



XX ENANCIB

21 a 25 Outubro/2019 – Florianópolis

A Ciência da Informação e a era da Ciência de Dados

ISSN 2177-3688

GT-3 – Mediação, Circulação e Apropriação da Informação

O CONCEITO DE AGÊNCIA PARA O ESTUDO DOS SUJEITOS INFORMACIONAIS

THE AGENCY CONCEPT FOR THE STUDY OF INFORMATION SUBJECTS

Ilemar Christina Lanson Wey Berti – Universidade Estadual de Londrina

Modalidade: Trabalho completo

Resumo: O texto apresenta a relevância do conceito de agência para pesquisas contemporâneas sobre sujeitos informacionais. Aborda a trajetória dos estudos da subárea de usuários de informação, referente às apropriações teóricas e metodológicas das abordagens tradicional, cognitiva e sociocultural. Discute a implicação do conceito de agência para responder questões subjacentes a relação dos sujeitos com a atribuição de sentido e valor da informação. Desenvolvida com base na Pragmática comunicacional, a metodologia da pesquisa aborda teoricamente três aspectos: os significados dos conteúdos que os sujeitos informam; os significados construídos coletivamente, compreendidos em contextos e situações específicas e, os aspectos do tratamento, transmissão e inscrição na realidade social. Os resultados apontam que os estudos sobre sujeitos realizados na perspectiva da abordagem sociocultural, contemplam a condição de agência de modo específico, cujo entendimento colabora com pesquisadores na compreensão da ação dos sujeitos, ao responder questões e problemáticas dos sentidos e dos valores informacionais, imbricada com a gênese do conhecimento. Conclui-se que a condição de agência dos sujeitos é uma possível alternativa para explicar as instituições na realidade social e, ao mesmo tempo, compreender as mudanças que ocorrem no tecido social.

Palavras-Chave: Estudos de usuários; Sujeitos informacionais; Agência; Informação.

Abstract: The text presents the relevance of the agency concept for contemporary research on informational subjects. It approaches the trajectory of the studies of the information users subarea, referring to the theoretical and methodological appropriations of the traditional, cognitive and sociocultural approaches. It discusses the implication of the concept of agency to answer questions underlying the relationship of subjects with the attribution of meaning and value of information. Developed based on communicational pragmatics, the research methodology theoretically addresses three aspects: the meanings of the contents that the subjects inform; the meanings constructed collectively, understood in specific contexts and situations, and the aspects of treatment, transmission and inscription in social reality. The results indicate that studies on subjects from the perspective of the sociocultural approach, contemplate the condition of agency in a specific way, whose understanding collaborates with researchers in understanding the action of the subjects, when answering questions and problems of the senses and informational values, intertwined with the genesis of knowledge. It is concluded that the condition of agency of the subjects is a possible alternative to explain the institutions in the social reality and, at the same time, to understand the changes that occur in the social fabric.

Keywords: User studies; The informational subjects; Agency; Information.

1 INTRODUÇÃO

Sujeito informacional é o termo atualizado para o indivíduo participante nas relações informacionais nos Estudos de Usuários de Informação. Comumente identificado como usuário nas duas grandes tradições de pesquisa, tradicional e alternativa ou cognitiva, ligada a dimensão do conhecimento produzido pelos usuários, é na abordagem sociocultural que o protagonismo do sujeito passa a ter visibilidade, em oposição a existência de um usuário consumidor de informação pronta e acabada, como um dado absoluto. Indicada essa diferença, entre o sujeito e o usuário, suas características são marcadas pelas (e nas) ações de informação que, ao serem colocadas em evidência, mostram a potência criativa, imaginativa e produtora de sentido do sujeito. Sob esse aspecto, o conceito de agência é proposto como operador para as ações dos sujeitos, entendidos como atores na relação informacional, responsáveis pelos fenômenos de conformação de valor à informação nos diferentes contextos e circunstâncias.

Como parte dos resultados da tese da autora em Ciência da informação (CI), a pesquisa foi desenvolvida na perspectiva da pragmática comunicacional discutida por Nélida González de Gómez (1996) como uma possibilidade para a abordagem social. De caráter qualitativo e compreensivo, a metodologia refere-se à construção de um movimento de pensamento que busca compreender como os sujeitos interagem com a informação por meio da apreensão das ações e significações atribuídas pelos atores na relação informacional. Tendo em vista que os fenômenos informacionais envolvem processos sociais, cognitivos e comunicacionais.

Para González de Gómez (2012) deve-se buscar compreender o que está por trás das ações de informação, estabelecida na relação da prática discursiva, tanto do objeto quanto dos sujeitos que se constituem nas interações de diferentes elementos. Para González de Gómez (2000), a ação de informar e se informar é articulada em três dimensões: semântico-discursiva, ligada ao que informa o conteúdo da mensagem estabelecida na situação; a segunda dimensão denomina-se metainformação por conformar as regras para sua interpretação, delimitando o contexto em que a informação se configura com um sentido específico; e a última dimensão infraestrutural, referente à mediação de onde a informação é disponibilizada, num universo de valor que o conteúdo de informação se inscreve.

Essa metodologia permitiu apreender que ao mesmo tempo em que os sujeitos recorrem às estruturas sociais por meio das interações para formularem seus julgamentos e

atribuírem valor às informações, também produzem inferências no mundo e constroem conhecimentos, resultados discutidos pela abordagem sociocultural. Nessa abordagem, compreende-se que as ações dos sujeitos passam pela apropriação cultural, pelo conjunto de estruturas sociais, pelos *habitus* (BOURDIEU, 1984, p.170 – 175) para formar instituições e valores sociais, de modo que, além de reforçarem os valores já existentes, são capazes de imprimirem sua visão de mundo e produzirem novos sentidos.

Nas pesquisas contemporâneas sobre sujeitos é possível encontrar outras designações que abarcam a abordagem sociocultural como Apropriação da Informação, Mediação e Práticas Informacionais, pertencentes ao núcleo de pesquisas da Ciência da Informação no Brasil bem como nas disciplinas de Biblioteconomia, Museologia e Arquivologia. São também encontrados em estudos publicados nos Anais em *Information Needs and Uses* do *Annual Review of Information Science* e nos eventos *Information Seeking in Context* organizados desde 1996, ambos referenciais internacionais para os estudos da área. Vale destacar que as diferenças das abordagens não significam graus de importância, mas de complexidade em relação aos objetos. Portanto, uma abordagem não elimina a necessidade de outra e em alguns casos, se complementam por trazerem aspectos diferentes da realidade (ARAÚJO, 2016).

2 O CONCEITO DE AGÊNCIA

Um conceito é uma unidade do conhecimento, compreende afirmações verdadeiras sobre um dado item de referência representado numa forma verbal (DAHLBERG, 1978). A referência de um conceito atesta sua veracidade, sendo que um conceito científico colabora para a compreensão de uma abordagem e construção de novos conhecimentos. Para Capurro (2003) um conceito direciona as ações teóricas e metodológicas de pesquisas científicas e melhora seu alcance em responder as questões propostas. A Ciência da Informação necessita de aportes teóricos que acompanhem as dimensões incorporadas ao próprio conceito de informação, sintático, semântico e pragmático, refletido nas formas de se estudar os sujeitos informacionais.

O conceito de agência atribuído aos sujeitos, refere-se à ação informacional e ao poder desses sujeitos na formação de sentido e valor da informação, de maneira que influenciam na realidade sobre os conhecimentos do mundo, predominante na abordagem sociocultural dos estudos de usuários. Giddens destaca que “agência não se refere às intenções que as pessoas

têm ao fazer as coisas, mas a capacidade delas para realizar essas coisas em primeiro lugar” (GIDDENS, 1984, p. 10). O agenciamento diz sobre a capacidade dos sujeitos agirem como protagonistas, com criatividade e potência para criar sentidos permeados invariavelmente por relações informacionais. São negociações de valor informacional submetidas aos interesses das pessoas envolvidas em diversos contextos, cujos critérios não são transparentes e nem sempre nítidos para os próprios sujeitos envolvidos na ação informacional.

Giddens (1984) aprofunda a discussão de agência ao considerar o posicionamento dos sujeitos em redes. Para ele, os sujeitos ocupam lugar central nas ações de informação e sua capacidade de agenciamento muda conforme o lugar ocupado. O valor informacional atribuído pelos sujeitos está submetido à interferência de outros atores que se ligam às redes, dependentes dos níveis de poder nas ligações, dos nós da rede e dos elementos estruturantes evocados na relação informacional. Os sujeitos têm lugar de importância nos conteúdos das redes, cujos elementos influenciam nas negociações situacionais dos indivíduos organizados hierarquicamente em níveis de importância. Vista como uma forma de estrutura social, a organização em rede se manifesta sob várias formas, incluem diversidade cultural e institucional, associada a um modo de desenvolvimento informacional que desloca as relações com base na produção, experiência e poder (CASTELLS, 1999, p.566).

Berger e Luckmann (2013) autores da teoria sobre a “Construção Social da Realidade” centrada no sujeito, também elucidam a compreensão de agência, mas de outro modo, ao responsabilizá-los pela formação do conhecimento a partir da interação social. Na teoria, o valor informacional está ancorado no coletivo de atores, sendo que, todo objeto (conhecimento e valor) sempre é dado a partir de uma perspectiva sociocultural e não como uma coisa acerca da qual nada se sabe. “A realidade da vida cotidiana aparece já objetivada, isto é, constituída por uma ordem de objetos que foram designados como objetos antes de minha entrada em cena.” (BERGER, LUCKMANN, 2013, p. 38). A agência são os significados e sentidos fornecidos nas experiências, compreendidos como arsenais de ordenamento construídos por antepassados e que são colocados constantemente em disputa nas relações com os outros (visões de mundo e formas de vida). Daí, os sujeitos são constituídos agentes, enquanto seres pensantes, falantes, atores a partir de uma realidade precedente, na qual está inserido e sobre a qual estes influem. A influência não é uma ação isolada, porque isoladamente não é possível mudar a realidade, realiza-se junto com os outros, coletivamente.

Para Berger e Luckmann (2013), a realidade se mantém como base para o compartilhamento cotidiano nas rotinas da vida, do trabalho, da ordem do comum, onde tudo que é realizado, é ensinado e construído intersubjetivamente. O coletivo de sujeitos ocupa posição central na conservação da realidade, considerado como valor já institucionalizado e que dão suporte para as criações também sob o apoio coletivo, como um passo pequeno à frente do que já existe. Entende-se que ao mesmo tempo que os sujeitos são agentes na atribuição de valor, por outro lado, também indicam que os significados já foram constituídos, portanto o próprio agenciamento ocorre dentro de limites, dos quais não se pode sair.

Berger e Luckmann (2013) destacam a linguagem (aspecto sintático, semântico e pragmático da informação) como central para se entender o conhecimento como uma construção intersubjetiva, já que uma linguagem não é simplesmente uma correspondência entre objetos e nomes. A linguagem implica uma ordem de mundo em que as coisas são identificadas e reconhecidas (objetos) e outras, não sendo identificadas não existem. Para os autores há um agenciamento coletivo que interfere na realidade ou um coletivo que forma a agência. Para Talja (1996) os significados, valores e princípios éticos não são construídos por indivíduos, mas construções criadas na interação social e a partir delas, os sujeitos se apropriam em contextos específicos.

Para Bruno Latour, autor pós-estruturalista, a agência é formada por um coletivo para além do humano, constituída por sujeitos híbridos, coletivo de sujeitos e objetos que não se separam. São agrupamentos que conformam a agência, responsáveis pela formação dos sentidos, sendo a agência a potência dos sujeitos humanos e não humanos em atribuir valor em múltiplas situações (LATOUR, 1994, p.51). Outros elementos são considerados na ação informacional, aceitando uma relação simétrica de atores de diferentes naturezas no poder contínuo de agenciamento, notado ao incluir a fonte de produção e a tecnologia para geração de conhecimento.

Segundo Latour (1994), o fluxo de informação e a geração de símbolo, altera toda a cadeia produtiva de informação, especialmente do ponto de vista histórico, uma discussão contemporânea sobre a força de algoritmos nas redes, escapáveis aos humanos. Latour destaca que a experiência descaracteriza os sujeitos que agem na sociedade em contínua formação, constituindo identidades fragmentadas de atores e actantes que se ligam e se desligam a todo tempo, devido à multiplicidade de significações e de representações culturais desconcertantes e intercambiantes, presente nas várias situações e infinitas possibilidades.

Frohmann (1995), em concordância com Latour, considera sujeitos híbridos dotados de agência que se configuram em informação. Para Frohmann a informação se funde aos sujeitos a partir do poder que exercem nos discursos que inscrevem. Nesse caso, a agência é a ligação imperativa dos sujeitos com a informação, ou seja, a ação de colocar uma informação em evidência, uma força, uma forma de apropriação da informação com apoio da linguagem e da materialidade formada pela inscrição e significado, valor impregnado, que pode inclusive se configurar em diferentes agenciamentos.

Em corroboração, González de Gómez (2012) considera o sentido de agência no interior de regimes de informação, uma forma operatória de compreensão da construção de valor da informação.

[...] seria o modo informacional dominante em uma formação social, o qual define quem são os sujeitos, as organizações, as regras e as autoridades informacionais e quais os meios e os recursos preferenciais de informação, os padrões de excelência e os modelos de sua organização, interação e distribuição, enquanto vigentes em certo tempo, lugar e circunstância. **Como um plexo de relações e agências**, um regime de informação está exposto a certas possibilidades e condições culturais, políticas e econômicas, que nele se expressam e nele se constituem [...] cada nova configuração de um regime de informação resulta de e condiciona diferentes modos de configuração de uma ordem sociocultural e política. (GONZÁLEZ DE GÓMEZ, 2012, p.43) (Grifo nosso).

A autora destaca que regime de informação é uma forma de se entender as construções de valor da informação percebidas por meio das ações e relações informacionais. A agência é a contingência da elaboração de um determinado valor, o ato decisório formado por um plexo de elementos em situações ocorridas, as quais podem ser formais, informais, cotidianas, institucionalizadas, pessoais, inseparáveis e externamente não observáveis na sua totalidade. Na relação informacional há elementos hierárquicos objetivos, subjetivos e intersubjetivos, definidos por aspectos culturais e sociais que os sujeitos vão negociando conforme as circunstâncias, reconhecidos como regimes de informação específicos.

Para González de Gómez (2012) as ações dos sujeitos são realizadas na confluência de vários agenciamentos, uma transversalidade de configurações contemporâneas de práticas, meios, recursos tecnológicos e de linguagens em uma expansão indefinida para determinados fins e de alta complexidade. Nesse contexto para os estudos de usuários, entende-se que a agência dos sujeitos ou do coletivo de sujeitos e dos objetos como alguns autores defendem, trata da capacidade de produção de mudanças sociais que, a despeito das estruturas sociais,

quando consideradas, são negociadas por meio das ações para determinados fins. Marteleto, nessa mesma direção, destaca a existência de uma maneira de se compreender a relação informacional realizada pelas ações dos agrupamentos, agenciamentos dos sujeitos com interesses comuns que se apropriam da informação em vista de seus interesses e que portanto, “leva em conta os sujeitos, agentes sociais inseridos em teias de significados e suas apropriações autorais, mediáticas, críticas [...] (MARTELETO, 2001, p. 103). Para Marteleto, uma forma de se compreender a construção de conhecimento realizadas pelos sujeitos é por meio das ações de informação, os quais tomam as decisões conforme seus entendimentos e necessidades, uma ação tecida nas ocorrências, artesanalmente.

O conceito de agência é esclarecedor para compreensão da força, da potência que os sujeitos e coletivos de diferentes elementos podem exercer na formação do conhecimento, superando a ideia de usuário. Na medida que os sujeitos engendram suas ações para conformar um valor da informação em um contexto e situação específica, o movimento é constituído. Nesse aspecto a dimensão social da informação é compreendida dentro de um *continuum*, ao que considera Savolainen (1995) um modo de vida, da ordem do cotidiano.

3 SUJEITOS INFORMACIONAIS

Os primeiros estudos sobre usuários/sujeitos no campo de usuários de informação foram desenvolvidos pela abordagem tradicional. Pode-se considerar marco dessa abordagem, a fundação da *Graduate Library School* da *University of Chicago* na década de 1930, que inaugurou as pesquisas com dados demográficos da comunidade local, formada por uma maioria recém-chegada na cidade americana. O objetivo era conhecer os hábitos dos moradores da cidade e adequar os serviços da biblioteca de modo geral (FIGUEIREDO, 1994, p. 67). Embora os usuários fossem questionados sobre sua rotina informacional, os “estudos de comunidade” tinham o foco no serviço oferecido, nas coleções e nas fontes de informação, caracterizando estudos instrumentais que serviam de diagnóstico para as bibliotecas e os sistemas de informação da cidade. Posteriormente, outro marco considerado na consolidação dessa abordagem foi a conferência da *Royal Society Scientific Information Conference* ocorrida em 1948, em Londres. Na ocasião os trabalhos científicos de John D. Bernal e de Donald Urquhart sobre perfil, hábitos de leitores e descrição das fontes utilizadas no âmbito da informação científica e tecnológica, foram base para outros estudos que se tornaram

hegemônicos no campo, tratando sobre a utilização da informação identificados como “estudos de uso” (ARAÚJO, 2016).

Desenvolvidos sob uma perspectiva positivista, de cunho funcionalista em relação ao campo das ciências sociais e humanas, esses estudos foram amplamente disseminados, sendo que na atualidade ainda representam uma parcela dos Estudos de Usuários. Suas características compreendem o conceito de informação físico, construído com aporte da Teoria matemática da comunicação de Shannon Wever e da Cibernética de Norbert Wiener de 1948, cujos significados das informações são absolutos e constantes. Os principais métodos utilizados nessa abordagem são questionários e observações indiretas, tendo como objetivo medir o comportamento dos usuários, estabelecer leis e criar padrões, não levando em consideração os significados atribuídos pelos sujeitos.

Nos estudos realizados por essa abordagem o sujeito agente é quase inexistente, sendo que os sistemas ocupam lugar preferencial e as questões empreendidas restringissem a investigar os canais de transmissão, a qualidade e os serviços oferecidos, sem relação direta do sujeito com a informação. Nesse aspecto o usuário é entendido como um receptáculo e não cabe a ele negociar sentidos ou mesmo atribuir valor de relevância. Na abordagem tradicional cabe saber se a informação chegou ao seu destinatário final, abordando sobretudo aspectos sintáticos, de codificação e decodificação da informação.

Na história do campo de estudos de usuários, mudanças foram acontecendo de forma gradativa. Na década de 1960, críticas a abordagem tradicional levaram alguns cientistas a apontarem a necessidade de mudanças, ao alegarem a influência de relações de poder nos grupos de pesquisas hegemônicos. Nesse período, fatores quanto ao capital econômico e social de grupos excluídos de parte da população, foram identificados como responsáveis por tornar invisíveis parcela da população, os quais não tinha acesso ou não faziam uso dos bens e dos espaços de informação. Ligados ao movimento crítico presente na perspectiva marxista, os pesquisadores se opunham as pesquisas, cujo discurso era considerado normalizador e excludente. No entanto, apesar das críticas, o movimento não provocou impacto direto no conceito de informação que permaneceu inalterado até a década de 1970, mantendo distância dos usuários nos aspectos metodológicos, apesar das denúncias relacionadas as fontes de informação vinculadas aos contextos socioculturais e econômicos, privilegiando grupos e excluindo outros.

Contudo, na esteira do desenvolvimento da subárea de usuários, a mudança conceitual passou a acontecer a partir da década de 1970, reconhecida na abordagem alternativa ou cognitiva. Nessa abordagem a proposta surge da discussão sobre o conhecimento produzido pelo acesso à informação, diferenciado pela relação informacional dos usuários na construção de significado para as informações utilizadas. O marco dessa abordagem foi a criação do *Centre for Research on User Studies* (CRUS) na Universidade de Sheffield em 1975, na Inglaterra, cujo foco das pesquisas realizadas era de conhecer o efeito que a informação provocava nos usuários, discutidas a partir de questões direcionadas a eles e não mais aos sistemas. Pesquisas como essas são desenvolvidas até hoje com o objetivo de saber como os usuários identificam suas necessidades e criam estratégias de busca e uso de informação.

Em consequência desse movimento de pesquisa, em 1981 Tom Wilson propôs o termo “comportamento informacional” por identificar nos estudos do campo, investigações sobre o comportamento (considerado pelos críticos externamente observável) dos indivíduos envolvidos nas relações informacionais. Reconhecidos nas várias revisões de pesquisas realizadas nas décadas de 1970 e 1980, atestavam investigações com foco nos sistemas e outras com foco nos usuários, tornando-se referências na subárea as duas abordagens, tradicional e a alternativa (DERVIN; NILAN, 1986). Na década de 1980 a abordagem alternativa passou a ser amplamente disseminada com trabalhos desenvolvidos sobre necessidades e uso de informação, representados por modelos explicativos, como a Teoria dos *Anomalous States of Knowledge* de Belkin (1980), a Teoria de *Sense Making* de Brenda Dervin (1983), a Teoria do Valor Agregado de Taylor (1986), o modelo de Busca da Informação de Carol Kuhlthau, (1991) e o Modelo Integrado de Choo (2003) entre outros.

O período foi relevante para o desenvolvimento dos estudos sobre sujeitos informacionais, primeiro porque o conceito de informação começou a mudar, promovido pelo entendimento dinâmico de que a informação modifica a condição do conhecimento do sujeito e segundo, porque os usuários passivos da abordagem tradicional, passaram a ser entendidos como sujeitos ativos, ainda que restritos na ação de produção de sentido. Os modelos que se multiplicaram no campo, apresentavam o processo de significação com sujeitos isolados, vistos de forma individual, movido por forças externas, cumulativas e condicionadas, tirando a capacidade do sujeito de reflexão, negociação e apropriação, críticas que deram início a terceira abordagem identificada como sociocultural Talja (1996) ou interacionista Araújo (2016).

Na década de 1990, as abordagens contemporâneas dos estudos de usuários começam a ser apresentadas, especialmente baseada na crítica direcionada a abordagem alternativa sobre a separação do sujeito e do objeto, limitando o sujeito da ação a um tipo de agenciamento fraco e limitado. Submetido há opções lógicas, na abordagem alternativa, o sujeito tem pouca autonomia e capacidade de decisão restrita para preencher uma lacuna frente as necessidades objetivas, como se para uma busca houvesse sempre uma saída previsível, adequada a uma situação específica. Nos aspectos metodológicos essa abordagem tinha a pretensão de superar a individualidade, usando instrumentos de observação direta e entrevistas, bem como aporte teórico que compreendesse a relação de sujeitos e informação como fenômenos. No entanto, essa superação não ocorreu e muitos estudos apresentavam-se simplistas em relação aos resultados obtidos, frente ao fluxo de informação observado e a capacidade de apreensão de significados para além do plano individual.

Com menor incidência, a abordagem sociocultural ou interacionista tem marcado o campo apresentando dimensões complexas da relação informacional, cujas discussões ultrapassam aspectos dualistas propostos até o momento. Talja (1996) esclarece que a abordagem sociocultural, não necessariamente retira o foco dos sistemas de informação e passa para o homem, nem se refere ao foco humano essencialmente, mas a construção de conhecimento imbricada na relação contínua e permanente. Isso significa certa complexidade por contemplar uma ligação que evoca conhecimentos prévios, a cultura, aspectos da imaginação e da sociabilidade, um movimento de contingência e de construção de significado da ação. Na prática, o sujeito agente evoca várias categorias para a apropriação da informação. Uma relação intersubjetiva, formada na relação com o ambiente, contexto concreto e circunstancial.

Autores como Savolainen (1995), Talja (1996) e Mckenzie (2003) no âmbito internacional e Marteleto (1995), González de Gomez (2012), Araújo (2016) e Almeida (2018), têm discutido sobre o papel dos sujeitos como agentes na relação informacional na formação do conhecimento e nas significações sociais dos fluxos informacionais. Nessa abordagem o conceito de informação é considerado um ente imbricado aos sujeitos, numa relação intersubjetiva, socialmente construídas, cujos significados abarcam um *continuum* que envolve os sujeitos e suas capacidades agenciadoras pela historicidade, contingência, circunstância e situação em loco, ao mesmo tempo.

XX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2019
21 a 25 de outubro de 2019 – Florianópolis – SC

Inaugurada as discussões com essas dimensões sobre usuários presentes na atualidade, o CoLIS, evento ocorrido em Tampere em 1996 e o encontro *Information Seeking In Context* (ISIC), na mesma cidade, além de discussões propostas por pesquisadores brasileiros apresentados nas edições do ENANCIB, marcam a consolidação dessa abordagem. Essas dimensões permitem a contemplação de uma virada pragmática, cujo contexto informacional passa ser operador direto no valor atribuído à informação pelos sujeitos. Aliados aos aspectos políticos, econômicos, culturais e sociais, esses são operadores decisivos nas relações informacionais, sendo elas mesmas, construtoras de sentido, fundindo-se a capacidade humana de simbolização e significado em todas as suas ações, sendo essa a riqueza do sujeito agente, considerado na abordagem sociocultural ou interacionista. Se do ponto de vista conceitual a virada pragmática deixa claro que a informação é uma construção social imbricada com a formação do conhecimento, do ponto de vista metodológico a compreensão causa dúvida nos pesquisadores, o qual Wilson (2002) propõe abordagens fenomenológicas ou compreensivas de cunho Hermenêutico como destaca Capurro sobre o conceito social da informação.

O quadro 01, condensa as diferenças entre as abordagens quanto aos conceitos de informação, agência e aspectos metodológicos direcionados a pesquisadores do campo.

Quadro 01: Conceitos, metodologias e a relação com as abordagens dos estudos de usuários de informação.

	ABORDAGEM TRADICIONAL	ABORDAGEM ALTERNATIVA / COGNITIVA	ABORDAGEM SOCIOCULTURAL / INTERACIONISTA
INFORMAÇÃO	É uma representação do conhecimento independente do sujeito (embora o reconheça como produtor, ele é separado do objeto (mensagem / documento). A informação pode ser medida. Seu valor está na regularidade de uso por grupos de autoridade.	A atribuição de sentido é individual, a partir da estrutura cognitiva. É um ente que transforma a estrutura cognitiva. Como uma “peça” desconectada, precisa ser localizada para preencher uma necessidade normalmente explícita. Tem uma dimensão relativista.	É da ordem da contingência, A atribuição de sentido passa pela experiência e visões do sujeito sobre o mundo, cuja interpretação está enraizada na cultura e na circunstância. Os sentidos são compartilhados coletivamente e socialmente. Abarca uma intencionalidade. É da ordem da sociabilidade e da imaginação. Participa de jogos de poder e sentidos circulantes em disputa.

XX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2019
21 a 25 de outubro de 2019 – Florianópolis – SC

AGENTES / SUJEITOS	São usuários consumidores de informação. São intermediados por sistemas para ter acesso à informação. Os usuários precisam ser treinados. Os principais usuários são os cientistas e tecnólogos.	O usuário é o indivíduo que percebe uma necessidade, a partir de um vazio que necessita ser preenchido. Essa necessidade é produzida por diferentes fatores intervenientes, porém exteriores ao indivíduo. Externamente observáveis, condicionados para ter sucesso ou não frente a busca por informação. Sua capacidade de agência é restrita.	Sujeito inserido em redes sociais, pode assumir-se como híbrido. Não tem uma natureza rígida. Sua identidade é intercambiável. Está imerso num contexto demarcado e específico. Está situado historicamente e culturalmente. A própria agência é o sentido criado pelos sujeitos.
METODOLOGIA	Marcada pelo positivismo, numa perspectiva funcionalista ou behaviorista as investigações são desenvolvidas por questionários e observações indiretas para criar padrões.	Grande parte desenvolvida no cognitivismo e em perspectivas comportamentais, as pesquisas são desenvolvidas por meio de entrevistas e observações diretas, centrada na apreensão dos estímulos dos usuários na busca por informação.	De cunho fenomenológico, as pesquisas são realizadas a partir de uma perspectiva dialética e hermenêutica. Utilizando métodos etnográficos e do interacionismo simbólico. Em busca dos significados construídos por de trás das ações dos sujeitos.

Fonte: A autora

Construído com base na revisão de literatura desenvolvida para a pesquisa, o quadro apresenta os conceitos de informação contemplados nas abordagens tradicional, cognitiva e social, respectivamente representado pelos conceitos físico, cognitivo e social da informação, como defende Capurro (2003). Do mesmo modo, apresenta como o usuário, o sujeito e o agente são entendidos nas abordagens e quais seriam as opções metodológicas indicadas conforme o que se pretende buscar nas pesquisas.

Especialmente na pesquisa sociocultural a centralidade do processo está no sujeito imerso nos coletivos e nas interações, sendo essa a própria estrutura da agência, cuja força emerge da relação informacional manifestada de diferentes formas na inscrição social. González de Gómez (2000) indica para o percurso metodológico o uso de estratégias comunicacionais para abordagens pragmáticas.

Quando são abordadas as práticas e ações de informação, devemos usar estratégias comunicacionais, seja para reconstruir a produção de sentido dos atores sociais, seja para construir e interpretar indicadores operacionalizados sobre produtos e resultados observáveis das ações de informação (GONZÁLEZ DE GÓMEZ, 2000, p.5).

Compreende-se que a agência é manifestada por meio das ações de informação que contemplam as práticas, a linguagem, as ações concretas e passíveis de apreensão pela cultura material e imaterial, meios, negociações, recursos tecnológicos, as redes, os aplicativos e algoritmos, aludindo a complexidade das pesquisas dessa abordagem. González de Gómez (2000), destaca que a investigação do valor da informação presente na prática dos atores, é determinado pelo que um ator faz e diz em uma determinada situação, evidente na ação de informação.

Capurro (1991) considera esses aspectos ao se referir à virada pragmática presente no paradigma social ou ainda paradigma hermenêutico-retórico. O autor relaciona a valorização das significações sociais da informação em contextos específicos, em oposição à informação abstrata e ao enfoque cognitivo. Araújo, em concordância, discorre como sendo uma abordagem microssociológica e interacionista e Rendón Rojas¹ (1996) como um enfoque pragmático, dialético, diferenciando-a de uma abordagem exclusivamente semântica que abarca os significados, mas desconsidera o contexto e a intencionalidade que envolve a construção do sentido nas relações informacionais.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na diferenciação das abordagens dá-se a compreensão de que à frente dos fenômenos informacionais estão os agentes, contrabalanceando a própria existência humana. Existe na ação dos sujeitos elementos da racionalidade, utilitarista e estratégico e de ordem prática, pragmática, ritualística, da cultura, das estruturas sociais e emocionais, do desejo e da necessidade, invariavelmente construídos coletivamente, imbricados com a essência do indivíduo, no seu protagonismo peculiar e sensível.

Duas importâncias do conceito de agência podem ser destacadas. A primeira é que ela evidencia a cultura que permeia o homem, na medida que suas escolhas vão sendo realizadas e diz respeito a sua formação e seus valores. A segunda importância é a representação que ela anuncia sobre a potência humana frente ao mundo e sua capacidade de intervenção no mundo, uma chave para dilemas individuais e coletivos.

¹ Na palestra magna do Prof. Dr. Miguel Ángel Rendón Rojas da Universidad Autónoma do México (UNAM), realizada no Seminário em Ciência da Informação (SECIN), organizado pela Universidade Estadual de Londrina em 21/08/2017, cujo tema foi *La información y la dialéctica del desarrollo del ser humano*, o autor abordou a dialética como uma superação ao que ele chamou de “ente material” e “ente ideal”, em referência aos aspectos físicos e cognitivos da informação. Rendón Rojas atribuiu ao ente dialético o ser informacional, destacando aspectos pragmáticos do “Ser em si, Ser fora de si e Ser para si”.

Os sujeitos pertencem a um mundo comum que lhe é familiar. A forma como se relacionam com a informação não decorre sempre de uma falta ou lacuna de conhecimento para resolver seus problemas, sejam eles cotidianos ou não, mas considera-se um *continuum*, cujas ações dos sujeitos são capazes de fazer aproximações com o que já viveram para compreenderem as ocorrências. Nada é absolutamente novo e em tudo se recorre aos conhecimentos prévios, construídos coletivamente para entender o que está acontecendo, ou seja, não se trata de uma pausa, mas de uma ação permanente. A condição de agência é, pois, uma das saídas possíveis para explicar as instituições na realidade social e, ao mesmo tempo, compreender as mudanças que ocorrem no tecido social, o que vale destacar que sujeitos e informação não são sempre agentes, porém, se configuram na própria constituição do fenômeno.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. A. Práticas infocomunicacionais e mediações na cultura da convergência. **Revista do Centro de Formação e Pesquisa**, São Paulo, v. 7, p. 228-242, 2018.

ARAÚJO, C. A. Á. Estudos de usuários da informação: comparação entre estudos de uso, de comportamento e de práticas a partir de uma pesquisa empírica. **Informação em Pauta**, Fortaleza, v. 1, p. 61-78, 2016.

BELKIN, N. J. Anomalous states of knowledge as a basis for information retrieval. **The Canadian Journal of Information Science**, v. 5, p. 133-143, 1980.

BERGER, P.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. 35. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

BOURDIEU, P. **Distinction**: a social critique of the judgement of taste. London: Routledge, 1984.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CAPURRO, R. **Foundations of information science**: review and perspectives. 1991. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 5., 2003, Belo Horizonte. **Anais[...]** Belo Horizonte: Associação Nacional de pesquisa e Pós-graduação em Ciência da Informação e Biblioteconomia, 2003. Disponível em: http://www.capurro.de/enancib_p.htm. Acesso em: 15 out. 2017.

DAHLBERG, I. Teoria do conceito. Tradução de Astério Tavares Campos. **Ciência da Informação**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p.101-107, 1978.

DERVIN, Brenda. An overview of sense making research: concepts methods and results to date. In: ANNUAL MEETING OF THE INTERNACIONAL COMMUNICATION ASSOCIATION, 1983, Dallas. **Proceeding[...]** Dallas: International Communication Association, 1983.

FIGUEIREDO, Nice Menezes de. Estudos de usuários. In: FIGUEIREDO, Nice Menezes de. **Estudos de usos e Usuários da informação**. Brasília: IBICT, 1994. p. 7-19.

FROHMANN, B. Taking information policy beyond information science: applying the actor network theory. In: OLSON, H. A.; WARD, D. B (org.). ANNUAL CONFERENCE OF THE CANADIAN ASSOCIATION FOR INFORMATION SCIENCE. 3., 1995, Edmonton. **Proceeding...** Edmonton, Alberta, 1995. Disponível em: http://www.caicsci.ca/proceedings.1995/frohmann_1995.pdf. Acesso em: 14 ago. 2014.

GIDDENS, A. **A constituição da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 1984.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, M. N. Metodologia da pesquisa no campo da ciência da informação. **Datagramazero**: Revista de Ciência da Informação, Rio de Janeiro, v.1, n. 6, dez. 2000.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, M. N. Regime de informação: construção de um conceito. **Informação & Sociedade**: Estudos, João Pessoa, v. 22, n. 3, p. 43-60, set./dez. 2012.

KUHLTHAU, C. Inside the search process: information seeking from the user's perspective. **Journal of the American Society for Information Science**, Washington, v. 42, n. 5, p. 361-371, 1991.

LATOUR, B. **Jamais fomos modernos**. São Paulo: Editora 34, 1994.

MARTELETO, R. M. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001.

MARTELETO, R. M. Cultura informacional: construindo o objeto informação pelo emprego dos conceitos de imaginário, instituição e campo social. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 24, n. 1, 1995.

MCKENZIE, Pamela J. A model of information practices in accounts of everyday-life information seeking. **Journal of Documentation**, Bingley, v.59, n.1, p. 19-40, 2003.

RENDÓN ROJAS, M. A. Hacia um nuevo paradigma em bibliotecologia. **Transinformação**, Campinas, v. 8, n. 3, p. 17-31, 1996.

SAVOLAINEN, R. Everyday life information seeking approaching information seeking in the context of "way of life". **Library & Information Science Research**, Norwood, NJ, v. 17, n. 3, 259-294, 1995.

TALJA, S. Constituting "information" and "user" as research objects: a theory of knowledge formations as an alternative to the information man-theory. In: VAKKARI, P.; SAVOLAINEN, R.; DERVIN, B (ed.). **Information seeking in context**. London: Taylor Graham, 1996. p. 67-80.

TAYLOR, R. S. **Value-added processes in information systems**. Norwood: Ablex, 1986.

WIENER, N. **Cybernetics, or control and communication in the animal and the machine**. Cambridge: The MIT Press, 1948.

WILSON, T. Alfred Schutz, phenomenology and research methodology for information behaviour research. *In*: INTERNATIONAL CONFERENCE ON INFORMATION SEEKING IN CONTEXT, 4., 2002, Lisbon. **Annals [...]**. Lisbon: Universidade Lusíada, 2002.