* E O PRINCÍPIO SOCIO-ANTROPOLÓGICO DE PUBLICIDADE: A CRÍTICA À DUALIDADE SUBJACENTE AO *HABITUS* DE BOURDIEU

Decorre disto que deixa de haver as dicotomias convencionais da teoria social tradicional, entre indivíduo e sociedade, sujeito e objeto, apenas indivíduos interagindo entre si. Este é um dos seus pontos fortes que aproximam o *habitus* da publicidade. A adequação das práticas sociais decorre não tanto de um sistema exterior de prescrições *a priori* mas do modo como os indivíduos as consideram socialmente apropriadas e em consonância com as suas noções coletivas de ordem social e legitimidade. Ou seja, mais do que uma regra explícita anterior, existe uma compreensão pública que a determina essas noções²⁹ (estrutura, 2000: 480).

A ideia do *habitus* como uma orquestração coletiva sem maestro revela uma afinidade com o processo publicitário no qual uma moral e ação coletiva se vão formando e regularizando sem que haja necessariamente a participação de uma entidade reguladora institucionalizada. Na publicidade, os indivíduos encetam relações sociais surgindo como produto dessa interação um conjunto de ideias (as ideo-lógicas) (Mateus, 2012) que orientam a percepção dos indivíduos relativamente à sua própria conduta e à dos outros. Ela esconde uma potencialidade inscrita para formar orientações sem que elas obedeçam a um sistema de prescrições prévio. São as interações sociais que levantam publicamente um problema e que o conduzem coletivamente de forma prática.

29

Contudo a teoria sociológica do *habitus*, proposta por Bourdieu, não desenvolve esta intuição o que resulta numa conceção fragmentária e incompleta.

Podemos até compreender melhor a afinidade entre *habitus* e publicidade pensando o quanto o acordo entre um sentido prático e sentido objetivo depende da existência de um mundo de sentido comum, o qual permite a harmonização das experiências individuais e coletivas e a sua integração numa concepção idêntica da experiência. Como se a homogeneização objetiva do *habitus* de grupo resultasse de uma homogeneidade das condições de existência (Bourdieu, 1980: 98), a que chamaríamos de princípio de publicidade. Sendo o *habitus* uma espécie de lei implícita (*lex insita*), a publicidade seria como que o espaço simbólico onde esse lei se inscrevia socialmente. *Habitus* e publicidade parecem, deste modo, insistir sobre o caráter composto da experiência social onde indivíduos e regularidades sociais (estruturas) são simultaneamente instâncias legisladoras e instâncias inscritas, estruturações e estruturamentos (King, 2004).

O *habitus* como código social comum tem de ser visto em articulação com as competências sociais de mobilização coletiva que são apanágio do princípio de publicidade.

Um grupo social necessita de instituir a relação prática com o mundo em manifestações públicas de autorrepresentação. A publicidade pode, assim, ser considerada com o princípio social através do qual o *habitus* se apreende como consciência coletiva definindo de forma prática os limites do pensável e do impensável, isto é, os lugares comuns, e contribuindo, deste modo, para a sua perpetuação. O princípio que faltava para que efetivamente o *habitus* proceda à exteriorização da interioridade e à interiorização da exterioridade. Sem ele, o conceito existe num vazio simbólico, num vácuo social, numa esterilidade que não permite perceber o como e o quando o plano individual se cruza com o plano coletivo.

Sejamos claros: não basta um *habitus* para operar a mediação entre estruturas mentais e estruturais sociais; é, igualmente, preciso incluir o princípio de publicidade.

Por aqui se percebe que a teoria sociológica do *habitus*, tal como defendida por Bourdieu, não poderá responder de forma cabal ao repto que lhe foi lançado: a de conciliar objetivismo e subjetivismo, e sobretudo, de ultrapassar o pensamento dicotômico do indivíduo e da sociedade.

Não só não contempla o princípio de publicidade, como também revela algumas fragilidades na argumentação teórica.

A sua vantagem em trabalhar articuladamente os conceitos de *habitus*, campo e práticas sociais revela-se simultaneamente uma desvantagem. Porque, embora a intenção teórica seja irreprensível e original, a verdade é que o sociólogo francês cai na sua própria armadilha. Digamos que, ao procurar contornar a cilada do objetivismo e do subjetivismo, ele cria uma outra cilada ao colocar o *habitus* como um *deus ex machina* teórico, como um artifício todo- poderoso capaz de reatar as pontas soltas de uma sociologia individualista e de uma sociologia holista.

Embora Bourdieu reaja com veemência contra o objetivismo que grassa na ciência social (Bourdieu, 1980: 43-86), o seu próprio modelo teórico encerra uma contradição já que acaba por envolver aquilo que pretende criticar. Recorde-se que ele molda o *habitus* como a fonte de práticas "objetivas" mas é ele próprio um conjunto de princípios generativos "subjetivos" produzidos pelas estruturas "objetivas" que delimitam a vida social. Isto significa, em primeiro lugar, uma certa ideia de determinismo que, apesar de reprimida, aflora no *habitus*. Não obstante, pretender sair do círculo vicioso do objetivismo e do subjetivismo, o modo de associação entre estruturas objetivas, *habitus* e práticas sociais, pauta-se pela determinação.

As estruturas produzem o *habitus*, o qual gera práticas, as quais, por sua vez, reproduzem as estruturas (Jenkins, 1982: 273). Tal entendimento salienta um problema de circularidade: estruturas que reenviam para práticas que reenviam para estruturas e que, em última análise, subentende uma compreensão determinística do debate entre agência e estrutura.

Se a realidade objetiva determina as práticas sociais, então, o único procedimento a seguir, é a conformidade com os ditames da realidade objetiva, patenteando um modelo causal baseado numa determinação material. Torna-se, afinal, evidente que a teoria da prática ou praxiologia, se constituía um pilar fundamental juntamente com o *habitus* para superar o objetivismo ou o subjetivismo, não foi senão um passo hesitante que não teve o desenvolvimento que merecia e que por isso acaba por ser um momento do determinismo e do objetivismo que a formulação de Bourdieu subentende.

Se as práticas poderiam significar o enriquecimento criativo das estruturas sociais, a verdade é que elas pressupõem uma conformidade reprodutiva em relação a essas próprias estruturas. Ao ler Bourdieu, notamos um entendimento das práticas que, em última análise, reificam as estruturas sociais. Em vez de significarem a fase subjetiva do processo social, elas acabam por resumir as próprias estruturas que lhes deram origem. É deste modo que o determinismo³⁰ se liga a um objetivismo.

Entre o *Esquisse d'une Théorie de la Pratique* e o *Le Sens Pratique* passam oito anos em que a tônica dada às práticas do primeiro livro desaparece para dar lugar a uma dialética entre a prática e a estrutura. Se no *Esquisse* sobressai a natureza intersubjetiva e prática da realidade social, no *Le Sens Pratique* a prática só é enfatizada na sua relação com a estrutura, como se Bourdieu tivesse receio de cair numa sociologia individualista. Por ironia, ao procurar fugir de um radicalismo, ele acaba por cair no outro quando não assume por inteiro a sua teoria da prática. O *habitus* é o veículo dessa retirada e consequentemente da incursão no objetivismo (King, 2000: 423).

30 Este determinismo coloca sérias dificuldades à teoria dos *habitus* já que os seus corolários implicam a negação da possibilidade da dinâmica social. Se o *habitus* é determinado pelas condições objetivas assegurando uma ação apropriada de acordo com a posição social do indivíduo, e se ele consiste em disposições e categorias inconscientemente internalizadas, então, a mudança social é quase impossível. As ações seguiriam as condições objetivas estruturais e, por conseguinte, iriam simplesmente reproduzi-las ao repetir as mesmas práticas. Estas seriam determinadas por disposições *a priori* que, por esse facto, anulariam qualquer ímpeto de criatividade, adaptabilidade ou capacidade estratégica (cf. King, 2000: 427).

As consequências ao nível da individualização são claras: uma teoria de contornos solipsistas onde o indivíduo fica demasiado preso à estrutura social objetiva sem ênfase na dimensão interativa e intersubjetiva destacada na teoria da prática contida no *Esquisse*. A origem da ação individual reside, sobretudo, nas estruturas objetivas que o confrontam, e não tanto na lógica prática englobada nas interações com os outros indivíduos. "Cada agente, intencionalmente ou não, é um produtor e reproduzidor de sentido objetivo. Porque as suas ações são o produto de um *modus operandi* do qual ele não é o produtor nem possui domínio consciente, e contêm uma «intenção objetiva», como os Escolásticos dizem, que ultrapassa sempre as suas intenções conscientes" (Bourdieu *apud* King, 2000: 424).

Ao retirar ao indivíduo a capacidade de dominar as suas próprias estratégias sociais, Bourdieu entra em contradição com o que escreve no *Esquisse* a propósito da rejeição da redução da vida social a um repertório de regras ou a um conjunto de discursos e ações prévias (Bourdieu, 2000: 228).

Procurando evitar uma leitura demasiado racionalista do indivíduo como seguidor de regras, o sociólogo francês acaba por submergir as práticas sociais num conjunto de estruturas de regras objetivas a que os indivíduos aderem de forma espontânea. Abandonando as intuições iniciais do conhecimento praxiológico incluído no *Esquisse*, Bourdieu opera um retorno ao objetivismo do qual pretendia escapar (à custa do apagamento da riqueza das relações intersubjetivas, descritas a propósito do sentido da honra na comunidade Cabila, mas também na sua crítica do entendimento convencional da dádiva) e introduz uma compreensão dual do processo social onde o indivíduo é apresentado como tendencialmente subordinado à estrutura social.

"Bourdieu perspetiva o *habitus* de forma flexível para poder mediar entre o *opus operatum* da estrutura e o *modus operandi* das práticas; estrangendo a ação social mas sem a determinar definitivamente (...). Contudo, apesar das alegações de como é

suposto o *habitus* operar, a definição que Bourdieu dá leva-o a não poder fazer mais do que apagar a virtuosidade dos atores sociais e a natureza intersubjectiva da realidade social. Se lermos Bourdieu atentamente, o *habitus* marca o momento em que ele colide de volta com o objetivismo sociológico que ele putativamente rejeitava, voltando uma vez mais para a ontologia social dual do indivíduo isolado, por um lado, e da estrutura objetiva, por outro lado" (King, 2000: 426).

Na sua fórmula circular e totalizante, o *habitus* realiza-se em si mesmo, em que a sua capacidade generativa se replica a si própria. A propriedade comutativa é operada num fechamento prático que reenvia "esquemas" para "práticas" e vice-versa: "a propriedade apropria-se do seu proprietário incarnando-se na forma de uma estrutura generativa de práticas perfeitamente conformes à sua lógica e às suas exigências" (Bourdieu, 1980: 96). Mas curiosamente, o carácter circular não esgota o conceito de *habitus*. Podemos percebê-lo igualmente no âmbito de um modelo linear. No primeiro caso, sobressai o *habitus* como sistema de esquemas capazes de orientar as práticas (Bourdieu, 1980: 438), enquanto no segundo ele é descrito como o produto da estrutura (Bourdieu, 1980: 92). Neste caso, salienta-se um causalismo simples que se realiza de forma descendente³¹: o universo social fundado em regularidades observáveis (como instituições e mecanismos estruturais) incide sobre o *habitus*, o qual, por sua vez, incide sobre as práticas. O fechamento circular concretiza-se, assim, neste modelo linear. Regressando ao objetivismo que pretendia criticar, o *habitus* pauta-se por ser uma propriedade estrutural absorvida individualmente, hábitos incutidos e incorporados progressivamente desde a infância, como se fossem camadas que se fossem acomodando ao longo da vida como *habitus* primário, secundário, etc fornecidos pela educação³². Enquanto força

31 Aliás, está próximo de uma amálgama descendente.

32 Esta perspectiva ressalta, por exemplo, na análise feita ao sistema educativo francês em Bourdieu P, Passeron JC, *La Reproduction- éléments pour une théorie du système d'enseignement*, Paris, Éditions de Minuit, 1970.

estruturante, o *habitus* Bourdesiano posiciona-se de um lado tendencialmente objetivista falhando no fim proposto de fazer a mediação teórica entre a ação individual e a influência das estruturas sociais nessa ação. O *habitus* marca decisivamente os indivíduos pelo forte condicionamento que lhes impõe e impedindo a dinâmica individual: ou o conceito age sobre os indivíduos que lhe estão passiva e inapelavelmente expostos (modelo linear), ou o indivíduo age sem liberdade criativa porque atualiza as estruturas objetivas implícitas no *habitus* (modelo circular).

UMA RECONCEPÇÃO DO *HABITUS*

Portanto, a formulação sociológica do *habitus*, por parte de Bourdieu, não resolve as contradições que o debate entre agência e estrutura encerra.

Pelo contrário, ao procurar uma solução, esta forma dual redundando num dos polos da equação, mais exatamente, no poder coercivo e objetivo da estrutura social sobre o indivíduo. A dualidade aqui presente funde a dinâmica individual na regularidade objetiva afogando-a num conceito de *habitus* muito estático e rígido. Se a *hexis* aristotélica poderia fornecer um bom princípio de reflexão para o problema da relação entre indivíduo e sociedade dentro do princípio de publicidade, a sua tradução latina elimina muito do potencial individual nele contido ao não contemplar um poder criativo e dinâmico. E tudo porque não identifica como sendo central a seguinte questão: onde se situam essas estruturas estruturadas e estruturantes?

Bourdieu evoca o assunto falando alternadamente do corpo (numa referência a Mauss), instituições, ou do campo social. Contudo, assim definido, ele é vago e paradoxal: está em toda a parte e não está em nenhuma. É necessário perguntar como a reprodução

simbólica ocorre, como é que os símbolos explícitos são implicitamente incorporados, como é que podemos pensar a passagem das estruturas estruturadas a estruturas estruturantes sem um *habitus* de contornos objetivistas, se quisermos, pensar como a vida coletiva e vida individual se alimentam mutuamente.

Face à fragmentação da experiência social das sociedades contemporâneas, impõe-se a ponderação acerca das modalidades de transmissão e inscrição da memória histórica de modo a compreendermos como as disposições individuais se radicam em estruturas coletivas e, estas se devem à iniciativa individual.

A publicidade pode fornecer-nos um quadro de análise preciso, a esse nível. Colocados nas intersecções entre diferentes níveis da experiência social, os indivíduos caracterizam-se por utilizarem diferentes esquemas interpretativos, diversas maneiras de construir a coerência perante a multiplicidade de desafios que se lhes apresentam. O princípio de publicidade ajuda-nos a perceber como no seio da sociedade, os indivíduos levam a cabo processos específicos de estruturação (Stones, 2007) que desafiam a unificação e abstração do *habitus*.

Perante a dinâmica das disposições que os indivíduos trabalham todos os dias, é preferível falar de hábitos sociais para dar conta dos sub-universos sociais que as sociedades contêm.

Contra um determinismo nomológico das representações permitido pelo *habitus* de Bourdieu, propomos um reequacionar da ideia de hábito para dar conta da experiência social fluida assente numa dinâmica da dispersão e de individualização. "À medida que o indivíduo é produzido como novo centro de construção da coerência, as disposições transformam-se em instrumentos dessa construção. Estruturas socialmente estruturadas estruturantes do indivíduo, elas tornam-se também estruturas individualmente reestruturadas estruturantes do indivíduo e do social" (Kaufmann, 2007: 153).

Habitus e hábitos tornam-se, assim, concepções diferenciadas.

Enquanto o *habitus* resume uma trajetória social estabilizada decorrente da aplicação da fórmula generativa, os hábitos, num sentido plural, muito diferente do sentido behaviourista e fisiologista do séc. XIX, indicam um movimento permanente de reativação de esquemas e disposições baseado numa reflexividade social que cria e recria o indivíduo. Face a um *habitus* que enforma as práticas individuais, os hábitos, na reconcepção aqui proposta, designam disposições sociais que são ativamente interpretadas na publicidade por parte do indivíduo. Eles surgem da recombinação reflexiva de diferentes esquemas de ação que a sociedade lhe fornece³³.

Os hábitos definir-se-iam, de acordo com esta perspetiva renovada publicitária, como o conjunto de esquemas socialmente incorporados que regulam a ação. Em vez da posse, como é enfatizado no *habitus*, o que caracteriza a relação do indivíduo como os hábitos é da mútua constituição. O homem social é feito de hábitos (Kaufmann, 2007: 158). Eles não se limitam a reproduzir estruturas sociais já constituídas, os hábitos individuais formam-nas, são-lhes constituintes. Os homens possuem um património de hábitos que compreende uma segunda natureza e que lhes marcam o carácter, tanto no seu aspeto pessoal como coletivo.

Aqui os hábitos distinguem-se radicalmente do *habitus* porque, pela sua dinâmica aberta e reflexividade ínsita, eles operam a dupla função de conservação do passado e de reformulação ativa do presente. Se os hábitos não podem ser completamente discerníveis da repetitividade espontânea, eles não podem, contudo, ser reduzidos a ela.

33

"Os atores sociais passam facilmente para o outro lado do espelho e interrogam-se relativamente a si próprios e aos outros. Eles experimentam mesmo uma certa volúpia ao tentar explicar porque fazem aquilo que fazem e como eles constroem a sua experiência. Nós devemos perceber nas histórias mais pequenas e triviais, os conflitos e tensões que estruturam a vida social mais global" (Dubet, 2007: 105).

Serão assim os hábitos, o conceito plural que poderá mediar entre o determinismo da estrutura e a agência do indivíduo.

A abertura dos hábitos à reflexividade e a encadeamentos fluidos de diferentes esquemas não apenas auxiliam a produção da identidade individual, como ainda oferecem espaços de escolha pessoal que combatem a rotinização dos esquemas que servem de referência na incorporação das estruturas nas práticas sociais.

Na dualidade entre indivíduo e sociedade não podemos imaginar radicalismos: nem um comportamento lúcido de constante reflexividade por parte dos indivíduos, nem estruturas sociais totalmente condicionadoras das práticas. O *habitus* de Bourdieu sabia-o. Todavia, redunda num objetivismo que se aproxima da segunda hipótese.

Em contraste, precisamos de reconhecer um conceito que não caia nem na quimera da reflexividade permanente, nem na ilusão da estrutura determinista. Os hábitos preenchem esse vazio conceptual porque consagram a articulação de segmentos segundo diferentes níveis de incorporação. Os esquemas que os indivíduos interiorizam são utilizados de forma dinâmica como instrumentos da ação situando-se entre a homogeneidade das estruturas e os ajustes operatórios que as escolhas individuais implicam (Kaufmann, 2007: 159).

Os hábitos são, assim, cadeias operatórias que rompem que o substancialismo que, em última análise, o *habitus* significa. Com base neste suposto substancialismo, podemos diferenciar os hábitos do *habitus*. Este supõe uma grande homogeneidade da realidade social, conforme exemplifica a sua ligação com a ideia de campo. Ele é entendido como um modo de comportamento adquirido uniforme e transferível de contexto para contexto. Contudo, cada indivíduo não dispõe de um *habitus* singular mas de uma multiplicidade de hábitos ligados a diversas situações de socialização (a escola, a família, as colectividades, as associações, etc). "Todo o corpo (individual) mergulhado numa pluralidade de mundos sociais encontra-se subme-

tido a princípios de socialização heterogêneos, e por vezes mesmo contraditórios, que ele incorpora” (Lahire, 2001: 50).

Munido de variados repertórios da ação, o indivíduo atualiza os hábitos em função do contexto³⁴. Em cada situação social, são exigidas diferentes competências que passam por um processo de mobilização ou inibição dos hábitos. Por outro lado, a teoria da prática de Bourdieu reduz o *habitus* a uma modalidade da ação que se caracteriza pela não-reflexividade. Afastando-se das teorias intelectualistas da prática, ele define a prática em contraste com fins intencionais, voluntários ou calculadores. A prática define-se por uma compreensão imediata da situação social, não-intencional e não-consciente, não-sistematizada e envolvida na urgência da ação.

Na proposta de Bourdieu, o mundo social é descrito como um mundo da urgência constante onde somos levados a produzir desempenhos imediatos e irrepetíveis com vista a fazer face a situações inesperadas que exigem o imprevisto (Lahire, 2001: 255). Contudo, nem todas as ações podem ser consideradas como sendo “programadas” pelo *habitus*. Existe toda uma gama de ações planificadas e conscientes que não salientam esse carácter automático da prática e que permitem pensar o indivíduo como agente reflexivo capaz de se distanciar dos hábitos adquiridos (Lahire, 2001: 250). Além disso, os próprios hábitos possuem uma natureza heterogênea ao ponto de Lahire diferenciar *habitus* práticos (domínio prático) e *habitus* reflexivos (domínio simbólico) (Lahire, 2001: 252). A teoria plural dos hábitos admite variações sociais assinaláveis nos diferentes contextos de socialização de cada indivíduo.

34

O homem não é apenas uma mão que labora dentro de um sistema fixo e repetitivo de regras (modelo social Taylorista), ele “é também uma *cabeça*, isto é, uma *liberdade*, ou em termos concretos, um agente autónomo capaz de cálculo e manipulação que se adapta e inventa em função das circunstâncias e movimentações dos seus parceiros” Crozier M, Friedberg E, *L'Acteur et le Système*, Paris, Éditions du Seuil, 1977.

A crítica do *habitus* conduz-nos, então, a uma teoria dos hábitos onde a reflexividade individual se joga juntamente com a regularidade das estruturas.

O que está em causa é um indivíduo plural, tal como a realidade social, que aplica diferentes formas de reflexão a diferentes tipos de ação de acordo com as necessidades que o contexto social produz. Trata-se, pois, de salientar, na realidade social, a pluralidade das lógicas de ação bem como a diversidade das formas de relação com essa ação. “Em vez de se postular *a priori*, e de uma vez por todas, a existência de uma teoria singular da prática (teoria do ator racional, teoria da ação planificada, teoria da decisão, teoria dos jogos, do sentido prático, da ação situada...), é preferível reconstituir, segundo os universos e os ambientes sociais, segundos os tipos de atores e de ação, os diferentes tempos da ação e as suas diferentes lógicas” (Lahire, 2001: 275).

De modo a compreender o papel da reflexividade nos hábitos, não podemos ficar apenas pelas disposições e posições.

Consideremos, igualmente, a dimensão interativa das relações sociais. Estas compreendem não apenas as relações entre posições (estrutura institucional), como também as relações efetivas entre os indivíduos (as estruturas figuracionais ou configurações de Elias) as quais incluem estratégias reflexivas. O problema do *habitus* Bourdeausiano é enfatizar a lógica normativa das posições e a lógica prática das disposições e desvalorizar a lógica estratégica e racional das interações. “Quando Bourdieu argumenta que o *habitus* é altamente flexível e inventivo, ele não leva seriamente em atenção que esta inventividade (...) comporta reflexividade. Por outras palavras, os atores não podem agir se não combinarem a lógica prática das suas disposições com a lógica reflexiva e calculista resultante do seu envolvimento em situações interativas” (Mouzelis, 2008: 135).

A lógica plural dos hábitos está, assim, mais perto de fomentar, de modo convincente, a dualidade entre indivíduo e sociedade.

Quanto mais os indivíduos alargam os esquemas de hábitos, mais integram em si o conjunto da sociedade; tal como quanto mais regularidades objetivas existirem, mais a reflexividade individual se faz sentir. O indivíduo trabalha continuamente para a sua unidade. Como tal, opera a transferência de um conjunto de esquemas que formam uma grelha pessoal de perceção e de integração de novos hábitos. É ao procurar a sua unidade que o indivíduo produz a pluralidade interiorizada de esquemas e que contribui para a formação de regularidades estruturadas e estruturantes. Unidade e pluralidade não são polos antagónicos, mas vasos comunicantes do mesmo processo. Com efeito, os hábitos definem-se por serem esquemas operatórios incorporados, mas, para sermos rigorosos, eles manifestam esquemas operatórios incorporados e objetivados. Incorporação e objetivação fazem a dupla natureza dos hábitos. Constatamos que as fronteiras do indivíduo e a separação entre interioridade e exterioridade se atenuam: a verdadeira interioridade é composta pela reflexividade, imaginação, a subjetividade em paralelo com o corpo socializado, com as objetivações que fazem parte da subjetividade.

O património de hábitos é essa segunda natureza que associa a dimensão interpretativa agencial e a dimensão estrutural da ação social. A distinção entre ator e sistema deve evocar-nos que o apelo social e o apelo individual não se opõem mas são dois termos de uma vida social concebida como produção contínua (Dubet, 2007: 109). A experiência social é, deste modo, uma atividade cognitiva e um trabalho duplo que a pura consideração das funções sociais e jogo de interesses, tomadas como fatores autónomos e independentes, não permite dar conta. Ela sublinha uma construção social da realidade e da estrutura da ação coletiva onde os indivíduos são limitados por certas objetivações e regularidades sociais mas onde,

também, essas estruturas sociais refletem um condicionamento imposto pelas próprias decisões individuais³⁵.

OS HÁBITOS PLURAIS E A TEORIA DA ESTRUTURAÇÃO

Repare-se que a fluidez e dinâmica introduzida pelo uso plural dos hábitos em vez do *habitus* relaciona-se com a própria noção de estruturação avançada por Giddens, a qual ajuda igualmente a salientar os aspetos centrais da ideia de dualidade, já que o que está em causa da ideia de dualidade é a superação da dicotomia entre agência e estrutura através de um mecanismo dialético que reúne a iniciativa individual e a regularidade estrutural da sociedade (Guy, 2019).

A mesma ideia encontra-se contida na definição de estruturação como um processo de relações sociais que se estruturam no tempo e no espaço por intermédio da dualidade da estrutura (*duality of structure*). Giddens esclarece esta expressão como “as regras e os recursos utilizados pelos atores na produção e reprodução das suas ações [que] são simultaneamente os meios de reprodução de determinado sistema social” (Giddens, 2005: 68). A dualidade da estrutura reverbera, assim, as ideias expostas: por um lado, ela sintetiza o axioma de que as propriedades estruturais são, ao mesmo tempo, condições e resultados das atividades realizadas pelos indivíduos, eles próprios integrando os sistemas sociais abrangidos por essas estruturas. Inspirada na distinção *langue-parole* de Saussure,

35

Os indivíduos fazem sociedade. Nenhum dos termos existe em autonomia como pólo determinístico sobre o outro. “Não existe nunca uma sociedade pura (...) visto que não existe uma ação recíproca pura mas modos particulares de ação recíproca que fazem com que a sociedade exista quando eles aparecem e que não são a causa nem a consequência, mais imediatamente já sociedade” (Simmel, 1999: 48).

Giddens descreve a estrutura como um sistema virtual de regras e recursos que são atualizados em situações de interação social num determinado contexto. Decorre daqui que as dimensões estruturantes da ação se situam previamente à ação (como suas condições) e ulteriores (como seus produtos); por outro lado, a dualidade da estrutura supõe a reciprocidade entre constrangimento e competência sublinhando uma limitação que, longe de ser determinista e totalitária, pode ser aproveitada como uma capacidade potencial (Corcuff, 2009: 45).

Integrando uma sociologia da ação, a teoria da estruturação (Elbasha and Wright, 2017) pensa os atores sob a égide da competência nomeadamente de uma capacidade reflexiva. Isto significa que as atividades dos homens são recursivas, isto é, os atores sociais recriam constantemente a ação social a partir dos meios estruturais nos quais eles se exprimem. Ao reproduzi-las, eles produzem as condições que as tornam possíveis. "A forma reflexiva da competência própria dos agentes humanos constitui o elemento mais profundamente comprometido na organização recursiva das práticas sociais. A continuidade das práticas pressupõe a reflexividade; por sua vez, a reflexividade só é possível na continuidade das práticas que as torna distintivamente «idênticas» no tempo e no espaço. A reflexividade não é senão «uma consciência de si», a maneira especificamente humana de controlar o fluxo contínuo da vida social" (Giddens, 2005: 51).

O corolário desta reflexividade é que os indivíduos, ao controlarem as interações sociais, eles reproduzem essas mesmas regras e recursos. Por esta definição, percebe-se, também, o quanto Giddens é inspirado pelo funcionalismo (normas institucionais) e estruturalismo (códigos generativos)³⁶: as regras não são mais do que os procedimentos generalizáveis que os atores sociais possuem implicitamente e empregues como fórmulas tácitas e informais que dirigem a ação.

36

Turner, Jonathan H, *The Theory of Structuration*, The American Journal of Sociology, vol.91, nº4, 1986, p. 972.

É precisamente devido à insistência nesta reflexividade que a teoria da estruturação, e de certo modo, a teoria da pluralidade dos hábitos, recai numa assinalável fragilidade.

Não apenas os agentes e as estruturas são tratados de forma autónoma -não obstante, a reciprocidade de influências- como é dada primazia aos primeiros face aos segundos. Se o *habitus* de Bourdieu tendia para o pólo objetivista da relação mútua entre indivíduo e sociedade, a dualidade da estrutura de Giddens descai para o subjetivismo (Callinicos, 1985: 140).

Conceber a estrutura como o conjunto de consequências inesperadas das ações individuais (cf. Giddens, 2005: 53; 356) assegura justamente a primazia da agência, aliás, como na senda do próprio individualismo metodológico. Sendo as estruturas sociais efeitos colaterais não-intencionais da ação humana, a teoria da estruturação tem forçosamente de encontrar nas crenças, desejos e intenções o ponto de partida da análise das estruturas e das práticas (individuais, sublinhe-se) a ela associadas. Segundo esta leitura, de inspiração liberal, são os indivíduos que na procura dos seus objetivos acabam por inadvertida, inesperada e não-intencionalmente contribuir para a consolidação da estrutura. Deste modo, a estrutura não pode ser considerada como integrando a ação social já que, concebida instrumentalmente, ela não representa senão um meio que os atores sociais utilizam na consecução dos seus fins (Callinicos, 1985: 144).

Para a teoria da estruturação, a estrutura funciona como um aspeto secundário e subalterno da prática social dado que é quase exclusivamente ao ator social que é dada a prevalência da ação social (Elbasha and Wright, 2017). Longe de conciliar agência e estrutura, a dualidade da estrutura, presente na teoria da estruturação, acaba por se basear no polo da agência em detrimento da estrutura.

Consequentemente, dado que a estrutura recebe, afinal, um papel inferior, a distinção entre estrutura (regras e recursos fora do tempo e do espaço, isto é, organizadas enquanto propriedades do

sistema social) e sistema social (conjuntos de relações entre atores e entidades coletivas situadas temporal e espacialmente, ou seja, reproduzidas e organizadas como práticas sociais regulares) (Giddens, 2005: 74) permanece obscura do ponto de vista da relação que se estabelece entre ambas³⁷.

Não é totalmente claro o modo como as estruturas geram sistemas sociais: por exemplo, será que cada estrutura produz um único sistema social ou possui a capacidade de produzir vários? Além disso, a simples alegação causal entre estrutura e sistema social indica um essencialismo em que os sistemas sociais são produtos diretos das estruturas.

Uma outra crítica tem a ver com o facto da teoria sociológica do *habitus* e da teoria da estruturação partilharem a mesma ideia de superação das aporias entre agência e estrutura: a dualidade. Não será, portanto, de estranhar que partilhem também a mesma debilidade, nomeadamente, o esquecimento da dimensão estratégica e racional. Tal como o *habitus* carece da reflexividade que distancia o sujeito das práticas sociais, a dualidade da estrutura, não obstante a competência reflexiva dos atores sociais, não leva em linha de conta situações em que os indivíduos recusam as regras e os recursos estruturais (Mouzelis, 2008: 35).

Façamos o ponto de situação, antes de passarmos ao segundo capítulo.

37

Cf. Urry, John, *Duality of Structure: some critical issues*, Theory, Culture, Society, 1:100, 1982, p. 102.

NOTAS FINAIS DO CAPÍTULO

Procurando refletir sobre a relação possível entre a definição singular de indivíduo e a sua definição plural, a sociedade, de modo a apurar a utilidade de considerar o princípio de publicidade no debate entre agência e estrutura, examinámos a ideia de dualidade em dois dos seus momentos.

Principiámos por considerar a dualidade presente no *habitus* e procedemos à sua crítica por intermédio do conceito plural de hábitos, o qual nos leva para a noção de dualidade da estrutura. Esta resume, no fundo, o próprio fundamento da dualidade: uma interdependência entre as ações realizadas pelos indivíduos e a estrutura social que é seu resultado e, simultaneamente, sua causa. É evidente que esta dialética é muito fértil, quer em termos teóricos, quer em termos práticos. Cremos que ela será a chave-teórica para compreender como os indivíduos “fazem” sociedade.

Todavia, o método da dualidade parece fadado ao insucesso, sobretudo, porque funde indistintamente os termos em questão. Na dualidade entre agência e estrutura, não se percebe exatamente onde termina (ou começa) a prática social, nem é perceptível se a sua responsabilidade pertence aos atores sociais ou às estruturas sociais.

Tendo em consideração a mescla metodológica que funde indivíduo e sociedade, cada teoria específica da dualidade- nomeadamente a do *habitus* e a da estruturação- acabam por, inadvertidamente, se concentrarem num dos polos da questão. Como vimos, o *habitus* tende a privilegiar uma circularidade de carácter objetivista (aliás, o seu autor fala em *estruturalismo* construtivista) enquanto a teoria da estruturação, com o seu conceito fulcral de dualidade da estrutura, desenha uma circularidade teórica entre agência e estrutura privilegiando a primeira face à segunda. Se a solidez concep-

tual do indivíduo é derretida juntamente com a solidez conceptual da sociedade, mesmo se com o objetivo de findar o antagonismo simplista que os opõe, o que sobra, nesta conceção dual da agência e da estrutura, é um *melting pot*: um caldo teórico ao qual falta a espessura que permita aferir os diferentes graus de constrangimento entre atores e estruturas.

Conceber a superação deste debate em termos de uma dualidade resulta, em última análise, no mesmo movimento que criticámos em relação ao individualismo e holismo metodológicos: a interrupção e a destruição das resistências através da dissolução, pura e dura, dos termos opostos em confronto.

A amalgama descente e ascendente e a sua superação baseada na abordagem da dualidade incorre no mesmo movimento de varredura da textura e nervuras da ação social, como uma maré que pela força com que abraça o areal apaga as pegadas deixadas tornando liso e plano um terreno que o não era. A relação entre ator e estrutura é pautada pela dualidade, isto é, pela eliminação cabal de qualquer intervalo.

No caso do estruturalismo construtivista, a estrutura, sendo simultaneamente causa e efeito, é interna ao *habitus*; já na teoria da estruturação, esse carácter dialético da estrutura é interno ao indivíduo. No primeiro caso, o nexos de causalidade é dado pelas disposições; no segundo caso, deriva da dualidade da estrutura e de uma atualização da estrutura nos sistemas sociais. A dualidade deixa pouco espaço para a mudança social porque se baseia num nexos forte de causalidades de teor mais ou menos determinístico. Tomemos por exemplo o casamento. A sua reprodução é parcialmente explicada pela dualidade da estrutura na medida em que milhões utilizam as regras e recursos relevantes da estrutura de forma rotineira para atualizar o "sistema social". Contudo, não compreenderíamos na totalidade esta cerimónia se considerássemos que alguns atores (individuais ou institucionais) se distanciam dessas mesmas regras e

recursos com a intenção de modificar ou manter o *status quo*. Não é o celibato um desses distanciamentos impostos, tanto pelo ator social quanto por atores institucionais (como a Igreja)? Não fará esse distanciamento entre ator e estrutura parte integrante do mundo social? Uma coisa é defender que a causalidade social depende, quer da agência, quer da estrutura. Outra coisa completamente diferente é submergir e fundir ambas de tal modo que a possibilidade de aceitar que os atores possam distanciar-se das estruturas, com vista à sua interpretação e potencialmente transformação, se encontra excluída.

O estruturalismo construtivista e a teoria da estruturação são ambas concepções teóricas³⁸ muito válidas que nos chamam a atenção para dimensões e processos fundamentais da realidade social através da sua abordagem original.

Contudo, porque enformadas pela ideia da dualidade, não concedem o devido hiato entre agência e estrutura tornando-se propostas menos credíveis na conciliação entre ator e estrutura. Os indivíduos encontram-se imbuídos em estruturas sociais, e estas são produtos e causas das suas ações. Assim descrita, a identidade de ambos os termos confunde-se porque se radica num conceito de extrema amplitude que é o de práticas sociais.

Os indivíduos tornam-se atores sociais ao recorrerem a propriedades estruturais para fundarem as suas atividades. Por outro lado, as estruturas só se tornam reais quando atualizadas pela agência. Estas assunções ontológicas têm implicações fundamentais para

38

Mas a teoria não esgota a sua aplicação prática. Sem dúvida que a teoria do *habitus* permite um muito maior grau de empiria do que a teoria da estruturação, mas ambas possuem significado sociológico precisamente porque podem constituir quadros de análise válidos. Alguns estudos empíricos escritos por outros autores para além de Bourdieu e que são formatados pela teoria do *habitus*: Dobry, Michel, *Sociologie des crises politiques. La dynamique des mobilisations multi-sectorielles*, Paris, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, 1986 ; Passeron JC, Grignon C, *Le Savant et le populaire, misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*, Paris, Seuil - Gallimard, 1989 ; Wacquant, Loïc, *Corps et Ame - carnets ethnographiques d'un apprenti boxeur*, Marseille et Montréal, Agone, Comeau et Nadeau, 2000.

a teoria social, a saber, que nem a agência, nem a estrutura possuem atributos independentes e autônomos. Só aquelas propriedades que são manifestadas e reproduzidas através das práticas sociais se tornam efetivas (Archer, 1995: 101).

Precisamos, então, não de reduzir a agência à estrutura e vice-versa (como a amalgama ascendente e descendente, nomeadamente, o holismo e o individualismo metodológico), nem sequer compactar agência e estrutura (como procede a abordagem do debate segundo a dualidade, nomeadamente, o estruturalismo construtivista e a teoria da estruturação), mas sim de separar devidamente indivíduo e sociedade sem com isso cair em reducionismos.

Trata-se, então, de distinguir claramente agência e estrutura, atribuir-lhes atributos e propriedades autônomas e reconhecer-lhes um estatuto dentro da ontologia social. Todavia, neste caso, demarcar indivíduo e sociedade não significa colocá-los em confronto direto nem implica identificá-los como um par antagonico.

Pelo contrário, separar os dois termos indica-nos uma dialética que já não é fundada na dualidade (em *habitus* ou regras e recursos assumidos espontaneamente de forma inconsciente) mas numa reciprocidade fundada num dualismo que permite pensar ator e estrutura segundo uma forma estratégica de distanciamento reflexivo. É necessário cogitar uma forma que nos facilite a tarefa de relacionar as estruturas sociais não apenas com os atores (de um modo causal e unilateral) mas relacionar atores e estruturas em interação permanente de forma bi-direccional.

Parecia existir, na dualidade, um processo circular baseado em dois momentos: das práticas para as estruturas e destas na direção das práticas. Ora, se perspetivarmos o debate entre agência e estrutura de forma dualista, conservando a autonomia de cada um dos termos, observamos interações de estruturas entre si mediante as práticas sociais realizadas individualmente, assim como notamos

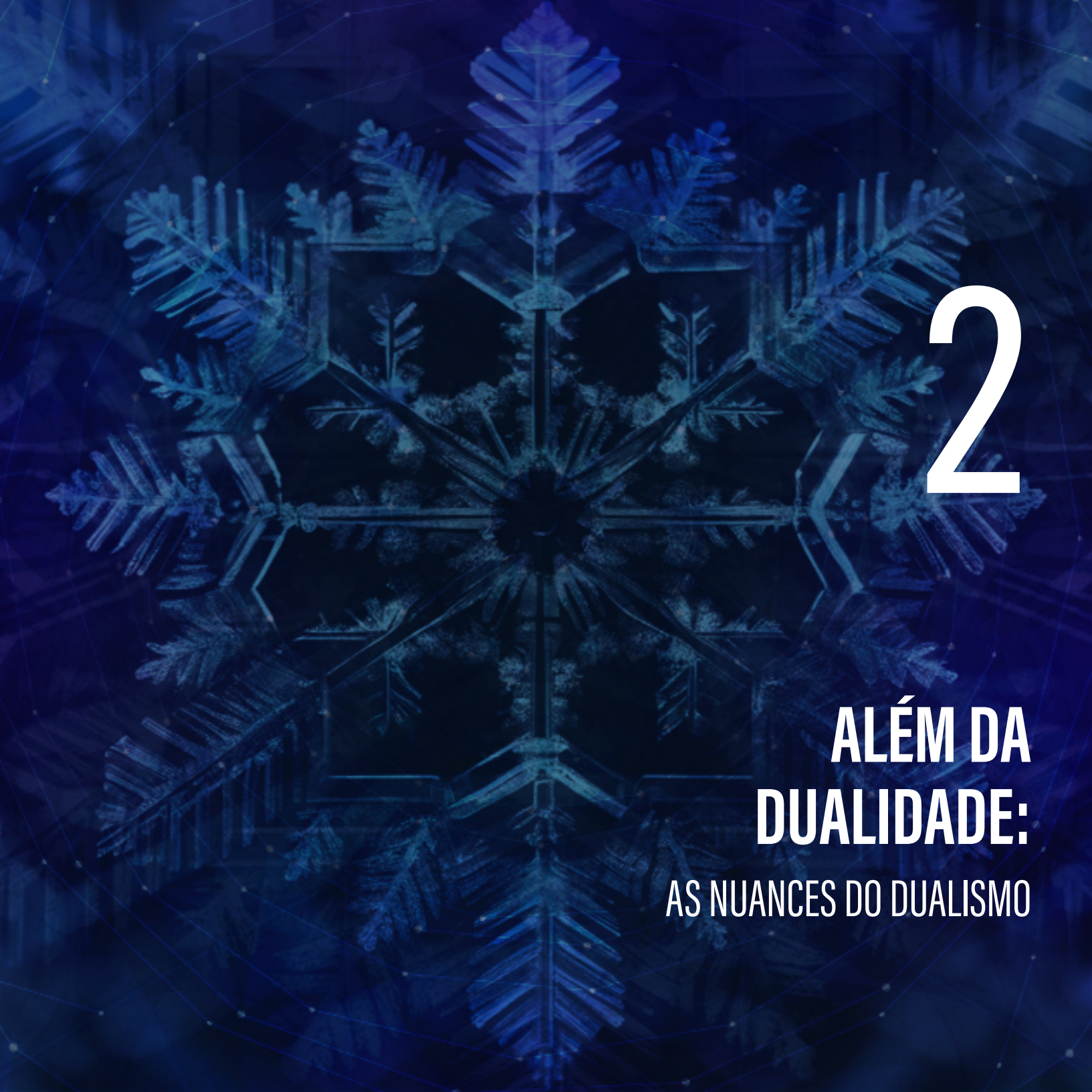
interações entre diferentes práticas que num processo reticular contribui para definir a relação aberta entre atores e estruturas. "A causação social como um processo unitário envolve a articulação via mecanismos de intra e interação dos poderes causais dos agentes (discernimento, deliberação, dedicação) e das estruturas (constrangimentos/potencialidades internos e externos)" (Mouzelis, 2008: 213). Retomando o assunto do micro e do macro-sociológico, o dualismo prefere, antes, debruçar-se sobre o contexto estrutural (macro) que se confronta as interações entre atores (micro) e simultaneamente com as atividades sociais produzidas entre os indivíduos (micro), as quais formam o ambiente nas quais as propriedades estruturais são produzidas e reproduzidas (macro). Nem relativamente à agência nem relativamente à estrutura é obrigatório colocar o macro perante a perspectiva do micro ou vice-versa, uma vez, que a ideia de sociedade e indivíduo emerge em todos os níveis (Archer, 1995: 11).

Todavia, tratar do debate entre atores e estruturas sociais em termos de um dualismo envolve uma questão central: como ligar, apagar, reatar a ideia de indivíduo e de sociedade sem que isso implique o vácuo social?

Isto é, onde encontrar uma instância mediadora que preencha simbolicamente a sua relação?

Que princípio podemos reconhecer que possa servir de ponte entre atores e estruturas?

Como será expectável, neste ponto do trabalho, o único princípio social que reconhecemos como *especificamente* talhado para essa tarefa é o de publicidade.



2

**ALÉM DA
DUALIDADE:**
AS NUANCES DO DUALISMO

A virtude de uma concepção dualista do indivíduo e da sociedade é a sua moderação: uma que não compacta ou amalgama os dois elementos, nem os radicaliza que, como o argumento de Aquiles³⁹ dado por Zenão (de Eleia), torna as distâncias inultrapassáveis devido à infinita divisão do espaço. Esta moderação só na aparência é paradoxal: certo, indivíduo e sociedade não podem ser vistos sem se relacionarem reciprocamente; e, como aspetos distributivos e coletivos do mesmo processo, eles também não podem denotar fenómenos completamente divergentes. O paradoxo desaparece, porém, quando atribuímos um sentido mais rigoroso a cada uma das proposições.

O dualismo só é possível porque, primeiro, imputa à ideia de indivíduo e de sociedade uma existência autónoma, cada uma sendo a origem de efeitos sociais perceptíveis, concretos e observáveis; segundo, porque estabelece uma associação protooperativa (ou, em Ecologia, um mutualismo facultativo) em que os dois elementos, por intermédio de uma simbiose, podem ser vistos segundo o horizonte de uma independência ativa onde as ações de um interferem com as atividades do outro. Portanto, uma perspectiva integral da sociedade compromete uma perspectiva completa do indivíduo (e vice-versa), sem que com isso esteja em causa a promoção de uma dualidade que compacta a identidade de um elemento no outro.

Declarar a separabilidade entre atores e estruturas não nos conduz na direção da sua antítese. Como recorda Cooley, “a antítese, sociedade *versus* o indivíduo, é falsa e oca sempre que usada como uma afirmação geral ou filosófica das relações humanas” (Cooley, 1998: 135). Indivíduo e sociedade são duas forças sociais distintas que, justamente por se interferirem mutuamente, existem em articulação ainda que separadamente. Não se trata de um indivíduo ou de uma sociedade como constituintes últimos da realidade, mas uma realidade social impulsionada por uma inter-relação de dois elementos sem que isso signifique, contudo, um substancialismo.

39

Como se sabe, o argumento (também denominado de paradoxo) foi relatado por Aristóteles na sua *Física*, 239b.

Porque podem discernir-se, entre outras coisas, fenômenos agenciais e fenômenos estruturais, o dualismo não redundando, nem na redução, nem na compressão de atores e estruturas. Estratificando a realidade social e separando as “camadas” que a compõem é possível examiná-la como possuindo partes autônomas que se interpenetram. Propor um hiato entre indivíduos e sociedade é sugerir um dualismo analítico⁴⁰ (*analytical dualism*) que significa, por um lado, aceitar que as propriedades da agência e da estrutura são decomponíveis, mas irreduzíveis - pelo que podem, para propósitos de análise, ser isoláveis de modo a perceberem-se as consequências da sua conjugação. E por outro lado, significa que atores e estruturas são temporariamente distinguíveis e que essa diferenciação pode ser metodologicamente usada para explicar as interferências e transformações entre si (Archer, 1995: 66).

Ou seja, agência e estrutura encontram-se interrelacionadas, ainda que não se constituam mutuamente, na medida em que cada uma possui propriedades particulares e autônomas. A realidade social consiste, assim, no encontro da ação individual e estrutural. Agência e estrutura consideradas como realidades analiticamente distintas que retratam diferentes tipos de causalidade: uma causalidade estrutural comportando constrangimentos e potencialidades que os indivíduos podem ativar em contexto social; e uma causalidade derivada dos poderes agenciais dos indivíduos (Mouzelis, 2008: 226).

Com efeito, a realidade social passa a ser vista de um duplo ponto de vista, sem que isso aponte para a sua compactação: de um lado, uma perspectiva internalista de integração social (redes de relações entre indivíduos) (Baber *et al.*, 1991); de outro lado, uma perspectiva externalista de integração sistêmica (complexos institucionais que apresentam diversos graus de compatibilidade entre si).

40 Um conceito similar é o de dualismo metodológico (*methodological dualism*) cunhado por Mouzelis (2008: 205) que partilha os mesmos pressupostos teóricos embora as consequências do conceito para a teoria social sejam bastante diferentes daquelas propostas pelo dualismo analítico na teoria da morfogênese de Archer.

Em cada um dos polos entre agência e estrutura manifestam-se dimensões internas e externas que definem os limites, e que, ao mesmo tempo, criam oportunidades para os atores sociais. Ligando estas dimensões estão a causalidade estrutural e a causalidade agencial, as quais ocorrem em situações de interação, mas igualmente de intra-ação entre os atores.

Este dualismo analítico sugere que aclaremos algumas questões basilares da sociologia.

Primeiro, é a sociedade composta de indivíduos ou, por ter uma existência autônoma na sua vertente estrutural, é composta por outra coisa qualquer, como por exemplo, estruturas? De acordo com um dualismo, temos de dizer que a sociedade não é senão, e com naturalidade, constituída por indivíduos (Elias, 2004). A sociedade não são estruturas, embora sejam estas- enquanto conceitos teóricos operatórios- que se entende serem os seus efeitos complexos manifestos. Isto significa que a sociedade é mais do que a soma simples dos indivíduos e que envolve uma organização coletiva e um processo dinâmico dotada de uma consciência coletiva que chega aos indivíduos por intermédio do princípio de publicidade.

Segundo, é o indivíduo um produto da sociedade, ou a sociedade um produto de cada indivíduo? Sim e não. Sim relativamente ao facto de indivíduo e sociedade possuírem uma relação simbiótica, o que necessariamente obriga a contemplar a hipótese de influências recíprocas assinaláveis. Negar esta evidência, significa recuar de novo ao substancialismo e ao reducionismo característicos do individualismo metodológico. Num certo sentido, os indivíduos herdam a sociedade em que vivem, recebendo, pela socialização, a sua marca; realizando as suas atividades rotineiras acabam, também, por contribuir para a manutenção ou alteração desse legado. Estas ideias estão presentes na dualidade, embora o dualismo enfatize a sua necessária distinção.

E, assim, a resposta à segunda questão encontra-se já traçada. A sociedade não é o produto de um indivíduo enquanto consciência subjetiva. É o conjunto (plural) das atividades individuais que contribuem para a regularidade estrutural que denominamos de sociedade. Daí a relevância do princípio de publicidade na atualização de uma consciência coletiva.

Terceira, e última questão: podemos separar o indivíduo da sociedade? Podemos, no sentido dualista. O indivíduo é livre sendo essa liberdade que o constitui que funda a cooperação com os outros, isto é, em última análise, com a sociedade. Parece um exercício de senso comum dizer que a liberdade individual é exercida no seio da sociedade. Mas a verdade é que a integração em grupos sociais pode inibir algum grau de manobrabilidade das atividades sociais. Contudo, faculta novos estímulos e oportunidades para o indivíduo (o dualismo partilha com a dualidade esta ideia). Tal como um jogador de um qualquer jogo, ele possui margem de manobra para decidir embora, no fim de contas, elas se insiram nas regras coletivas do jogo e nas decisões que os outros jogadores tomaram por si. Uma coisa é a definição singular do indivíduo e outra a sua definição plural, como veremos mais à frente. A publicidade insere-se justamente nessa intersecção entre o singular e o plural levando e trazendo a agência e a estrutura entre si.

DUALISMO: UM MODELO TRANSFORMACIONAL DA ATIVIDADE SOCIAL

O papel da publicidade no debate entre atores e estruturas é melhor esclarecido se esclarecermos que o reside por detrás do dualismo é um modelo transformacional da atividade social que

encerra uma concepção relacional da sociedade (Bhaskar, 2005: 26). Segundo esta proposta, a ideia de sociedade como uma definição plural do indivíduo expressa o conjunto de relações a partir dos quais os indivíduos existem. Concomitantemente, o estudo da realidade social respeita as relações persistentes e duradouras entre os indivíduos entre si, e sobretudo, as relações entre essas relações, ou seja, as relações dos indivíduos e os produtos (materiais e simbólicos) dessas relações.

Um indivíduo cuja identidade profissional é ser polícia implica um pensar num Estado de Direito onde o monopólio da violência física pertence ao Estado. Isto é, as propriedades que os indivíduos possuem e as relações que entre eles se estabelecem supõem um contexto social que as abrange. Os indivíduos são, assim, revestidos de predicados extra-individuais (sociais), produtos de relações que se estendem relacionalmente na direcção de outros indivíduos formando, no total, um sistema social dotado de solidez simbólica e material. O dualismo entre indivíduo e sociedade deixa, então, de ser refém de uma dialética da dualidade onde as estruturas sociais não têm existência própria sem ser quando são atualizadas pelas práticas individuais que as produzem e reproduzem numa tentativa de conciliar o voluntarismo de Weber com a coercibilidade dos factos sociais de Durkheim. Isto resulta, como vimos, numa objetivação dos próprios indivíduos e numa internalização da sociedade na consciência pessoal.

Ora o dualismo critica essa dialética que uma abordagem da agência e da estrutura sobre a forma da dualidade envolve. Indivíduo e sociedade não constituem dois momentos ou fases de um mesmo processo: eles referem-se a duas coisas radicalmente diferentes que concorrem para o mesmo processo. E, portanto, deixa de fazer sentido reclamar a criação das estruturas por parte dos atores sociais. Mais do que criar espontânea e integralmente a sociedade, os indivíduos reproduzem-na e transformam-na. Do ponto de vista do dualismo que postula uma identidade autónoma e uma separabilidade

para o indivíduo e a sociedade, se esta existe já previamente à *praxis*, então, as atividades individuais só poderão contribuir para a sua reprodução e transformação.

Se quisermos falar, no contexto da realidade social, em criação, não devemos ter em mente o seu sentido romântico como produção original por parte de uma subjetividade (o gênio artístico), mas criação como recriação, isto é, como proliferação ou reformação. A sociedade, ou se preferirmos, as estruturas sociais, existem, não tanto porque uma prática as instituiu ou criou, mas sobretudo porque são *atividades* - no sentido em que a ação dos atores sociais consiste em trabalhar objetos dados e não pode ser concebida como ocorrendo na sua ausência (Bhaskar, 2005: 34).

Se a sociedade se diferencia do indivíduo, e numa certa aceção, lhe pré-existe, as atividades dos indivíduos baseiam-se em estruturas que lhes são anteriores⁴¹, tal como o discurso supõe uma língua, ou uma nacionalidade carece de um Estado. A intencionalidade, por parte do ator, apoia-se na condição necessária de existirem regularidades sociais que a suportam. "As estruturas (como entidades emergentes) não são apenas irreduzíveis às pessoas, elas pré-existem-lhes; e as pessoas não são fantoches das estruturas porque possuem as suas propriedades emergentes que significam que reproduzem ou transformam a estrutura social em vez de a criar" (Archer, 1995: 71).

A distinção categórica entre indivíduo e sociedade, e, consequentemente, entre ações humanas e transformações nas estruturas sociais, permite-nos perceber facilmente que os atributos possuídos pelas regularidades sociais podem ser bastante diversos daqueles possuídos pelos indivíduos. Tal como as regras gramaticais limitam sem, no entanto, determinar os atos discursivos, também as

41

Não era exatamente isso que Comte pretendia afirmar no aforismo do *Système de Politique Positive*: *L'humanité se compose de plus de morts que de vivants?*

características das estruturas e os dos atores, por se distinguirem, não apontam para uma determinação que faça coincidir os dois elementos. Bhaskar sintetiza: "As pessoas não criam a sociedade. Já que ela pré-existe-as sempre e é uma condição necessária para a sua atividade. A sociedade tem de ser olhada como um conjunto de estruturas, práticas e convenções que os indivíduos reproduzem ou transformam, mas que não existiria se eles não o fizessem. A sociedade não existe independentemente da atividade humana (o erro da reificação). Mas também não é o seu produto (o erro do voluntarismo)" (Bhaskar, 2005: 36).

Os indivíduos desempenham um duplo papel: eles fabricam produtos sociais e, ao mesmo tempo, fabricam as condições desse fabrico, o mesmo é dizer, reproduzem as estruturas que regem as suas atividades produtivas. Daí o seu carácter transformacional, transfigurado, metamorfoseado. A sua permanência é relativa à fabricação e refabricação social. A sociedade é entendida segundo a ideia de articulação de um conjunto de estruturas mais ou menos perenes que contêm em si a própria ideia da sua caducidade na medida em que traduz um complexo de interrelações ao nível das estruturas e dos atores entre si (no sentido de *inter* e *intra*).

Se indivíduo e sociedade se podem distinguir perfeitamente⁴², dada natureza da sua relação de intersecção isso não significa, porém, que as estruturas sociais existam emancipadamente das próprias concepções que os indivíduos possuem das suas próprias atividades. Enquanto objeto de uma construção social, essas concepções encontram-se sujeitas a modificações que por sua vez influem sobre as estruturas e fazendo com que a independência entre estrutura e agência seja relativa, e não absoluta.

42

O dualismo retira alguma inspiração da filosofia sociológica de Tarde quando ele declara: "A diferença, e não a unidade, está no âmago das coisas" (Tarde, 1999 a: 78), ou "A diferença é o alfa e o ômega do universo" (Tarde, 1999 a: 73).

Nas amalgamas ascendente e descendente, a associação é marcada claramente pela independência absoluta que leva, em última instância, à subordinação de uma face à outra; na dualidade, a relação entre agência e estrutura define-se, pelo contrário, pela co-dependência entre ambas. Todavia, numa perspectiva dualista, ela é talhada pela independência relativa, dado serem consideradas segundo um modelo transformacional da realidade social: duas entidades distintas, temporalmente diferenciadas, que, todavia, se entrecruzam no âmbito de uma construção social da realidade (Giddens and Sutton, 2021).

Em síntese, o dualismo leva-nos a três postulados que assinalam o contraste que as estruturas sociais evidenciam face aos fenómenos naturais. Um, as estruturas sociais não existem independentemente das atividades que contemplam; dois, elas não existem independentemente das concepções dos agentes acerca da sua *praxis*; três, as estruturas sociais afastam-se da invariabilidade espaço-temporal rejeitando, assim, a hipótese de um universalismo (Bhaskar, 2005: 38).

DUALISMO E PRINCÍPIO DE PUBLICIDADE

É com base neste modelo transformacional e relacional que o dualismo pode revelar-se como um catalisador que nos ajuda a perceber o papel da publicidade no debate entre agência e estrutura. No seguimento do que foi afirmado, as estruturas sociais são continuamente reproduzidas e transformadas requerendo um exercício ativo da agência humana (F. Cavazzoni *et al.*, 2021). Contudo, este entendimento carece de um sistema social de entendimento e compreensão que se erija como ponto de contacto entre estruturas e agência. O princípio de publicidade surge, então, neste contexto, como uma possibilidade de mediação que fornece o espaço

simbólico necessário para que o processo relacional e transformacional característico da relação entre indivíduo e sociedade ocorra.

Ligar a atividade social com a estrutura supõe um princípio de publicidade que assista à produção e à reprodução das condições dessa produção social, e que se manifesta a um nível atópico (especialmente transversal que não se localiza num espaço determinado) e num nível atemporal (fora de uma qualquer temporalidade determinada e que permite associar a pré-existência e sobrevivência das estruturas aos atores sociais). Trata-se, pois, de fornecer um elo que liga, de um ponto de vista dinâmico e transformativo, a tendência permanente das estruturas com a caducidade típica da existência humana. Com a publicidade, deixamos de necessitar de assentar a realidade social num *habitus* como sistema de disposições e posições sociais, ou numa dualidade da estrutura, como sistema de regras e recursos⁴³. Sem negar a pertinência desses conceitos da abordagem da dualidade, a publicidade pressupõe um dualismo baseado na existência independente, porém, relativa dos atores sociais com as estruturas de um modo mais fluido e simultaneamente individual e socialmente localizado. As estruturas antecedem e sucedem a existência dos indivíduos não consistindo apenas numa atualização perpetrada pelas práticas sociais. A publicidade é o princípio social que torna concreto o exercício de pensar um processo que faça das atividades humanas o princípio e o fim da realidade social, seja esta considerada do ponto de vista das estruturas ou dos atores que a compõem. Um princípio que transcende o tempo e o espaço como condição da possibilidade de estruturas que os homens herdam e legam⁴⁴.

43 Em qualquer campo de investigação, a natureza do objeto nunca pode ser isolada do método como se processa esse estudo. Sem pretender evidentemente retirar o valor do *habitus* e da teoria da estruturação, é expectável que se mudamos o registo da reflexão da dualidade para o dualismo, então, as noções aí presentes pareçam escassas. Como tal, dentro do âmbito dualista, parece-nos acertado mencionar o princípio de publicidade (sem que tal implique a anulação da pertinência das propostas teóricas mencionadas).

44 Numa breve consideração que liga publicidade, indivíduo e sociedade, nota Arendt: "o mundo comum é aquilo em que entramos ao nascer e deixamos para trás ao morrermos" Arendt, Hannah, *A Condição Humana*, Lisboa, Relógio d'Água, 2001, p. 69.

Ora, a publicidade é, ela-própria, um processo relacional e transformativo: entre os homens entre si, mas sobretudo, entre os homens, as suas atividades e as estruturas que eles formam e transformam e (re)formam. A sociedade concebida como sistema de relações enfatiza um princípio de publicidade como processo de mediação que assiste a produção e a reprodução simbólica e que ao mesmo tempo reproduz as relações sociais dessa mesma produção e reprodução. Segue-se como consequência que a realidade social pressupõe como explicação referências às relações estabelecidas no tecido social e que a publicidade, enquanto fator social de mediação, se assume como um princípio fundamental.

Dito de outro modo, a publicidade, enquanto princípio de mediação simbólica consiste, simultaneamente, num princípio de relação. Mediar passa por relacionar, assim como a relação constitui uma mediação entre indivíduos, sejam eles singular ou pluralmente estratificados. Se a sociedade foi definida como o conjunto das relações (institucionalizadas ou não) entre indivíduos, então, o princípio de publicidade é o líquido amniótico que envolve essas relações sociais e as abriga simbolicamente. A mediação simbólica operada publicamente nas sociedades humanas condensa um processo relacional que evolui (deformando, disformando e transformando) à medida que se densifica. A publicidade encerra, assim, as condições simbólicas (sociais) para a realização das atividades substantivas a que os indivíduos se dedicam no seu dia-a-dia e que se caracterizam por uma dinâmica relacional (Burkitt *et al.*, 2016).

Associar dualismo e publicidade conduz-nos a uma via não-essencialista onde o que está em jogo não é a coprodução das partes e do todo no sentido da dualidade.

O que é fundamental é compreender como é frágil o facto das partes e do todo designarem somente condições metodológicas e segmentárias de apreciação dos fenómenos sociais. Pelo contrário, a associação entre dualismo e publicidade alerta-nos para uma

realidade social estratificada segundo a intercessão dos níveis singular e plural dos indivíduos, a qual traduz um sistema de relações que induz transformações e desdobramentos nos termos que ele associa. Assumem uma posição contra a ideia de um substancialismo de realidades homogêneas perfeitamente delimitadas (uma substância que corresponde a um substantivo, como por exemplo, o Estado, a Família, a Sociedade)⁴⁵, e contra a ideia de generalidade que resulta na tendência em subsumir num termo uma pluralidade de afinidades. Como se a realidade social fosse comparável à ideia de que as propriedades são ingredientes das coisas que a possuem, de tal modo que a sociedade mais não fosse do que uma entidade pura⁴⁶. "Partir de uma identidade primordial é supor na origem uma singularidade prodigiosamente improvável, uma coincidência impossível de seres múltiplos, distintos e semelhantes (...) (Tarde, 1999 a: 73).

RELACIONISMO METODOLÓGICO

A partir do momento em que estratificamos a agência e estrutura em entidades autônomas e colocamos a publicidade a operar a sua ligação estamos perante um modelo transitivo - no sentido em que não almeja delinear e circunscrever - e um modelo mestiço - que não espera substâncias puras, mas entidades em movimento relacional. O dualismo e a publicidade levam-nos, então, a um relacionismo metodológico orientado para apreender a realidade social através das lentes dos processos fluidos e da pluralidade formativa

45 "Muitas são as palavras que não têm um significado preciso. Mas isto não é um defeito. Pensar o contrário seria como afirmar que a luz do meu candeeiro não é uma luz verdadeira porque não tem um limite bem definido" Wittgenstein, Ludwig, *O Livro Azul*, Lisboa, Edições 70, 1992, p. 61.

46 "Não há nunca uma sociedade pura que seria a condição de formação destes fenómenos relacionais; já que não existe ação recíproca pura mas modos particulares de ação recíproca que fazem com que haja sociedade quando eles aparecem, e que não são nem a causa nem a consequência mas imediatamente sociedade" (Simmel, 1999: 48).

do mundo social. Ele constitui as relações sociais como unidade de análise onde a ideia substancialista de indivíduo ou sociedade é erradicada a favor da ideia fundamental de que os termos assumem cristalizações de relações sociais plurais características de contextos socio-históricos específicos (Corcuff, 2009: 15).

O relacionismo metodológico equivale a uma refocalização do objeto sociológico: nem o indivíduo, nem a sociedade por si sós como substantivos puros, mas as relações sociais que se estabelecem e que colocam indivíduo e sociedade como entidades de autonomia relativa que as adjetivam. Não se parte do indivíduo ou da sociedade, mas das *relações* (desde a interação face-a-face, passando pela sua mediatização até à interação institucionalizada) para chegar a configurações sociais que identificamos como pertencendo a uma definição singular (indivíduo) ou plural do indivíduo (sociedade).

O relacionismo não pretende operar a síntese (isso, como vimos, foi realizado pela conceção da dualidade entre agência e estrutura) entre o plano individual e o plano coletivo mas estabelecer a natureza construída da realidade social com a base numa compreensão relacional que desloca o quadro de análise convencional para lidar simultaneamente com as dimensões individuais e coletivas que cada situação social envolve sem que elas se misturem e se tornem “invísisveis” só porque parecem indiscerníveis. Relacionar obriga a recuperar o vocabulário construtivista social onde construir significa paradoxalmente um processo temporariamente concluído (os produtos) de elaborações anteriores, mas também a um processo de reelaboração que acontece no momento da relação. A realidade social é apreendida como uma construção quotidiana plural, situada na relação entre os vetores individual e coletiva, nas imediações entre atores e estruturas, e que, por esse motivo, tende a produzir efeitos não antecipados (ou intencionados) por parte dos seus agentes. Portanto, indivíduo e sociedade designam planos de intercessão,

unidades analíticas usadas para imobilizar teoricamente a transitividade relacional⁴⁷ da realidade social.

Há uma imagem de Elias muito pertinente para uma abordagem relacionista: a realidade social com uma teia de relações e interdependências que formam um tecido entrelaçado. “Existem neste tecido muitos fios singulares que estão ligados uns aos outros. Todavia, nem o todo desta teia, nem a forma que cada fio nela adquire podem ser entendidos a partir de um único fio ou mesmo de todos os fios singulares em si, mas apenas e exclusivamente a partir da sua interligação, da relação que entre eles mantêm. Deste tipo de interligação surge um sistema de tensões cuja ordem se manifesta em cada fio em si, e isto de forma mais ou menos diferente em cada um deles, dependendo do seu lugar e da sua função no todo desta teia. No caso da tensão e da estrutura do todo da teia se alterar também o todo se altera” (Elias, 2004: 51).

Com o relacionismo não é apenas o quadro de análise sociológica que se modifica, é, igualmente, a noção de estrutura. A estrutura, nesta aceção, reenvia-nos para as regularidades sociais que não é senão a regularidade própria das relações sociais⁴⁸. Isto possui um corolário central: significa que a unidade resulta das relações de troca. A unidade que concedemos ao indivíduo e à sociedade, na sua autonomia relativa e interdependente, é consequência do conjunto de apresentações e formas com que se apresentam na realidade social equacionada como sistema de relações. “No sentido empírico, a unidade não é outra coisa senão a ação recíproca de elementos:

47 “ (...) Uma teia em movimento contínuo como tecer e esmorecer interminável de relações. É assim que o indivíduo cresce, de facto, para fora de uma teia humana que já existia anteriormente a ele e que cresce para dentro duma cuja formação ele próprio participa. A pessoa singular não é um início, e as suas relações com outras pessoas não têm um início” (Elias, 2004: 52); “Não existe um princípio; nós não sabemos nada sobre princípios; há sempre continuidade com o passado e não apenas com um elemento mas com o total organismo interativo do homem (*whole interacting organismo of man*). Se a interação universal é um facto, segue-se que a vida social é um todo que só pode ser compreendido pelo estudo do seu total funcionamento” (Cooley, 1998: 149).

48 Cf. Elias, 2004: 34.

um corpo orgânico é uma unidade porque os seus órgãos possuem entre si relações de troca das suas energias mais influentes do que com qualquer outro ser exterior; um Estado é uno porque existe entre os seus cidadãos a mesma relação de influências recíprocas; e nem poderíamos dizer que o universo é uno se cada uma das suas partes não influenciasse de alguma modo todas as outras ou se alguma parte interrompesse a reciprocidade dos efeitos" (Simmel, 1999: 43). Numa perspectiva relacional, a unidade rima com pluralidade, com os jogos de passagens, com as circulações de relações e alternâncias que se estabelecem entre os elementos.

No que diz respeito à realidade social, a unidade não é essencialista, mas relacionista. A sociedade como ação recíproca de vários indivíduos. Não um complexo socializado de indivíduos, espécie de matéria-prima de que se fabricaria "a sociedade" (*fazer uma sociedade*), mas, sobretudo, o conjunto de formas relacionais graças às quais os indivíduos integram a sociedade (*fazer sociedade*). "Quando falamos de ciências da sociedade no primeiro sentido, elas têm por objeto tudo o que passa na e com a sociedade; a ciência da sociedade no segundo sentido tem por objeto as forças, as relações e as formas pelas quais os homens se socializam e que, por conseguinte, estudadas de maneira autónoma, fazem «sociedade» *sensu strictissimo*" (Simmel, 1999: 47). A socialização ajudando a renovar e reavivar os laços entre os homens, e a publicidade a marcar o compasso das pulsações coletivas que provocam os encadeamentos que destroem as hipóteses. A realidade é composta por formas sociais em ebulição, relações de relações que não cristalizam estruturas sólidas, mas que constituem a formação contínua da realidade social, uma sem princípio nem fim, uma que está sempre nascendo (*status nascendi*). Numa conceção relacional, a sociedade não está nos seus fragmentos, contudo, manifesta-se nas formas sociais de reciprocidade e encontro entre indivíduos. De forma análoga, à questão de saber o que é a sociedade, Tarde responde o seguinte⁴⁹: "Do nosso ponto

49

E que assenta muito bem, também, ao princípio de publicidade. Aliás, cremos que aqui se nota a afinidade entre ambas as noções.

de vista podemos defini-la como a possessão recíproca, sob formas extremamente variadas, de todos por cada um" (Tarde, 1999 a: 85).

Contudo, Indivíduo e sociedade *non sequitur*. O relacionismo metodológico expõe as feridas causadas por um pensamento historicamente mais preocupado com o indivíduo do que com a existência do ser humano; como se a problemática do modo como os homens fazem sociedade resultasse da pura adição de singulares, de sujeitos, de intelectos. Os homens não vivem isolados, não são somente sujeitos de auto-experiência que só se cruzam no mundo enquanto momentos fugazes da busca da certeza. A sociedade faz-se relação; relação entre homens e relação de relações. Faz-se fazendo, relacionado. Mas não existe porque já está feita.

Isto é, numa abordagem dualista- como já estabelecido- indivíduo e sociedade são entidades que se ligam por uma independência relativa que nos permite somente separá-las para fins de análise. Esse dualismo, contudo, não se esgota na sua irredutibilidade, ele privilegia um relacionismo. Na medida em que indivíduo e sociedade podem distinguir-se isso não nos leva a inferir que existem isoladamente. Se se podem aproximar, sem, no entanto, se confundirem, é porque eles têm um carácter insitamente relacional. Uma realidade social que iguala e tipifica e que simultaneamente individualiza e imagina porque em cada situação podemos reconhecer os vetores individual e coletivo.

O relacionismo significa, pois, modelação social. Aquilo que habitualmente representamos como duas substâncias antagônicas que compõem a realidade social, agência e estrutura ou indivíduo e sociedade, não configura senão uma função relacional que exprime a relação que os homens têm entre si. Expressões para a atividade específica do indivíduo com os seus pares e a sua influenciabilidade e receptividade às suas atividades (cf. Elias, 2004: 81). "O indivíduo e a sociedade vão juntos como etapas de um todo comum. Eu estou consciente dos grupos sociais em que vivo tão

imediate e autenticamente como tenho consciência de mim mesmo; e Descartes podia muito bem ter dito tanto «pensamos» *cogitamus* como *cogito*” (Cooley, 1998: 144).

Em síntese, os termos não são pré-dados ou pré-constituídos, são relacionais, não obstante possam ser distinguidos e colocados num dualismo. Só porque se diferenciam podem ser relacionados e somente se relacionam porque o seu dualismo caracteriza uma independência relativa que se manifesta como interdependência. Embora sejam entidades discerníveis, indivíduo e sociedade não selam a sua identidade numa qualquer essência. Porque as suas propriedades abrem-se numa teia de relações distributivas que serão traçadas apenas se se percorrer as conjugações e interdependências que lhes deram origem.

Talvez devido à associação remota com a Física Social, muitos conceitos da sociologia foram entendidos como corpos inertes e parados que só os indivíduos podiam provocar-lhes algum dinamismo. Contudo, se observarmos com atenção sociológica a vida quotidiana talvez descubramos que a realidade social é feita de movimentos, de circulações, de deslocações. O valor, a norma, a estrutura são objetos sociológicos cujo apanágio é justamente a sua constante modelação plástica. Tal como na natureza a vida botânica denota transformação e crescimento dentro de uma aparente imobilidade, a sociedade assemelha-se a um grande corpo em repouso dada a solidez das suas regularidades e estruturas sociais. Não obstante, no seu interior, justamente para que essa imobilidade aparente se concretize, decorrem inúmeros processos, variadas translações, diversas órbitas de procedimentos.

E, como tal, não podemos apelidar num sentido substancialista “a sociedade” ou “o indivíduo” como se fossem objetos equivalentes a pratos e talheres. Existe efetivamente uma relação funcional embora em termos muito distantes dos de pratos e talheres já que indivíduo e sociedade não são matérias que se possam reduzir à

imutabilidade. Os dois conceitos não primam por serem “causas primeiras” (num sentido físico) estáticas. São movimentações sociais, processos de mudança que só podem ser compreendidos segundo uma compreensão da mudança e da transformação.

A haver algum aspeto imutável no que designamos por indivíduo e sociedade será paradoxalmente a sua mutabilidade, o seu carácter adaptativo, da sua feição de ajuste e adequação dos comportamentos de acordo com o padrão social exigido. Tendemos a conceber a revolução como o estado atípico e raro, contudo, na realidade social é justamente são os períodos de repouso aqueles que são menos frequentes e menos típicos. O movimento flutuante das relações é um estado normal, não é um caso especial. O problema de apurar o indivíduo e a sociedade como entidades antagónicas (amalgama ascendente e descendente) ou confluentes (a abordagem da dualidade, nomeadamente, o estruturalismo construtivista e teoria da estruturação) repete a falácia popular do ovo e da galinha: quem nasceu primeiro?

As amalgamas (como o individualismo e o holismo metodológico) respondem prontamente optando por um dos termos em detrimento do outro. A abordagem da dualidade, por seu turno, retorque que nascem ao mesmo tempo e, portanto, não oferece uma resposta legítima à questão. A solução é muito simples e salienta a intuição que para obter boas respostas é necessário fazer boas perguntas. Enquanto a questão persistir numa conceção substantiva que lida com o indivíduo e a sociedade como se fossem objetos isolados e inertes, não há resposta possível. Pelo contrário, eles denotam uma interdependência caracterizada por uma dinâmica processual onde o conceito de indivíduo se refere a pessoas interdependentes no singular e o conceito de sociedade a pessoas interdependentes no plural (Elias, 2008: 136). Daí que Elias tenha feito uma analogia com o uso dos pronomes pessoais (o *Eu* é sempre um *Nós*) cuja conclusão é fundamental: eles facilitam a compreensão de que é possível distinguir pessoas no singular de pessoas no plural (dualismo) mas que, contudo, é impossível desagregá-las (relacionismo).

A PUBLICIDADE E A NEGOCIAÇÃO ENTRE OS PLANOS SINGULAR E PLURAL

A transição do singular para o plural, e mesmo do plural para o singular, é auxiliada pelo princípio de publicidade, o qual exercita um tipo de ordem social⁵⁰ que surge associada aos processos de interpenetração social. Ela trabalha as conexões e os vínculos entre os dois planos. Mas esta ordem é de natureza processual: estruturas, relações e regularidades de diferentes tipos que não são supra-individuais e que resultam da combinação e entrecruzamento, isto é, de sistemas de interações ou configurações, de influências recíprocas entre os indivíduos.

Eis a sociedade como o efeito de configurações processuais que emanam da própria natureza relacional das interações humanas. Os indivíduos agem entre si criando, desta forma, regularidades sociais que são a consequência do entrelaçamento progressivo das relações que entre eles se estabelecem. A publicidade opera aqui como mediador das relações sociais; ela assume um papel evolutivo de integração dos vetores individual e coletivo. Não existe um indivíduo *contra* a sociedade porque simplesmente a sociedade, como matéria a que se aplica uma ação causal unilinear, não existe. Existem, assim, padrões complexos de influência mútua que nos sugerem que observemos a sociedade como uma interdependência plural de indivíduos.

A noção de “configuração”, cunhada por Elias, é útil, então, para perceber que o constrangimento social não é uma força supra-individual estranha aos homens que oporia indivíduo e sociedade⁵¹.

50 “Seria impossível explicar conflitos sem normas, se estes não tivessem qualquer estrutura e, nesse sentido, qualquer ordem (...). *Entre os homens, tal como na natureza*, não é possível o caos absoluto” (Elias, 2008: 82).

51 “É porque toda a construção social tem por materiais as atividades individuais que eu não admitiria o carácter constrangedor, soberano, dominador do indivíduo que foi considerado como atributo essencial e próprio da realidade social. Se assim fosse, esta realidade nunca se teria desenvolvido (...)” (Tarde, 1999: 128).

A sociedade não tem substância porque ela é um decurso – e um recurso, no sentido literal de refluxo. Apresenta-se como um, relativamente autónomo, processo de relações entre os homens. As sociedades definem-se, antes, como configurações formadas por pessoas interdependentes (Elias, 2008: 144). E o que une configuracionalmente as pessoas senão o princípio de publicidade? O que é a publicidade senão um instrumento conceptual de ligação, conexão, relação entre os homens entre si, quer no seu aspeto singular como plural? Sem publicidade talvez não disponhamos de nenhum conceito que permita articular a transição das ações singulares para se tornarem ações plurais (estruturas, regularidades sociais, configurações a que chamamos de sociedade) e que retornam à ação singular dos indivíduos.

Reconheçamos a publicidade como mediação simbólica que se situa entre o nível da agência e o nível da estrutura, se entendermos por estes termos a transição entre o singular e o plural das atividades humanas. Um espaço social de pertinência caracteriza o princípio de publicidade como espaço simbólico – e comunicativo – de geometria variável que implica e interpela todos os indivíduos na medida em que o tecido social deriva das suas redes de interdependências ou configurações.

Não temos necessariamente de optar pelo atomismo ou pelo holismo se tivermos em atenção o carácter configuracional da realidade social, a sua natureza multiforme e ambivalente criadora de uma diversidade de teias de relações.

Uma analogia com a dança poderá ser elucidativa a este nível. Entendido isoladamente cada bailarino não dança: mexe-se, movimenta-se, espicaça o corpo. É quando introduzimos mais elementos que tem verdadeiramente início a dança. Cada passo, cada posição, cada gesto é executado em sincronia com os outros bailarinos. Podemos agora entender o sentido destas ações, compreender o significado coletivo dos seus movimentos. Cada comportamento é influenciado, embora não seja um fator direto causal, pelos movimentos dos restantes indivíduos daí que o comportamento coletivo

se acerte e coincida⁵². Mas não existe uma substância “dança” em si, não obstante a sua diferenciação daqueles que a executam. Há uma configuração, redes de interdependências formadas individualmente pelos bailarinos, mas que adquirem uma expressão conjunta.

A realidade social é composta, também, e de maneira análoga, por estas configurações. Todos os dias, os atores socialmente coordenados são levados a produzir um emaranhado de relações, uma dança que existe por si, mas que não é mais do que a expressão coletiva de cada ação particular. Mas ainda assim, falta-nos um elemento: sem coreografia, só temos corpos rodopiantes. É necessária que essa coordenação social se realize nos mais ínfimos pormenores. *A publicidade surge-nos, assim, como uma espécie de coreografia invisível que funciona como uma gramática ou roteiro das possibilidades* e que medeia a sequência de movimentos individuais (bailarino) e coletivos (dança). A publicidade permite-nos, pois, apercebermos a composição das configurações, o modo como o mundo social existe em redes de relações interdependentes e inter(e intra)-influentes.

Na realidade social importa destacar, pois, os planos multivariáveis de integração do indivíduo e da sociedade, da interpenetração de agência e estrutura. Salientamos, pois, uma organização de vários níveis de assimilação das atividades sociais em que unidades singulares formam uma unidade compósita. As forças sociais que, por vezes, surgem associadas a estruturas sociais consideradas como unidades superiores não são, assim, mais do que influências exercidas pelos atores sociais sobre outras pessoas e, decorrentemente, sobre si próprias. O dualismo aliado ao relacionismo convida-nos, então, a examinar a realidade segundo diferentes níveis de integração social.

52

De modo semelhante, “não se chega ao entendimento duma melodia se só se analisar em primeiro lugar cada um dos sons em si, constatando como é que ele é independentemente das suas relações com os outros. Também a sua estrutura não é nada mais senão a estrutura das relações *entre* sons diversos. Com a casa acontece aproximadamente o mesmo. Aquilo a que chamamos a sua estrutura é a estrutura e a disposição não das pedras singulares mas das relações *entre* as pedras singulares que a formam; é a conexão das funções que as pedras têm umas para as outras no conjunto da casa” (Elias, 2004: 37).



3

FRACTALIDADE SOCIAL:

MAPEANDO AS
INTERCONEXÕES

A utilidade do debate entre agência e estrutura para uma reflexão acerca do princípio de publicidade começa agora a ser revelada: ao concebermos um dualismo relacionista entre indivíduo e sociedade (cf. Crossley, *et al.*, 2021) deparamo-nos com a necessidade de pensar um princípio social que complemente a transitividade entre os vetores individual e coletivo. *A publicidade surge, assim, como uma força sintática, um princípio de coordenação das atividades sociais levadas a cabo por atores imbuídos em sistemas complexos de relações.*

Estudar o princípio de publicidade de forma aprofundada requer uma nova análise do objeto sociológico, levando-nos a investigar e explicar a natureza da realidade social e os seus diferentes estratos de integração. Se ele pode ser observado segundo um sentido sintático, é necessário saber sobre que vocabulário essa sintaxe opera.

No seguimento do que temos vindo a expor é fácil concluir que o vocabulário das sociedades pode ser exemplarmente representado de maneira fractal. Porque a realidade social se coloca permanentemente em perspectiva, porque se realiza em *mise en abyme* das configurações, porque aponta sempre para uma declinação integrativa de indivíduo e sociedade, ela não pode ser um corpo ou substância contínua. Sendo feita de ligações e interligações (esse espaço lacunar é onde a publicidade se realiza), a realidade social é feita de fluxos partidos (e repartidos) de relações. Ela resume, por isso, uma certa fractalidade (do latim *fractus*, particípio passado de *frangere* cujo significado é quebrar).

Há três propriedades principais, inter-relacionadas, dos fractais que são basilares para a teoria social e a teoria da comunicação, em particular para a Nova Teoria da Publicidade" (Mateus, 2024).

A primeira é a invariância de escala. Esta qualidade repete o argumento já referido de que o macro e micro-sociológico são registos de observação que estão presentes desde a interação

face-a-face até às relações intergrupais. Com efeito, se a realidade social se processa em diferentes níveis de integração, isso aponta para que a noção convencional de escala perca relevância. O que observamos na realidade social é uma transumância das ações sociais tomadas singularmente (individualmente) ou pluralmente (coletivamente): em fenómenos estruturais detetamos uma dimensão individual, assim como na agência é possível encontrar fatores estruturais e estruturantes.

A segunda propriedade dos fractais que se reflete na realidade social é a autosimilaridade, ou seja, a capacidade de apresentar as mesmas propriedades em várias escalas. Em Matemática, um objeto é autosimilar quando se assemelha, em parte ou totalmente, a uma parte de si mesmo. Ora, a definição de que a sociedade consiste em pessoas interdependentes, consideradas de um ponto de vista plural, ressoa esta propriedade.

Com efeito, a curva de Koch pode ajudar-nos a compreender a realidade social no modo como se desdobra. Ela é um prolongamento de autosimilaridades, de indivíduos que se cruzam em relações de interdependência *ad infinitum*. Podemos começar por observá-las na sua pluralidade complexa, isto é, partir da ideia de sociedade, mas conforme vamos particularizando essa complexidade, conforme desdobramos essa pluralidade de ações individuais, é, ainda, indivíduos que constatamos. Tal como desenrolando as ações individuais encontramos sempre indivíduos, mesmo se essas ações se pluralizam e constituem regularidades sociais.

Decorrentemente, a terceira propriedade é a infinitude desmultiplicada em iterações. A realidade social- e o processo comunicativo- repete-se em redes de relações e dependências intrincadas, torna-se infinita porque a sociedade e o indivíduo só existem mediante essas configurações em renovação reiterante constante (O'Connor *et al.*, 2015). A realidade social é infinita nas suas manifestações porque infinitas e profundas são as suas dependências e correlações.

Ela assume um aspeto fractal justamente devido à sua complexidade infinita que a faz estender-se entre escalas diferentes que se prolongam. De cada corte que queiramos aplicar ao tecido social, a configuração social repete-se sendo sempre a rede de relações entre indivíduo e sociedade que se figura.

O cerne da fractalidade social é essa dimensão de “fratura”, quebrada, interrompida entre indivíduo e sociedade que caracteriza o dualismo, e que ao mesmo tempo significa uma protelação das relações entre as duas entidades porque requer insitamente um relacionismo que repita essa geometria em todas as escalas.

A fractalidade liga-se, então, ao dualismo e ao relacionismo através de uma definição recursiva da organização social em que os produtos e os efeitos são, num só movimento, causas e produtores daquilo que os produziu.

Como vimos, a sociedade resulta das interações e configurações de interdependência de tal modo que, ela própria retroage sobre essas mesmas configurações obrigando a processos de adaptação por parte dos indivíduos. A recursão coloca-se em oposição a uma causalidade linear uma vez que a realidade social se produz em ciclos auto-organizativos e autoprodutivos onde a produção influi sobre o produto e o produto sobre a produção. É neste sentido que referimos a afinidade entre a fractalidade que identificamos nos processos sociais e a sua definição hologramática.

O que é realmente peculiar na complexidade da realidade social é o facto de poder ser vista integralmente ainda que se parta de um ponto particular. Como num holograma, um ponto pequeno e discreto contém a quase-totalidade da informação do objeto representado, a realidade social entendida como teias de relações entre indivíduos assume um aspeto hologramático⁵³. Ela pode resumir-se

53

Para uma referência ao princípio hologramático de um ponto de vista sociológico vide Morin, Edgar, *Introdução ao Pensamento Complexo*, Lisboa, Edições Piaget, 2003, p. 108-109.

nas interações entre os homens que se traduzem no facto da parte (indivíduo) estar no todo (sociedade) como o todo ser constituído pelas partes.

A fractalidade ou a definição hologramática da realidade social versam, assim, uma reversibilidade embora não funda indivíduos e sociedade. Com efeito, o holograma não significa neste contexto a soma das partes. O que queremos realçar é que, dada a interconstituição dos processos sociais em relações de dependência, eles manifestam uma reciprocidade tal que, como os fractais e os hologramas, partindo-os analiticamente, subdividindo-os, é sempre o mesmo padrão que observamos. Isto traduz-se na afirmação de que a sociedade está contida nos indivíduos; conforme vamos particularizando e aprofundando a análise, constatamos sempre este paradigma relacional de constituição da realidade social. Por aqui se nota, também, a necessidade de pensarmos em dualismos em vez de dualidades. Porque neste último caso, a fractalidade nunca seria possível. Se agência e estrutura coincidissem totalmente, o padrão fractal, em que a decomposição revela a mesma constituição em todos os níveis (interconstituição), seria impossível.

UNO E MÚLTIPLO NA TEORIA SOCIOLOGICA

A similitude entre as formações complexas e as formações detalhadas - a conjunção do uno e do múltiplo (*unitas multiplex*) - que os fractais encerram encontra-se presente, embora nem sempre seja notório, na teoria sociológica.

A teoria social de Tarde desenvolve-se, precisamente, a partir de uma ideia de fractalidade que se expressa no facto da divisão rigorosa entre os micro e os macro-fenómenos inviabilizar qualquer compreensão

dos processos de formação da realidade social. Ela introduz um axioma original que coloca a ênfase nas micro-formações: as entidades mais elementares apresentam uma maior riqueza em diferença e complexidade que as suas expressões agregadas⁵⁴.

A microscopia significa já um emaranhamento denso capaz de nos providenciar respostas ricas. A sua conceção, centrada na transversalidade do pequeno no grande, é o inverso de um evolucionismo unilinear. “Em lugar de explicar o todo pela pretensa imposição de uma *lei da evolução* que coagiria os fenómenos amplos a se reproduzir, a se repetirem identicamente segundo uma determinada ordem, em vez de explicar assim o pequeno pelo grande, o detalhe pelo conjunto, eu explico as similitudes do conjunto pela acumulação das pequenas ações elementares, o grande pelo pequeno, o conjunto pelo detalhe” (Tarde, 1999: 63). Ele incita-nos literalmente a des-cobrir: a retirar as camadas superficiais de similitude, mergulhar na densidade do social e destapar as primárias, pequenas e infinitas similitudes de pormenor.

Encontramos, então, uma outra dimensão da comparação: uma confrontação que substitui as repetições exteriores (de objeto com o objeto) por repetições interiores (na relação do objeto ao objeto), por comparações de um objeto consigo próprio, considerado sob os seus aspetos múltiplos. Tal significa imaginar, nos processos sociais, uma harmonia de conjunto alavancada numa harmonia de minudências feitas de infinitas adaptações. Tarde leva-nos a concentrar sobre a interação mútua da macro e da microscopia, de um universal que os aspetos fragmentários acarretam e das frações intermináveis que o universal encerra. A vista panorâmica não existe por si, formada que é pelo enquadramento que coloca em interação incontáveis elementos todos ligados entre si. A paisagem não é a

54

Cf. Latour, Bruno, *Gabriel Tarde and the End of the Social* In Joyce Patrick (ed), *The Social in Question- New Bearings in History and the Social Sciences*, London, Routledge, pp. 117-132.

soma das árvores que formam a floresta, mas é formada pelas suas particularidades minúsculas, pela associação de detalhes. O erro que Tarde identifica no Durkheim das *Règles du Méthode Sociologique* é pretender evacuar o detalhe, a irregularidade, a particularidade dos factos sociais. Ele chama a atenção para a *unitas mutiplex* pela conjugação do pequeno no grande e do grande no pequeno, da unidade múltipla ou da multiplicidade unitária numa destruição hierárquica caracterizada pela transversalidade e que, no fundo, se condensa na ideia de complexidade social. A sua reflexão sobre a sociedade dirige-se a unidade elástica da vida social ancorada nas micro-decisões elementares.

O contemporâneo Simmel, também ele, escrevia a este propósito: "São os passos infinitamente pequenos que produzem a coesão da unidade histórica, as ações recíprocas tão subtis de pessoa a pessoa que produzem a coesão da unidade social" (Simmel, 1999: 56). Nesta perspetiva fractal da realidade social o elementar enche o complexo, os aspetos rudimentares preenchem os graus superiores de desenvolvimento, elementar e complexo são graus de reciprocidade que se tocam e que caracterizam as relações entre agentes sociais. Esta abordagem teórica salienta a importância de se avaliar, concomitantemente à análise dos processos de formação de grande escala, os processos de formação social que se manifestam em um nível mais elementar e individualizado. Como se viajando entre a macro e a microscopia, procurando a fractalidade na realidade social encontrássemos sempre a mesma configuração de redes de relações e onde olhando para a sociedade constatava-se o indivíduo na sua forma plural, e vislumbrando o indivíduo se se deparava com as relações com os seus pares que traduz a ideia de sociedade.

A realidade social tida como um *drama* (em Grego, "ação") que concentra forças díspares que se distinguem entre si mas que, afinal, consistem em perspetivas de ângulos diferentes e de desdobramentos, perspetivas onde vemos repetirem-se os padrões de interdependência entre indivíduos. Como no drama teatral, o ato que contém

as cenas que, por sua vez, inclui personagens. A identificação uma peça dramática como um conjunto de atos ou como um conjunto infinito de ações entre personagens equivale-se. Trata-se sempre de um desdobramento provocado por uma colocação em perspectiva de acordo com diferentes incidências.

A transversalidade entre a macro e a microscopia, a invariância de escala, a auto-similitude, numa palavra, a fractalidade com que podemos encarar a realidade social conduz-nos, assim, à infinitude de uma multiplicidade dos atores (eis a publicidade como um princípio de conjugação da pluralidade).

DIFERÂNCIA E MONADOLOGIA

A existência social, encabeçada por relações processuais de interdependências, assume a diferença (*différance*).

Sem uma substancialização dos objetos sociais que colocaria atrito sobre a transitividade do social, a realidade social opera-se na circulação do que é mais característico e do que é mais comum. A identidade absoluta mostra-se como coincidência improvável de seres múltiplos que se entrecruzam à medida que o princípio diferencial se destaca como motor do movimento que se opera nas interações entre indivíduos.

Se a realidade social se forma relacionalmente, se ela constitui uma teia de dependências, ela nega a estaticidade. "Todas as similitudes, todas as repetições fenoménicas não parecem ser senão intermediários inevitáveis entre as diversidades elementares mais ou menos apagadas (...)" (Tarde, 1999 a: 73). A fractalidade está associada à diversidade e exuberância rica das variações, das configurações, das modulações entre relações sociais feitas de equilíbrios e renovações. A realidade é concebida como plena e marcada,

não pela escassez, mas pelo excesso, um excesso das possibilidades sobre as atividades⁵⁵. Unidades que devido à sua tendência em se diversificar constituem unidades apenas num sentido de totalidades especiais. Nascidas compósitas, as relações entre os indivíduos tendem a diversificar-se e a assumir variações de forma e de conteúdo.

Este aspeto multi-variacional do mundo social leva Tarde à monadologia como possibilidade de explicar a multiplicidade e a heterogeneidade. Contudo, esta monadologia é uma revisão total da monadologia de Leibniz, ela própria uma reação ao substancialismo da extensão manifestada, no séc. XVII, pelo Cartesianismo de Malebranche e Arnauld⁵⁶. Descartes decretava que a durabilidade dos objetos requeria as propriedades da extensão e do movimento de acordo com uma certa proporção. As partículas elementares não podiam integrar a extensão sem pressupor um movimento proveniente de uma força externa que a impulsione. A matéria estava morta e por isso qualquer força que lhe dê mobilidade advém do exterior. Daí que Descartes faça apelo ao movimento transcendente aplicado por um Deus longínquo.

Reagindo a estes pressupostos, Leibniz escreve uma refutação da teoria da inércia que inspirará a Física moderna. Contra corpos inertes dependentes de forças externas, ele defende, em 1710, nos *Essais de Théodicée sur la bonté de Dieu, la liberté de l'homme et l'origine du mal* e, sobretudo, na *La Monadologie*, de 1714, que a vida é interior aos elementos que a atualiza opondo, assim, aos átomos, as mónadas. O universo não é constituído por forças mecânicas que aplicariam movimento a algo mas, explica ele, por mónadas dotadas de um vitalismo no qual os objetos são considerados agregados vivos. Leibniz justifica, assim, um vitalismo capaz de unificar o dualismo

55 Bataille, juntamente com Nietzsche, terá sido dos primeiros autores a constatar na sociedade esta economia, não da eficiência, mas da perdularidade e da múltipla variação.

56 Martin, Jean-Clet, *Tarde: une nouvelle monadologie*, Multitudes – Mineure: Tarde intempestif, 7, Paris, 2001.

cartesiano do espírito (*res cogitans*) e da matéria (*res extensa*). A mónada “deve envolver uma multiplicidade na unidade ou no simples. Pois como toda mudança natural ocorre gradativamente, alguma coisa sempre muda e outra sempre permanece. Consequentemente, é necessário haver uma pluralidade de afecções e relações na substância simples, embora ela não possua partes”⁵⁷.

O que é central na monadologia de Leibniz é os corpos poderem ser infinitamente sub-divididos e mesmo assim possuírem as propriedades das suas partes infinitesimais. Eles denotam um energético singular composto por infinidades de mónadas, uma infinidade de partes de movimento próprio que implicam diversos graus de transformação contínua. Para Leibniz, a natureza faz entrar o infinito em tudo aquilo em que participa.

Embora Tarde rejeite o isolamento comunicacional das mónadas que as torna simples enteléquias, ele parte desta dimensão infinitesimal das mónadas para pensar a realidade social. Baseando-se nos princípios Leibnizianos da continuidade (fundamento do cálculo infinitesimal em que o mundo é um infinito atual e divisível) e dos indiscerníveis (segundo o qual dois seres são sempre diferentes por mais pequena que seja a sua discrepância devido, precisamente, ao vitalismo imanente) ele retém o panvitalismo infinitesimal Leibniziano propondo uma conceção da evolução multilinear, plural, descontínua⁵⁸.

Os elementos infinitesimais não são coisas, mas puras forças que agem. As suas pequenas variações infinitesimais caracterizam as ações, dado que o fundamental na mónada é definido pela atividade. Os princípios de organização do real irão privilegiar, então, a prioridade do descontínuo sobre o contínuo (a diversidade em

57 Leibniz, Gottfried W, *Teodicéia*, tradução de Fernando Gallas, 2007, acedido em Março de 2010 em www.leibnizbrasil.pro.br/leibniz-pdf/monadologia.pdf.

58 Isso verifica-se com clareza nas leis sociais que identifica, nomeadamente, repetição, oposição e adaptação e as suas formas sociológicas respectivas, imitação, hesitação e invenção (Tarde, 1999: 43).

substituição da uniformidade) e a integração do infinito no finito. E essa é a originalidade de Tarde: pensar a deslocação da diferença à singularidade no quadro de uma análise da realidade social que acarreta consequências fundamentais na relação entre indivíduo e sociedade. Fazendo uso do dinamismo processual diferencial e transformacional, o indivíduo é apreendido segundo a integração de uma diversidade de variações individuais (Tarde, 1999 a: 38).

A neo-monologia Tardeana - que desempenha um desenvolvimento das ideias de Maine de Biran e, ao mesmo tempo, uma inspiração para Bergson⁵⁹ sobretudo em *L'Évolution Créatrice* - retoma a multiplicidade da unidade.

As mónadas designam a pluralidade infinitesimal; a sua única essência é a abertura relacional (que significa, portanto, uma des-substancialização). A grande diferença em relação a Leibniz é que as mónadas, para Tarde, existem na sua variação relacional com as outras mónadas, ramificam-se em conjunção com outras forças infinitesimais (Tonkonoff, 2023). Tal como a Física havia quebrado a finitude do átomo, Tarde quebra a clausura das mónadas de Leibniz e instaura o turbilhão no seio da finitude: as entidades finitas não constituem totalidades mas apontam, antes, para a integração das diferenças infinitesimais que concorrem para que a realidade seja uma nebulosa de ação emanadas de uma multiplicidade de agentes em relação.

Numa conceção fractal da realidade social, o corolário da neo-monadologia Tardeana é que a sociedade e o indivíduo não são entidades discretas essenciais e antagónicas, elas são, sobretudo, compostos combinados até ao infinitesimal que descrevem uma pulverização no nosso modo de compreensão da realidade (Tonkonoff, 2023). A mónada é pura possibilidade constitutiva onde o limite não é a fronteira que (de) limita ou que circunscreve, contém e asfixia, mas a própria capacidade levada ao extremo: o limite como variação infinitesimal.

"A verdade é que a diferença segue diferindo, a mudança segue mudando e, dando-se a si mesmas como fim, a mudança e a diferenças atestam o seu carácter necessário e absoluto (...). Se olharmos o mundo social, o único que conhecemos por dentro (*en dedans*), vemos os agentes, os homens, muito mais diferenciados, mais caracterizados individualmente, mais ricos em variações contínuas (...)" (Tarde, 1999 a: 69). Tarde procurou na filosofia⁶⁰ um ponto de vista filosófico universal e encontrou nas mónadas substâncias simples diferenciadas (singularização recíproca) e diferenciantes (animadas por um movimento permanente de mudança) que revelam o mundo infinitamente pequeno das *nuances*. Elementos extrínsecos entre si, porém, esferas de ação que se interpenetram formando os microcosmos que compõem a universalidade.

Tarde acha, pois, na ideia de mónada o termo para uma multiplicidade de relações que não dependem unilateralmente do indivíduo ou da sociedade, mas que, pela sua variação, os geram, constituem e fazem emergir (Marrero-Guillamón, 2015). Ele enfatiza a similitude como resultado da sua tendência integrativa oferecendo um modelo sociológico onde a complexidade tem início, desde logo, no elementar. Isto significa que a sociedade não constitui uma ordem superior e mais complexa do que os indivíduos, assim como os indivíduos não constituem no seu isolamento, na sua identidade, o fundamento da sociedade. Indivíduos e sociedade, tal como os átomos e as células, caracterizam-se por serem compostos, isto, é por serem imediatamente relacionais⁶¹.

60 Mas não só. Embora a Filosofia (em especial a de Leibniz) seja a referência mais importante, os avanços da Biologia, Física e Química modernas foram decisivas para a sua compreensão do princípio da variação individual em direcção ao infinitesimal, nomeadamente, a teoria celular de Schwann ou a teoria química de Wurtz.

61 Vargas, Eduardo Viana, *Multiplicando os Agentes do Mundo: Gabriel Tarde e a sociologia infinitesimal*, Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol.19, nº55, 2004, p. 175.

A lógica do social é produtora de laços e tecida de liames. Reside aí a sua natureza fugidia e enigmática já que ela condensa sempre adaptações inventivas. E, portanto, a relação social não é uma de ligação direta; é sempre uma de religação (daí o teor religioso da publicidade) de improvisação e uma resposta a cada solicitação. Porque, para Tarde, em oposição ao Durkheim dos factos sociais, a sociedade não se dá completa. Isto é, ela não é algo de acabado e perfeito a que os indivíduos se sujeitariam. Ela incita, pelo contrário, a reencontrar, nos atos individuais, esses factos sociais onde a amplificação não redunde na homogeneização, mas na passagem de uma ordem de diferenças a uma outra ordem de diferenças, a partir da premissa relacional (King, 2016).

A sociedade como inter-câmbio de reflexos individuais, tal como a superfície do mar se nos oferece à percepção como uma multiplicidade caleidoscópica de reflexos que a luz provoca na água. A realidade social vista como recombinação, como empréstimo de associações que se estabelecem *ad infinitum*. Os indivíduos que a tornam possível não estão isoladamente em contiguidade, estão sim em posse de relações através das quais a sociedade é cavada, transversalmente lavrada, atravessada. Como vimos, o que define para Tarde a sociedade é a posseção recíproca de todos por cada um⁶². Isto aponta para o abandono do conceito solipsista do Ser em prol de uma metafísica do Ter no que este implica de transitividade intrínseca e de abertura à exterioridade.

Em vez de procurar uma essência identitária, cabe-nos traçar o rasto das propriedades diferenciais que caracteriza a integração multi-variável do indivíduo e da sociedade.

62

Esta definição concorre para a noção de publicidade como mediação e integração de duas ordens de diferenças na realidade social: o indivíduo e a sociedade. A dimensão fractal é, assim, central para a compreensão do princípio de publicidade.

RELAÇÃO E RIZOMA

Urge, então, começar pela diferença como relação (e pela relação como diferença) segundo uma competência dinâmica que rejeita o atributo rígido de uma essência. O Ser, nesta aceção, compreendido como propriedade de qualquer outra coisa, de um outro Ser, ele próprio composto por propriedades, e assim por diante. Não importa tanto o proprietário quanto as propriedades que o revelam. É a relação, o Ter propriedade, como desdobramento da existência social (Tarde, 1999 a: 85-90). A posse, como efeito colateral da exponenciação das relações em que a aquisição expressa o crescimento, alargamento e transformação da existência. "O verbo *Ser* significa *ter*, tal como *igualizar*: O meu braço está quente, o calor do meu braço é a propriedade do meu braço. Aqui é quer dizer *tem*. Um Francês é um Europeu, o metro é uma medida de comprimento. Aqui é quer dizer *igual*" (Tarde, 1999 a: 87).

Ser indivíduo é ter: possuir, por intermédio das relações, uma transversalidade de propriedades. Ser sociedade é estar na posse da relação entre indivíduos. A posse como prenúncio da transação que caracteriza a realidade social, e particularmente, a associação entre indivíduo e sociedade. E o real como afirmação da multiplicidade das relações, isto é, dos pontos de vista⁶³.

O aspeto fractal da realidade social requer que a identifiquemos com a convergência da arborescência e do rizomático, se quisermos, da raiz e do rizoma⁶⁴, expressão do princípio da multiplicidade e, ao mesmo tempo, do nó arborescente.

63 Cf. Shérer, René, *Tarde, puissances de l'invention*, Multitudes, No. 7, 2001 acedido em Abril de 2010 em <http://multitudes.samizdat.net/Tarde-puissances-de-l-invention.html>.

64 O rizoma Deleuziano lembra-nos o "coral da vida" (The Coral of Life) de Darwin pois também ele se caracteriza pela densidade de "ramificações" e pelo crescimento em todas as direcções.

Um tronco, eixo de rotação concêntrica, e simultaneamente uma copa densa de ramificações excêntricas. Uma segmentarização binária que unifica e uma segmentarização livre, criadora de multiplicidades. As conexões hierárquicas, lineares e verticais juntamente com as conexões horizontais. Contra uma unidade advinda apenas da subtração e contração da multiplicidade, surge o rizoma a-cêntrico, com as suas conexões livres definido unicamente por uma circulação de estados. Feito de linhas de continuidade como de linhas de fuga, mapeamento em formação, reformação, transformação, reversível com múltiplas linhas de entrada e saída. Assim, o rizoma é a expressão máxima da multiplicidade em contraste com o totalitarismo disciplinador da raiz e da radícula (Deleuze-Guattari, 1980: 32-33).

É esta segmentaridade que se situa na confluência da constituição do espaço homogêneo e da destruição da espacialidade, entre nós duros e nós macios que encontramos na relação entre indivíduo e sociedade. O aspeto relacional que a neo-monologia Tardeana consubstancia concretiza-se nesta divisão molar e molecular do social e que lhe confere a sua dimensão fractal. O tecido social como sendo formado por macro-formações molares que possuem uma dupla dependência recíproca com as múltiplas formações moleculares; o indivíduo reenviando para a pluralidade de indivíduos (sociedade) e vice-versa, mas igualmente as conexões que essas relações geraram.

Deleuze-Guattari explicam⁶⁵: "Toda a sociedade, mais também todo o indivíduo, são atravessados por duas segmentaridades: uma molar e outra molecular. Se elas se distinguem é porque elas não possuem os mesmos termos, as mesmas relações, a mesma natureza, o mesmo tipo de multiplicidade. Mas se elas são inseparáveis é porque elas coexistem, passam de uma a outra, segundo figuras diferentes como no caso dos primitivos ou no nosso – mas sempre se pressupondo uma à outra" (Deleuze-Guattari, 1980: 260).

65

Curiosamente, a sua argumentação não entra em contradição com o dualismo relacionista que temos vindo a descrever.

A realidade social resume a coexistência de fraturas e centralizações, de traços molares e moleculares, de cristalizações e dissoluções, de linhas e fluxos. Isto não significa retornar ao erro clássico de dicotomizar o molar como segmentarização associada às estruturas e ao supra-individual, e o molecular, mais ínfimo e etéreo, ao domínio do individual ou do inter-individual. Nem assumir diferenças de dimensão em que o molar seria extensivo ao social e o molecular nas atividades dos pequenos grupos.

Pelo contrário, estes conceitos, centrais em *Mille Plateaux*, consignam uma reciprocidade fractal onde a organização molar suscita uma molecularização dos seus elementos e das suas relações. A sociedade define-se não apenas pelas suas contradições a um nível estrutural, como também se define pelo efeito dessas contradições nas suas micro-formações. “Um fluxo molecular evade-se, primeiro minúsculo, depois aumentando ainda que passe despercebido... Apesar disso, e inversamente, as fugas e os movimentos moleculares nada seriam se não refluíssem pelas organizações molares e não reparassem os seus segmentos, as suas distribuições binárias de sexos, classes, partidos” (Deleuze-Guattari, 1980: 264). As linhas e segmentos, característicos da organização molar repercutem-se e prolongam-se nos fluxos e *quanta* da organização molecular, o macro-social repetido no micro-social, a sequência feita de ruturas e as interrupções consolidadas pelas continuidades. A diferença nunca é entre o social e o individual mas entre diferentes escalas, entre o domínio molar das representações – sejam elas coletivas e individuais – e o domínio molecular.

A distinção entre sociedade e indivíduo perde sentido porque os fluxos atribuídos aos indivíduos dependem das codificações coletivas - mas sem que isso corresponda a uma sobre-determinação porque a cada codificação segue-se uma decodificação, e a cada territorialização uma desterritorialização. Segmentações e fluxos como agenciamentos diversos que confluem num real dotado de conexões e relações infinitas. Uma realidade social que interioriza

organizações molares e moleculares situadas no mesmo plano, confluindo para as simultâneas sobre-codificações que dividem e homogeneízam e as descodificações que amolecem as fronteiras e abrandam a nodosidade.

Na fractalidade do social, o molar e o molecular indicam-nos dois polos de negociação, transdução e mesmo de tradução situados no mesmo plano de atividade. Uma sociedade que endurece e amolece, tal como um plano individual que flui e se cristaliza, sobre-codificado mas igualmente descodificado e aberto. Polos que não se dicotomizam porque são ambos constituídos de micro e macro-fragmentos que se deslocam entre si sem que possam constituir-se univocamente. Na multiplicidade das relações estabelecidas, os indivíduos fazem sociedade assumindo a simultaneidade do molar e do molecular, a lógica das produções descentradas emaranhadas por fluxos diversos, não a lógica centralizada do produtor totalitário (o indivíduo e a sociedade tomados como essências capazes de emanarem significados unilateralmente). Na sociedade, como no indivíduo, confluem o micro-social e o macro-social, numa abertura fractal onde os dois termos sobressaem numa unidade compósita, num jogo de dimensões que se interpenetram e que a publicidade opera.

O PROBLEMA DA COMUNICAÇÃO

Esta dimensão fractal acarreta uma perspectiva que faz resurgir o problema da comunicação na realidade social.

Vista na confluência da multiplicidade e da unidade, do molar e do molecular, e da relação, é a pertinência do ato comunicacional que sobressai como operador na rede social. O conceito central do dualismo relacionista é, aliás, a comunicação⁶⁶, quer pela sua

eficácia de ligação e associação dos indivíduos, quer pela facilidade em conectar realidades distantes no seio do tecido social. A fractalidade transforma-se, assim, rapidamente em reticularidade, onde a relação entre dimensões diferenciadas passa por tornar comunicantes os seus vasos.

Numa realidade social concebida como rede de indivíduos em interação constante (intuição, aliás, já presente em Tarde⁶⁷), os nódulos não possuem propriedades intrínsecas, apenas propriedades relacionais que advêm da sua localização, posição e temporalidade na rede. Tal como a eletricidade não existe, de um ponto de vista essencial, num circuito elétrico, também a comunicação não está na sociedade, antes circula pelos nódulos da rede, isto é, ela realiza-se por intermédio da atividade dos indivíduos. O antiessencialismo ou relacionismo da realidade social advém da ativação seletiva e relativa destes grumos do tecido reticular social⁶⁸ e da sua acentralidade que não contempla a existência de um centro nevrálgico que comande as operações sociais. A agência e a estrutura manifestam-se na itinerância da sociedade reticular, da sua variação de estado e de segmentações, onde indivíduo e sociedade se constituem comunicativamente - ou dito da forma já expressa - onde indivíduo e sociedade se moldam relacionalmente.

Isto relembra-nos, mais uma vez, que a concepção substancial do indivíduo e do ator social é curta, e que devemos, antes, concebê-los como construções operadas pela circulação das suas atividades em redes sociais de interação.

Pois o indivíduo não é o derradeiro fundamento da ação – como pretendia o individualismo metodológico – mas um dos intermediários perpassados por uma vasta rede de inter-ações. Enquanto

67 Cf. Muchielli, Laurent, *Tardomania? Réflexions sur les usages contemporains de Tarde*, Revue d'Histoire des Sciences Humaines, nº3, 2000/2, p. 170.

68 Fuchs, Stephan, *Against Essentialism - a theory of culture and society*, Cambridge, Harvard University Press, 2004 [2001], p. 65.

ator social, o indivíduo é o operador da ação social, mas isso não aponta para que ela nasça exclusivamente em si, ou que ele seja o seu ponto de origem; ele desempenha um papel dentro de uma teia de interdependências.

Como Goffman ou Garfinkel nos mostram, o ator social nem sempre discorre com exatidão durante o desempenho dramático das suas atividades sociais, o que pertence ao real ou o que é encenado (ou melhor, ele interroga-se quanto ao facto da realidade social não consistir senão numa encenação). A sua ação pode não ser despoletada por si mas inserir-se na teia de dependências. Tal é mais contundente numa sociedade reticular: a atividade não é necessariamente coerente, controlada e delimitada. Pelo contrário, a atividade social caracteriza-se pelo empréstimo, pela deslocação e deslocalização, pelo carácter distributivo, influenciável, traduzido e traído (Latour, 2007: 46).

A complexidade das relações sociais, visualizada como uma rede, cria um princípio de incerteza para os indivíduos. A ação individual transporta a marca de muitos outros indivíduos e instituições. A atividade individual como tecelagem, de apropriação, conformação e invenção de ações já iniciadas que viajam pelo tecido social. Com efeito, o indivíduo é plural produzindo-se em múltiplas operações de dobramentos (*plissements*) e interiorizações a partir de uma complexidade de lógicas sociais e processos relacionais. Quanto mais relações sociais estabelecem mais se individualiza. Por isso, a metáfora dos anexos (*attachments*) é tão apropriada: ela reflete uma sociedade em rede em que o indivíduo adquire cada vez mais propriedades anexas que lhe servem para continuar a relacionar-se em contextos interativos diversos. Esses anexos que o personalizam funcionam como se fossem *Plug-ins*, novas competências que lhe permitem continuar a conectar-se, a circular e a participar em redes de interação múltiplas. "O que é tão gritante nesta metáfora do *Plug-in* é que a competência não surge por atacado, mas em *bits* e *bytes* (...). Compreendemos que para obter atores humanos

completos, temos de os *compor* a partir de variadas *camadas* sucessivas, cada uma empiricamente distinta da seguinte. Ser um ator competente vem agora em fragmentos (*pellets*) discretos ou, para tomar de empréstimo do ciber-espaço, *patches* e *applets*, cuja origem pode ser pesquisada (*googled*) antes de serem descarregados (*downloaded*) e gravados por alguém" (Latour, 2007: 207).

Assim, o social não existe plenamente constituído, mas constitui-se comunicativamente na itinerância das atividades inter-dependentes. Num certo sentido, como preconizado pela *ator-network-theory*, o social define-se pela fluidez e torna-se mais cintilante quando as associações, ligações, conexões - as relações - se ativam. A sociedade é *desempenhada* pela reunião dos indivíduos de tal modo que possam ser perspectivados como conjunto.

RETICULARIDADE E INTERAÇÃO SOCIAL

Reiteramos a tese deste livro: a ordem social existe e é dada configuracionalmente: não existem entidades superiores, prévias à ação, mas antes indivíduos e ações que em vez de conterem ou explicarem, circulam, formatam e coordenam. O social como mapeamento das interações e que se radica na raiz etimológica de *socius* como significando um associado e que se realiza plenamente na ideia de acompanhamento⁶⁹. Logo, a realidade social considerada como traçado: um traçar da experiência, uma sucessão de interações, um desenrolar transitivo de associações e relações que podem ininterruptamente ser retraçadas e reunidas. As nuances do social são as traduções que comunicativamente procuram ligar os conjuntos de interações e interdependências.

A este propósito, é conveniente mencionar algumas características que as interações sociais adquirem segundo o ponto de vista de uma sociedade reticular (cf. Latour, 2007: 199-204).

Primeiro, as interações não são isotópicas. Isto designa o facto das interações estarem imbuídas de outras relações e assim sucessivamente como se para chegarmos à folha de uma árvore tivéssemos de ter em conta os processos de polinização e de germinação, bem como a sua relação com o seu ecossistema, a floresta, e a interações desse *habitat* com os *habitat* circundantes. Em resumo, as interações de uma sociedade que acontece de forma reticular e relacional não são isotópicas porque não existem num vazio simbólico ou material, convocando sempre novas relações.

Segundo, as interações não são sincrónicas. O seu conteúdo não nasce espontânea nem efemeramente. Tal como as regularidades sociais têm uma existência própria que antecede e sucede aos indivíduos, também as interações se processam segundo a flacidez e derretimento do tempo (como a *Persistência da Memória* de Dalí) que as coloca como antecedentes e sucessoras de outras interações. Além disso, a própria configuração dessas interações recobre variados e múltiplos domínios, espessuras e densidades simbólicas.

Terceiro, as interações sociais não são sinópticas. Cada participante social que se envolve interactivamente não é simultaneamente visível para todos os outros indivíduos que nas suas próprias interações entre si formam a ideia de sociedade. Todos agem e interagem embora não estejam todos presentes ao mesmo nível de interação. Latour refere o termo de Oligóptico para designar precisamente o oposto do Panóptico de Bentham: um olhar minúsculo, parcial e fragmentário que se assimila de forma reticular desde que as conexões entre essas micro-perspetivas se conservem (Latour, 2007: 181). O Oligóptico luta contra a visão panorâmica do social resistindo à totalização inerente a um olhar onisciente que tudo vê, enquadra, classifica, ordena e organiza. As interações obedecem a uma

circulação das relações que não pode ser capturada por um olhar-predador ubíquo. O social encontra-se disseminado, qualquer tentativa de apreensão total cai na já mencionada falácia da centralidade.

Por estes três atributos confirmamos a importância do princípio de publicidade: dele depende a conexão entre diferentes e ausentes processos de interação num todo suficientemente homogêneo para integrar todas essas heterogeneidades.

A publicidade liga não apenas o conjunto reticular das interações sociais de forma espacial e temporal, como recobre, ainda, diferentes regimes de visibilidade que se tornam, deste modo, disponíveis para serem reintegrados na teia de interdependências. O princípio sócio antropológico da publicidade assume ser um princípio de gestão do visível, contemporizando e agilizando as visibilidades que tornam possíveis os mapeamentos da experiência social partilhada: ligando a multiplicidade de pontos, ela constrói as figuras do social capazes de gerar as constelações simbólicas que nos permitem identificar a realidade social com um dispositivo reticular, e sobretudo que nos permitem falar em sociedade.

Repetimos, de novo, que sem a publicidade não dispomos, provavelmente, de um princípio social que signifique uma circulação simbólica capaz de assegurar a coesão social, isto é, de funcionar tanto como uma cola, como um *pace-maker*: sem uma publicidade operada pela imprensa ou televisão tendemos a perder o sentido coletivo do que é socialmente pertinente para a nossa sociedade, comunidade ou grupos social. Sem o princípio de publicidade-responsável por manter ativas e atualizadas as configurações de interdependência (fluxos, linhas, molar e molecular) - as sociedades tendem a retrair-se.

Como é suposto numa concepção fractal da realidade social, necessitamos de um princípio de publicidade que impulsione a circulação simbólica que prolonga a rede de relações entre os elementos.

Se um bailarino para de dançar, a dança é interrompida e cessa. Para que a rede de interdependências sociais se proteja, retarde e prolongue é necessário impedir que a inércia se instale: a publicidade é precisamente o princípio que atende à necessidade de prolongamento da coreografia de modo a assegurar-se que a dança não termina nunca. Aliás, a dádiva social, enquanto rito público, expressa essa mesma intenção: a reiteração da relação por intermédio da troca interminável de bens.

PSIQUE, SOCIEDADE E FRACTALIDADE

Por fim, deixemos em cima da mesa um outro aspeto da fractalidade no que à relação entre indivíduo e sociedade concerne: a relação entre sociologia e psicologia.

A ênfase colocada sobre o objetivismo das *Règles du Méthode Sociologique* – que trata os factos sociais como “coisas” – faz-nos, por vezes, esquecer as relações estreitas entre as duas disciplinas das ciências sociais, em especial no seu período fundador. A verdade é que a escola começada por Durkheim e continuada pelos autores do *Année Sociologique* (sendo Mauss e Halbwachs os mais conhecidos) produzem uma sociologia que é descrita como uma psicologia coletiva e que, em muitos sentidos, se aproxima da psicologia social enquanto disciplina híbrida da sociologia e da psicologia.

Com efeito, nota-se uma afinidade científica em que os ensinamentos de uma podem ser úteis à outra⁷⁰ manifestando uma posição integradora: como, por exemplo, as expressões “mentalidade dos grupos” ou “consciência coletiva” confirmam. Assim, toda a sociologia seria uma psicologia, mas uma psicologia *sui generis* destinada a renovar a psicologia estritamente individual (Durkheim, 1975: 185).

70

Veja-se, por exemplo, os capítulos II e III de Mauss, Marcel, *Rapports Réels et Pratique de la Psychologie et de la Sociologie*, Journal de Psychologie Normale et Pathologique, 1924.

Contudo, o problema, frequentemente apontado, consiste na tendência em separar estritamente o domínio do individual e do social como corolário do enfoque que a sociologia como ciência de fenómenos coletivos manifesta, e que resultou na distinção entre consciência coletiva e consciência individual. Esta partição entre dois estados de consciência foi motivada pela necessidade de fundar o novo campo da sociologia demarcando-o claramente do psicológico, como o campo da dimensão mental do indivíduo.

Na tese de doutoramento "O Processo Publicitário" associámos a publicidade à fomentação de uma consciência coletiva (o seu teor religioso) (Mateus, 2012). Após uma reflexão sobre a fractalidade da realidade social podemos já antever qual a relação entre esses dois tipos de consciência.

De facto, do ponto de vista de um dualismo relacionista, podemos identificar na consciência individual e na consciência coletiva uma integração recíproca dos termos. Contra a definição simplificada de Psicologia, a estrutura das funções psíquicas não pode estabelecer-se isoladamente dos outros homens e independentemente das relações que se celebram entre eles. E contra a definição simplificada de Psicologia Social, não podemos pensar sobre os fenómenos sociais sem envolver as funções psíquicas individuais (Elias, 2004: 24). Nem tão pouco devemos pensar os fenómenos psico-sociais como a soma ou a média das exteriorizações psíquicas de vários indivíduos, que nos levaria a uma substancialização expressa na ideia de "alma ou espírito coletivo": "o resultado exterior único de diversos processos psíquicos subjetivos é percebido como o resultado de um processo psíquico único – logo, um processo de alma coletiva. *A unidade do fenómeno que daí resulta reflecte-se na unidade pressuposta pela sua causa psíquica*" (Simmel, 1999: 550).

Sem pressupor um abismo entre indivíduo e sociedade, aceitando que toda a sociedade é uma sociedade de indivíduos, é necessário compreender os fenómenos sociais na disjunção entre

a componente psíquica (individual) e a sua componente propriamente social (pluralidade de dependências entre indivíduos) e pensar a psicologia situada entre as ciências naturais (as regularidades fisiológicas e biológicas dos organismos humanos) e as ciências sociais (regularidades histórico-sociais das quais depende a diferenciação individual).

Precisamos, então, de reposicionar o indivíduo enquanto *psique* fora de uma concepção fechada (o *homo clausus* de Elias) e psicologizada, para abrir o seu psiquismo às regularidades sociais que se estabelecem configuracionalmente. E, simultaneamente, localizar os processos sociais numa natureza psicológica – conclusão obrigatória quando admitimos que a sociedade consiste na definição plural de indivíduos envolvidos em teias complexas de interdependências.

Por isso, os processos sociais são, também, descritos como processos psíquicos (cf. Simmel, 1999: 60). Abre-se o campo – não de uma psicologia, não de uma psicologia social – mas de uma sociologia psicológica (Lahire, 2001: 329) que em alusão à fractalidade da realidade social encontra a reversibilidade dos vetores individual e social: ela transporta-nos para o estudo do indivíduo que atravessa diferentes contextos sociais e para o estudo da sociedade como a forma individualizada, incorporada, interiorizada, psicologizada da realidade social.

Não temos de um lado, uma psique isolada que sofre a coação das estruturas sociais (Dowding, 2016), nem do outro lado, estruturas sociais intocáveis e isentas do vetor individual. Não há um sentido que os indivíduos conferem às suas práticas separado das representações do mundo refletidas na construção da realidade social. Entre o subjetivo e o objetivo não existem diferenças radicais, mas somente diferenças do grau de objetivação da realidade social. Não existem “realidades objetivas” opostas a “realidades subjectivas”: “Nomeamos «subjectivas» uma opinião, uma ideia, um ponto de vista, uma representação, embora, concretamente, estas realidades

subjectivas são tão objetivas com as primeiras [uma casa, um automóvel, etc] (...). A «psicologia» de um ator ou a «mentalidade» de uma época são tão visíveis nos objetos, nos espaços, ferramentas e máquinas que produzem” (Lahire, 2001: 340).

A expressão “sociologia psicológica” condensa a ideia da fractalidade da realidade social introduzindo na observação das ações sociais a variabilidade de escalas que ela envolve e introduzindo nos comportamentos sociológicos o estudo da variação intra-individual e inter-individual dos comportamentos sem abandonar a clássica análise das variações intra e inter-sociais⁷¹. Ela permite-nos, assim, ponderar a realidade social segundo a perspetiva de uma pluralidade de entidades psíquicas em relação crescente, independentemente da escala de observação⁷². No programa teórico da *Inter-Psicologia* de Tarde constatamos essa preocupação pela interação das consciências, noção que se repercute por toda a sua obra, inclusivamente no seu estudo da comunicação, designadamente na importância da conversação na consolidação do Público e na formação da opinião, em *L’Opinion et la Foule*. A inter-psicologia classifica o processo social em que ação exercida por um indivíduo sobre outro resulta na reação de um terceiro numa espiral social de modificação dos estados sociais. Ela visa, assim, a explicação psicológica dos factos sociais, isto é, o esclarecimento das relações dos homens *inter pares*. “Trata-se de constatar que os fenómenos sociais têm por causas elementares as ações intercorporais e as ações intermentais, que a sociologia abraça a totalidade complexa destes dois tipos de ações (...)” (Tarde, 1973: 92).

A inter-psicologia, ou inter-mental, tratando das lutas e alianças de ideias que os homens estabelecem, recobre, assim, alguns contornos característicos da comunicação, e, sobretudo, da publicidade.

71 Lahire, Bernard, *Sociologie, Psychologie et Sociologie Psychologique*, Hermès, 41, 2005, pp. 151-157.

72 Simmel tem uma asserção curiosa a este nível: “a unidade do indivíduo e da sociedade, inapreensível imediatamente e inexprimível para nós, revela-se no facto da alma ser uma imagem da sociedade e da sociedade ser uma imagem da alma” (Simmel, 1999: 739).

Em especial, em enfatizar a criação de estados mentais recíprocos induz a coesão que a publicidade facilita aos processos comunicacionais de uma sociedade. Contribui, assim, para trazer o problema do princípio de publicidade diretamente para a relação entre a escala individual e coletiva traduzida na expressão inter-psicologia.

Em resumo, a fractalidade da realidade social incita-nos a perceber a sociedade como um grau de objetivação das interações individuais. Incentiva-nos a variar a sua escala de observação e reconhecer nas suas regularidades as ações dos indivíduos envolvidos em redes de interdependências. Em aceitar que o social se compõe de *psiques* entrelaçadas – uma inter-psicologia, ou para parafrasear Sloterdijk, que “o exterior transporta consigo mundos interiores”⁷³.

A sociedade não como uma exterioridade homogênea e impositiva, mas apenas o lado exterior da vida interior, rede favelar de religação permanente que, como tal, requer a presença de um princípio ativo de publicidade. Porque os homens são aqueles que, em cada instante, separam aquilo que está religado e religam aquilo que existe separado. União e separação como os elementos de uma totalidade recomposta. A estrada é, neste caso, a realização mais humana: aquela que põe a sua vontade do outro inscrita na poeira da terra. Ao contrário do animal que apenas enfrenta distâncias (as migrações, as rotas alimentares, as transumâncias), o homem social imobiliza o movimento por estruturas sólidas e perenes estabelecendo aberturas e fechamentos: o caminho que reúne dois pontos separados, mas também o caminho que os separa. A realidade social feita, então, de pontes e de portas, a primeira acentuando o ultrapassar das distâncias, a segunda incidindo sobre a dissociação. As pontes e portas recordam-nos como as desconexões e conexões integram a realidade.

Ora, a fractalidade do social comporta a ideia de um princípio de publicidade, de contornos evidentemente comunicativos, que possa deslizar o social, ligar e desligar, operando transições entre fronteiras. Unindo como a ponte e concedendo o espaço necessário entre os homens, como a porta. Lembra-nos Simmel que a porta, criando uma associação entre o espaço do homem e tudo aquilo que está além de si, abole a separação entre o interior e o exterior (Simmel, 1993: 164). O mesmo constatamos com o dualismo relacionista e fractalidade da realidade social. E por isso mesmo é necessário convocar o princípio de publicidade. A unidade do social advém da sua multiplicidade, das constantes extensões reticulares que se estabelecem e desenharam a relação entre indivíduo e sociedade como uma caracterizada pela *mise en abyme*, pelo desdobramento infinitesimal, pelas forças molares e moleculares já presentes em cada um dos termos.

Como um fractal que, independentemente da escala, conserva os seus atributos. Um indivíduo fractal em que a sua cisão significa continuar a ver interações entre indivíduos; e uma sociedade fractal em que, por mais fundo que se vá, constatamos sempre as mesmas regularidades fundadas nas interdependências e complexidade relacional entre os indivíduos. As supostas ruturas (o individualismo e o holismo metodológicos) são afinal conjunções; e as supostas fusões necessitam de ser distinguidas (dualismo relacionista). O princípio de publicidade pode ser, precisamente, localizado no percurso entre esse dualismo relacionista abrindo portas e construindo pontes.



CONCLUSÃO:

ENTRE EMERGÊNCIA
E SOBREVENIÊNCIA,
FUGAS E *VIBRATTOS*

A tese deste livro é a seguinte: procurar a relação entre o princípio de publicidade e a noção de indivíduo implica começar-se por pressupor uma realidade social fractal. A associação entre indivíduo e sociedade ou agência e estrutura, assenta num dualismo relacionista - isto é, na distinção dos dois polos ao mesmo tempo que os correlaciona de forma não substantiva ou autónoma.

As micro e macro-formações sociais são relacionais entre si fazendo com que aja alternância: uma micro-formação para assumir-se como macro-formação em relação a uma micro-formação. A neo-monadologia Tardeana ajudou-nos a integrar, no mesmo objeto, diferenças de escala. A noção de fractalidade resume essa transversalidade entre os vetores individual e coletivo.

O "macro" não está sobre ou sob as interações, mas é um seu complemento. Para cada perspectiva macro podem ser levantados outros tantos aspetos "micro" a ele associados por via da profunda dependência funcional das ações sociais. O global insere-se no local, tal como o local se incorpora no global por via da multiplicidade de conexões e veículos simbólicos. O princípio de publicidade insere-se nesta conceção da realidade social através de uma função mediadora; ou, se quisermos, ele assume-se como operador simbólico que contribui para o fomento da teia de relações complexas que caracteriza a sociedade (pluralidade de indivíduos).

Há ainda um outro aspeto associado à fractalidade da realidade social, o qual está implícito em todo o nosso argumento.

A natureza estratificada da realidade social contribui para a existência de propriedades emergentes decorrentes da forte imbricação do indivíduo e da sociedade. Utilizado diversamente na sistémica, na teoria dos sistemas sociais, na matemática, ou na Física e na Biologia, o conceito de *emergência* descreve os padrões complexos

que resultam de uma multiplicidade de interações simples de acordo com uma perspectiva integracionista⁷⁴.

De facto, o que é notável na ideia de sociedade tida como a definição plural das interações entre indivíduos é que certos atributos, propriedades, regularidades, estruturas sociais emergem a partir de ações recíprocas simples. Estruturas de nível organizacional superior emergem da interação de componentes elementares de uma maneira não intencionada, prevista ou estruturada.

Isto significa que, tanto ao nível do indivíduo como da sociedade, encontramos o fenómeno da emergência que confirma a sua irreducibilidade e separabilidade. Mas confirma também o dualismo relacionista na medida em que: primeiro, a emergência social supõe que certos estratos sejam anteriores a outros; segundo, a emergência ocorre fazendo com que as propriedades entre diferentes estratos possuam uma autonomia relativa; terceiro, essas propriedades autónomas possuem a capacidade de exercer influência causal sendo precisamente o reconhecimento dessa causalidade da multiplicidade que valida a sua existência (cf. Archer, 1995: 14; Archer, 2017).

A emergência está, deste modo, latente em todos os processos sociais se perspetivarmos a realidade social de forma fractal e estratificada. Ela é a pluralidade de propriedades relacionais, são as configurações de interdependências que constituem a sociedade. A emergência social resulta dessas interações múltiplas e da sua integração a vários níveis. As propriedades emergentes, embora invisíveis, são socialmente reais, tanto quanto a própria ideia de indivíduo ou de sociedade. Elas surgem das relações estabelecidas entre os vários atores sociais, mas de forma interna e necessária- e não externa e contingente- em que a existência de uma entidade decorre dessas mesmas relações ao ponto da modificação de um dos seus constituintes determinar novas configurações.

74

"A emergência é o aparecimento de estruturas novas e coerentes, padrões e propriedades durante o processo de auto-organização de sistemas complexos" Goldstein, Jeffrey, *Emergence as a Construct: History and Issues*, *Emergence: Complexity and Organization* 1 (1), 1999, pp. 49-72.

Esta interdependência da emergência reenvia-nos para um outro conceito, o de *sobreveniência* (*supervenience*) (cf. Zahle *et al.*, 2007). Central na Filosofia da Mente, e popularizado por Davidson⁷⁵, a sobreveniência consiste na relação de dois níveis de análise em que se um conjunto de propriedades A sobrevém sobre um conjunto de propriedades B, então, as duas entidades não podem diferir nas suas propriedades A sem diferirem nas suas propriedades B. Num exemplo prático, a disposição das cores e formas de uma pintura não podem diferir sem modificar as suas propriedades microfísicas. Isto significa que a disposição de cores e formas sobrevém nas suas propriedades microfísicas. Sem pretender explorá-la, diremos apenas que a sobreveniência poderá ser observada ao nível da realidade social relativamente à sua interdependência complexa (a qual evita o reducionismo porque prevê propriedades irreduzíveis)⁷⁶.

Esta conceção subjaz a esta obra. A ideia de que a sociedade não consiste numa substância coercitiva, em estruturas exteriores aos indivíduos embora granjeie uma independência relativa. A sociedade é a configuração plural dos indivíduos. Emerge das profundas e complexas redes de interações. A sociedade sobrevém aos indivíduos. Por isso, a realidade social consiste nesse paradoxo da unidade múltipla, do holograma, da fractalidade. Ela consiste na transitoriedade e transitividade das relações, na criação e renovação das dependências, da exploração simultânea dos vetores individual e coletivo, o global e o local como reciprocidades que embora se possa distinguir pela sua autonomia, não deixam de ser mutuamente relativos – eis o dualismo relacionista que ensaiámos aqui.

A pertinência de refletir sobre a dimensão fractal da realidade social - onde cada elemento contém a semente do particular e do geral, do elementar e do complexo, do individual e do coletivo

75 Davidson, Donald, *Mental Events In Experience and Theory*, Foster and Swanson (ed), London, Duckworth, 1970.

76 Cf. Healy, Kieran, *Conceptualising Constraint: Mouzelis, Archer and the Concept of Social Structure*, Sociology, vol.32, nº3, 1998, p. 519.

– numa tese sobre o princípio de publicidade reside justamente na função simbólica que ele preenche nesse real.

Poderemos perceber a amplitude e a abrangência do processo publicitário, e da sua influência nos processos sociais gerais, se atendermos ao facto de que o “social” se caracteriza por ser itinerante, transitivo, reticular. Precisamente porque a realidade social é dinâmica e desenrola a sociedade no indivíduo, tal como desdobra o indivíduo na sociedade (nenhum dos vetores assumindo-se como inultrapassável) é que a publicidade tem a sua razão de existir, mesmo se aparentemente invisível.

Essa “invisibilidade”⁷⁷ ou intangência é um dos seus predicados que mais contribui para a ausência de reconhecimento que ela tem tido por parte da teoria social (tanto por parte da sociologia e restantes ciências sociais, como por parte das ciências da comunicação). Com efeito, o grande paradigma da publicidade é a o da modelo crítico-racional da esfera pública presente na noção Kantiana de *Öffentlichkeit* (Habermas, 1991).

Centrando-nos no debate da agência e da estrutura e propondo a hipótese do dualismo relacionista, este ensaio enfatizou as propriedades emergentes e sobrevenientes da realidade social de modo a construir um quadro de análise social que ilumine o espaço que falta preencher com o conceito de publicidade e a sua feição simbólica e comunicativa. É ao sobrepor indivíduo e sociedade (sem, contudo, os fundir), é ao evidenciar a fractalidade do social, que somos levados a pensar sobre ela: um processo que torne comunicantes todos os cantos, todas as cristalizações, todas as diferenças infinitesimais.

O processo publicitário envolve aspetos coletivos – cf. capítulo sobre a disposição e o teor da publicidade (Mateus, 2012) – mas,

77

Evidentemente, mesmo a nossa argumentação acerca da publicidade seria bastante mais convincente e plausível se fossemos apresentando situações sociais concretas onde a sua influência fosse observada. Por questões metodológicas, deixaremos esse confronto entre a teoria e a prática da publicidade para um outro capítulo, no qual ensaiaremos um exercício de identificação do princípio de publicidade no quotidiano.

igualmente, aspetos que assinalam a individualidade, a identidade e a formação social do indivíduo. A publicidade será, assim, o processo central que nos ajuda a compreender como decorre a articulação entre agência e estrutura - ou indivíduo e sociedade - operando a contigência de escalas dentro de uma realidade social fractal. A publicidade responde às necessidades que uma tal concepção impõe; isto é, ela permite agilizar um conjunto de procedimentos que explicam o fracturado - ou fractalizado: o elementar e o complexo, a estrutura reticular e rizomática das associações humanas, as diferenças que é necessário homogeneizar, as semelhanças que urgem serem heterogeneizadas, ou a vertigem do psicológico no sociológico.

Trazemos, pois, à colação o princípio de publicidade como mediação simbólica da realidade social, e como o primeiro impulso gerador de uma inter-psicologia, uma que requer uma ação comunicativa vigorosa de modo a delinear uma sociedade a partir de todos os pontos isolados esparsamente dispersos. O mesmo é dizer, a publicidade como fomentadora de sociedade a partir de um fator individualizante.

Por fim, permita o perseverante e atento leitor uma derradeira alusão à epígrafe com que preambulámos o livro: *uma única coisa mas expressa sobre dois modos*. Interpretemo-la segundo dois registos.

O primeiro, relativamente à publicidade. O princípio de publicidade é um processo cuja unidade advém da conciliação do múltiplo. A publicidade expressando a influência sobre definição plural dos indivíduos (a sociedade) e simultaneamente, a influência sobre a definição singular do indivíduo. Sobre o deslize do social, a publicidade reúne e separa, levando e trazendo, construindo e desfazendo.

O segundo registo, relativamente à realidade social. A epígrafe não pode ser interpretada como traduzindo a ideia de que a sociedade e o indivíduo são uma e a mesma coisa. Foi precisamente essa a imprecisão que tentámos afastar. O que, sim, pretendemos sintetizar na utilização da supracitada epígrafe é que a realidade social- enquanto unidade- se desdobra rizomaticamente em planos diferenciados que convocam sempre os vetores individual e coletivo.

Embora a sociedade resulte das configurações e dependências que emergem (no sentido rigoroso da “emergência” e da “sobre-veniência”) das interações entre indivíduos, ela não se confunde com os próprios indivíduos. Antes, a realidade social envolve a articulação das potências do singular e do plural, do molar e do molecular, tanto no indivíduo, como na sociedade. Nisto consiste exatamente a sua fractalidade: a coincidência de escalas diferenciadas em cada elemento social ao ponto de cada vez que pretendemos decompor a estratificação social depararmos-nos obrigatoriamente com a multiplicidade da unidade, ou seja, de vermos em cada indivíduo a refração da sociedade, e na sociedade a refração plural dos indivíduos, sem que um se funda necessariamente no outro. *Uma mesma coisa mas expressa sobre dois modos.* A realidade social como desdobramento.

Precisamente devido ao diferimento permanente de indivíduo e sociedade, devido - insistimos - a essa linha do horizonte que por mais que caminhemos nunca se alcança, devido, ainda, ao facto de colocarmos indivíduo e sociedade sobre a forma de um dualismo relacionista, é que é vantajoso compreender melhor o que é e em que consiste o princípio arquetípico da publicidade. Ambos os registos se entrelaçam. A realidade social - como a publicidade - como processos *unitas multiplex*, fractais, transversais, itinerantes, processos de vertigem integracionista entre indivíduo e sociedade.

Para concluir com uma analogia musical, a realidade social é uma *fuga*, uma composição polifónica tecida de contrapontos e contrastes envolvida sobre um tema principal (a coesão colectiva sobre o qual trabalha o teor religioso da publicidade) onde, sucessivamente, entram novas vozes que o prolongam de forma mutuamente entrelaçada.

E a publicidade resume um *vibrato* - uma variação da altura de uma nota - unindo a diversidade de notas numa vibração conjunta, e reunindo as oscilações que cada nota singular introduz.

BIBLIOGRAFIA

Archer, Margaret S, **Realist Social Theory - the morphogenetic approach**, Cambridge, Cambridge University Press, 1995.

Archer, Margaret S. (ed.). **Morphogenesis and Human Flourishing**. Cham: Imprint: Springer, 2017.

Baber, Z. *et al.* "Beyond the Structure/Agency Dualism: An Evaluation of Giddens' Theory of Structuration*." **Sociological Inquiry**, 61 (1991): 219-230. <https://doi.org/10.1111/J.1475-682X.1991.TB00276.X>.

Bhaskar, Roy, **The Possibility of Naturalism - philosophical critique of the contemporary human sciences**, London and New York, Routledge, 2005 [1979].

Borch, C. *et al.* "Tensional individuality: a reassessment of Gabriel Tarde's sociology." **Distinktion: Journal of Social Theory**, 18 (2017): 153 - 172. <https://doi.org/10.1080/1600910X.2017.1378690>.

Boudon R, Fillieule R, **Les Méthodes en Sociologie**, Paris, Presses Universitaires de France, 2004 [1969].

Boudon, Raymond, **La Logique du Social**, Paris, Hachette Littératures, 1990.

Bourdieu, Pierre, **Le Sens Pratique**, Paris, Les Éditions de Minuit, 1980.

Bourdieu, Pierre, **Social Space and Symbolic Power**, Sociological Theory, vol.7, nº1, 1989, pp. 14-25.

Bourdieu, Pierre, **O Poder Simbólico**, Lisboa, Difel, 1989 a.

Bourdieu, Pierre, **Esquisse d'une Théorie de la Pratique**, Paris, Éditions du Seuil, 2000 [1972].

Bourdieu, Pierre, **La Distinction- critique social du jugement**, Paris, Les Éditions de Minuit, 2003 [1979].

Burkitt *et al.* «Relational agency.» **European Journal of Social Theory**, 19 (2016): 322 - 339. <https://doi.org/10.1177/1368431015591426>.

Callinicos, Alex, **Anthony Giddens: a contemporary critique**, Theory and Society, vol.14, nº2, 1985, pp. 133-166.

Camic, Charles, **The Matter of Habit**, The American Journal of Sociology, vol.91, nº5, 1986, pp. 1039-1087.

Cavazzoni F. *et al.* «How Do We Assess How Agentic We Are? A Literature Review of Existing Instruments to Evaluate and Measure Individuals' Agency.» **Social Indicators Research**, 159 (2021): 1125-1153. <https://doi.org/10.1007/s11205-021-02791-8>.

Comte, Auguste, **Système de politique positive**, Librairie Positiviste, 1912 [1851-1854].

Cooley, Charles Horton, **On Self and Social Organization**, Chicago, University of Chicago Press, 1998.

Corcuff, Philippe, **Les Nouvelles Sociologies**, Paris, Armand Colin, 2009 [2007].

Crossley, N. *et al.* "A Dependent Structure of Interdependence: Structure and Agency in Relational Perspective." **Sociology**, 56 (2021): 166 - 182. <https://doi.org/10.1177/00380385211020231>.

Crow G. *et al.* "Norbert Elias's extended theory of community: From established/outsider relations to the gendered we-I balance." **The Sociological Review**, 67 (2019): 568 - 584. <https://doi.org/10.1177/0038026119829772>.

Darwin, Charles, **The Origin of Species**, London, Penguin Books, 1985 [1850].

Deleuze, Gilles, Guattari, Félix, Mille Plateaux, **Capitalisme et Schizophrénie 2**, Paris, Les Éditions de Minuit, 1980.

Dowding, Keith, 'Agency and structure: interpreting power relationships' **Power, Luck and Freedom: Collected essays**, Social and Political Power MUP Series (Manchester, 2016; online edn, Manchester Scholarship Online, 18 May 2017), <https://doi.org/10.7228/manchester/9781526107282.003.0003>.

Durkheim, Émile, **As Regras do Método Sociológico**, Lisboa, Editorial Presença, 2004 [Les Règles du Méthode Sociologique, 1894].

Durkheim, Émile, **Textes 1. Éléments d'une Théorie Sociale**, Paris, Minuit, 1975.

Dubet, François, **L'Expérience Sociologique**, Paris, Éditios La Découverte, 2007.

Elbasha, Tamim, and Alex Wright. «Reconciling structure and agency in strategy-as-practice research: Towards a strong-structuration theory approach.» **M@n@gement** 2 (2017): 107-128.

Elder-Vass D. **The Reality of Social Construction**. Cambridge University Press; 2012.

Elias, Norbert, **A Sociedade dos Indivíduos**, Lisboa, dom Quixote, 2004 [Die Gesellschaft der Individuen, 1987].

Elias, Norbert, **Introdução à Sociologia**, Lisboa, Edições 70, 2008 [Was ist Soziologie?, 1970].

Gibril, S. *et al.* "Methodological Individualism and Holism." **Research Methods in the Social Sciences: An A-Z of key concepts** (2021). <https://doi.org/10.1093/hepl/9780198850298.003.0040>.

Giddens, Anthony, **La Constitution de la Société**, Paris, Presses Universitaires de France, 2005 [The Constitution of Society, 1984].

Giddens, Anthony, and Philip W. Sutton. **Essential concepts in sociology**. John Wiley & Sons, 2021.

Guy, JS. (2019). Structure and Agency: Problem and Solution. *In*: **Theory Beyond Structure and Agency**. **Palgrave Studies in Relational Sociology**. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-18983-9_2.

Habermas, J. (1991). **The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society**. MIT Press.

Héran, François, **La Seconde Nature de l'habitus - tradition philosophique et sens commun dans le langage sociologique**, Revue Française de Sociologie, 1987, 28-3, pp. 385-416.

Hogdson, Geoffrey M, **Meanings of Methodological Individualism**, Journal of Economic Methodology, 14 (2), pp. 211-26.

Jenkins, Richard, **Pierre Bourdieu and the Reproduction of Determinism**, Sociology, 16, 1982, pp. 270-281.

Kaufmann, Jean-Claude, **Ego - pour une sociologie de l'individu**, Paris, Hachette, 2007.

King, Anthony, **Thinking with Bourdieu against Bourdieu: a practical critique of the Habitus**, Sociological Theory, vol.18, nº3, 2000.

King, Anthony. **The structure of social theory**. New York: Routledge, 2004.

King A. *et al.* "Gabriel Tarde and Contemporary Social Theory." **Sociological Theory**, 34 (2016): 45 - 61. <https://doi.org/10.1177/0735275116632558>.

Lahire, Bernard, **L'Homme Pluriel- les ressorts de l'action**, Paris, Hachette, 2001.

Latour, Bruno, **Reassembling the Social - an introduction to Actor-Network-Theory**, Oxford, Oxford University Press, 2007 [2005].

Lukes, Steven, **Methodological Individualism Reconsidered**, The British Journal of Philosophy, vol.19, nº2, 1968, pp. 119-129.

Liotard, Jean-François, **La Condition Postmoderne**, Paris, Seuil, 1979.

Marrero-Guillamón, Isaac *et al.* "Monadology and ethnography: Towards a Tardian monadic ethnography." **Ethnography**, 16 (2015): 240 - 261. <https://doi.org/10.1177/1466138114542549>.

Mateus, Samuel, **O Processo Publicitário- estudo sobre a experiência pública**, tese de doutoramento apresentada na FCSH - Universidade Nova de Lisboa, 2012.

Mateus, Samuel, **O Fim da Esfera Pública e a Nova Teoria da Publicidade: Lições de Comunicação Política**, São Paulo, Pimenta Cultural, 2024 DOI: 10.31560/pimentacultural/2024.98652.

Mill, John Stuart, **Système de logique déductive et inductive - Exposé des principes de la preuve et des méthodes de recherche scientifique, Livre VI : de la logique des sciences morales**, 1865 [A System of Logic, Ratiocinative and Inductive, 1843] acedido em Março de 2010 em http://classiques.uqac.ca/classiques/Mill_john_stuart/systeme_logique/livre_6/systeme_de_logique_6.pdf.

Morin, Edgar, **O Paradigma Perdido - a natureza humana**, Mem-Martins, Publicações Europa-América, 2000 [Le Paradigme Perdu: la nature humaine, 1973].

Mouzelis, Nicos, **The Poverty of Sociological Theory**, Sociology, vol.27, nº4, 1993, pp. 675-695.

Mouzelis, Nicos, **Modern and Post-Modern Social Theorizing - bridging the divide**, New York, Cambridge University Press, 2008.

O'Connor, H., Ashton, D., & Smith, D. R. Norbert Elias and social theory. **British Journal of Sociology of Education**, 36(3), 2015 474-486. <https://doi.org/10.1080/01425692.2015.1005952>.

Schumpeter, Joseph, **History of Economic Analysis**, New York, Oxford University Press, 1954.

Sewell, William H. Jr., "A Theory of Structure: Duality, Agency, and Transformation." **American Journal of Sociology** 98 (1989): 1 - 29.

Steven Loyal *et al.* "Agency" as a Red Herring in Social Theory." **Philosophy of the Social Sciences**, 31 (2001): 507 - 524. <https://doi.org/10.1177/004839310103100403>.

Simmel, Georg, **La Tragédie de la Culture**, Paris, Éditions Rivages, 1993 [1988].

Simmel, Georg, **Sociologie - étude sur les formes de la socialisation**, Paris, Presses Universitaires de France, 1999 [Soziologie, 1908].

Stones, R. (2007). Structuration theory. In G. Ritzer (Ed.), **Blackwell Encyclopedia of Sociology** (pp. 1-3).

Subrt J. *et al.* "The society of individuals: how to solve the dilemma of individualism and holism in historical sociology." , 1 (2016): 9-23. <https://doi.org/10.14712/23363525.2015.2>.

Tarde, Gabriel, *Écrits de Psychologie Sociale*, Rocheblave-Spenlé, Milet (org.), Toulouse, Éditeur Edouard Privat, 1973.

Tarde, Gabriel, **Monadologie et Sociologie**, Institut Synthélabo, 1999 a [1893].

Tarde, Gabriel, **Les Lois Sociales**, Institut Synthélabo, 1999 [1898].

Taylor, Charles, **Sources of the Self - the making of the modern identity**, Cambridge Massachusetts, Harvard University Press, 1989.

Tonkonoff S. Individual, society and social field. Approaching Gabriel Tarde's infinitesimal sociology. **Universitas, Revista de Ciencias Sociales y Humanas**. 2023;(38):221-240. doi:10.17163/uni.n38.2023.10.

Weber, Max, *Économie et Société* t.1- les catégories de la société, Paris, Plon, 1995 [**Wirtschaft und Gesellschaft**, 1921].

Yong Wang *et al.* "Agency: The internal split of structure." **Sociological Forum**, 23 (2008): 481-502. <https://doi.org/10.1111/J.1573-7861.2008.00087X>.

Zahle, Julie, *et al.* "Holism and supervenience." (2007): 311-341. <https://doi.org/10.1016/B978-044451542-1/50009-X>.



SOBRE O AUTOR

Samuel Mateus é licenciado, mestre e doutor pela Universidade Nova de Lisboa, sendo Professor Auxiliar na Universidade da Madeira. É investigador no Labcom nas áreas da retórica, análise do discurso, comunicação política e teoria da comunicação.

Ele é o autor da *Nova Teoria da Publicidade*, tendo publicado vários livros incluindo *Tele-realidade: o princípio de publicidade mediatizado* (2013), *Introdução à Retórica no Séc. XXI* (2018); *Discurso Mediático* (2021); ou *O Fim da Esfera Pública e a Nova Teoria da Publicidade: Lições de Comunicação Política* (2024).

www.PIMENTACULTURAL.com

REPENSANDO AGÊNCIA E ESTRUTURA

a perspectiva fractal
do Princípio de Publicidade

