

SOCIALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO: APORTES DA TEORIA DA AÇÃO COMUNICATIVA

Junia Guimarães e Silva
Inaldo Barbosa Marinho Júnior

Resumo

Este estudo discute a identificação de parâmetros para a construção de um contexto comunicativo onde a Socialização da Informação possa vir a ser desenvolvida, sob a ótica da Teoria da Ação Comunicativa, de Jürgen Habermas

Palavras-chave

Informação; Socialização da informação; Contexto comunicativo; Teoria da ação comunicativa

INTRODUÇÃO

O presente artigo tem por objetivo apontar parâmetros para a criação de um contexto comunicativo em que a socialização da informação possa vir a ser desenvolvida.

O fio condutor do estudo baseia-se em duas definições associadas de socialização da informação, a partir das quais — com o apoio da teoria da ação comunicativa de Habermas — tentamos esboçar os marcos referenciais para a criação do referido contexto e das ações comunicativas necessárias à sua implementação.

Esta reflexão pode ser caracterizada, portanto, como uma identificação de variáveis e de possibilidades de trabalho para iniciativas relacionadas à socialização da informação no âmbito da ciência da informação.

A SOCIALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO

É preciso estabelecer, inicialmente, o que consideramos socializar informação.

Segundo Nora e Minc, socializar informação é:

“(...) dispor de mecanismos através dos quais sejam gerados e se harmonizem as contradições e as liberdades.(...) Hoje, informação descendente [que chega às pessoas comuns] é mal aceita porque aparenta ser o prolongamento de um poder como uma manipulação: será mais e mais necessário que seus destinatários estejam associados à sua elaboração, que receptores sejam emissores e que as emissões tenham em conta as condições de recepção. Esta participação não será aceitável a não ser que os grupos antagônicos sejam igualmente capazes de fabricar, tratar e comunicar sua própria informação.” (p. 123)

Braga e Christovão entendem a socialização da informação como sendo:

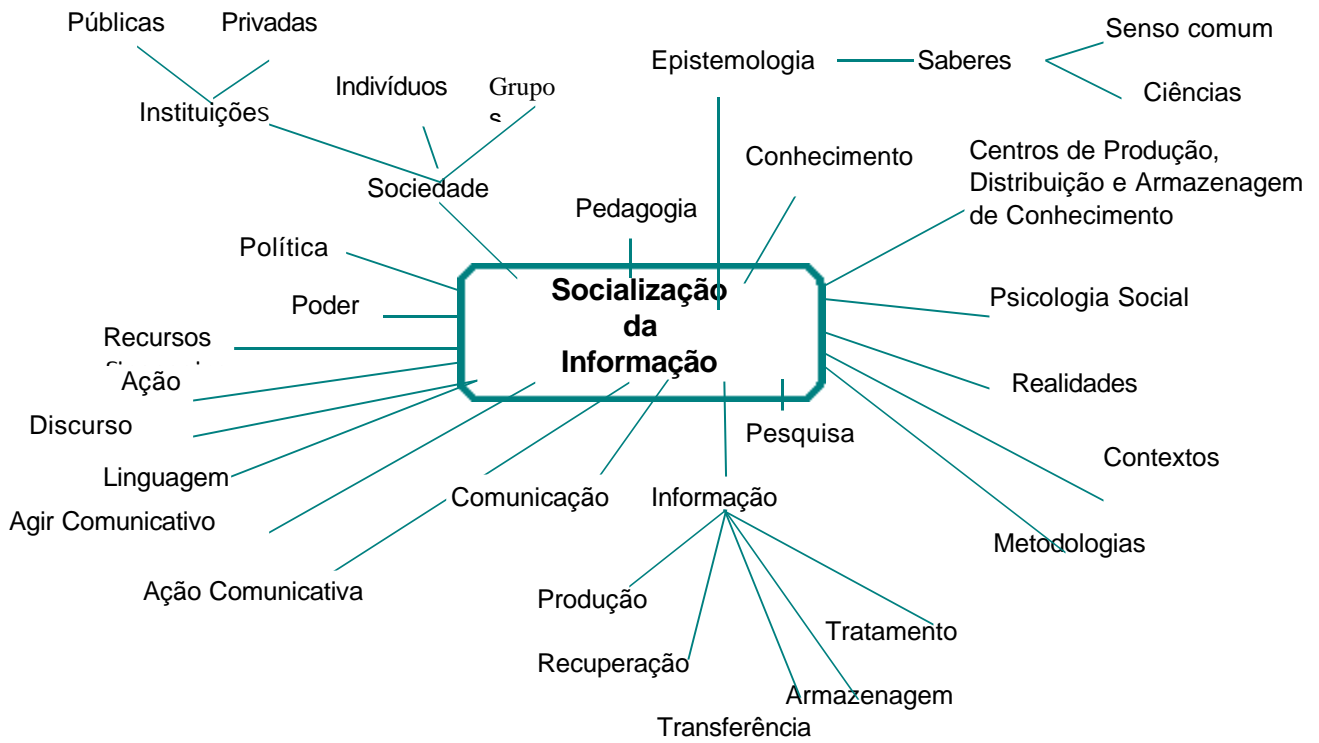
“(...) não somente a tradução da informação para o público em geral, mas principalmente como a construção, tratamento e divulgação de informações de diferentes tipos em parceria, ou seja, a

partir da definição conjunta por parte de produtores e usuários, que aqui se confundiriam, de suas necessidades, e de que seriam os caminhos (metodologias) mais adequados para atendê-las.”
(p. 2)

Os conceitos citados indicam a amplitude do campo de estudo que envolve a socialização da informação, como se pode observar na Figura 1, que contempla apenas alguns desses elementos.

FIGURA 1

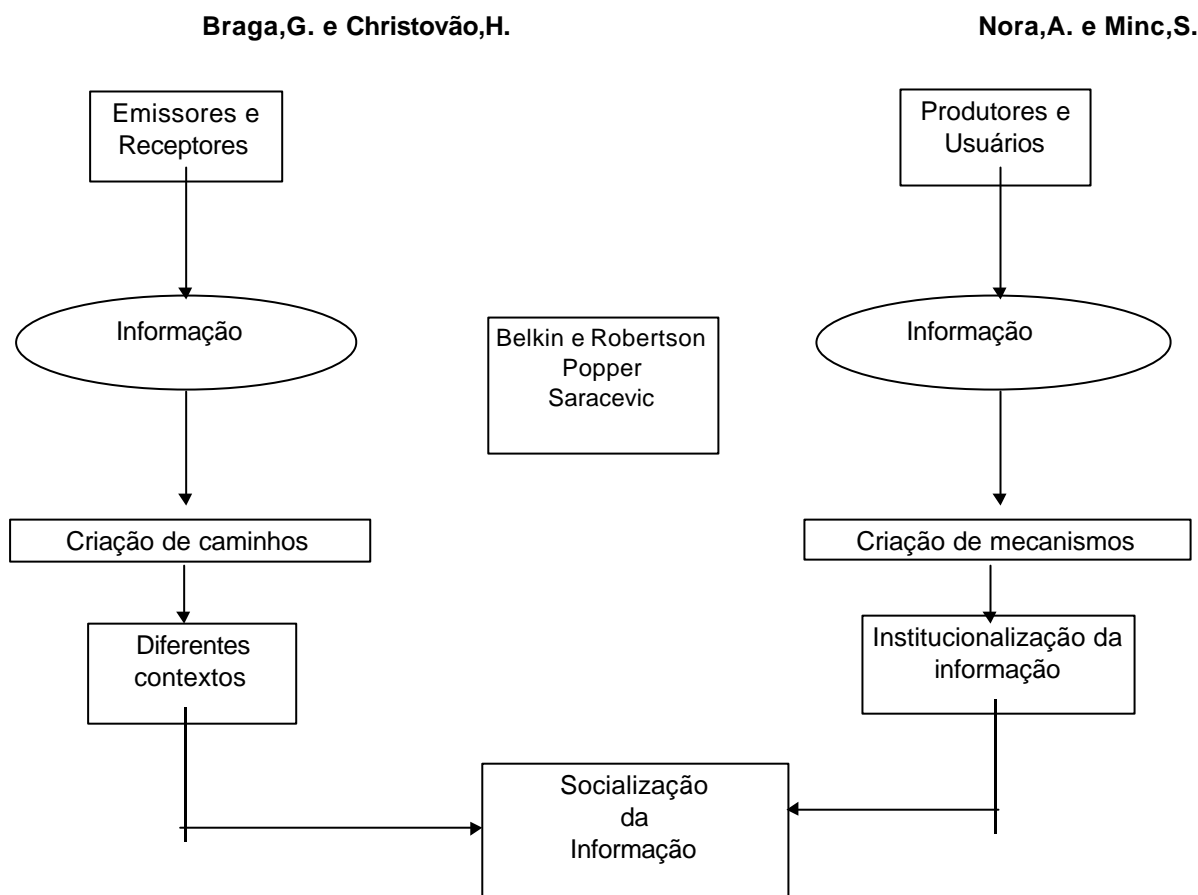
Alguns dos elementos que envolvem um trabalho de Socialização da Informação



Ao reunirmos, para efeito de análise, os conceitos transpostos sob a forma esquemática para a figura 2, poder observar os caminhos e níveis a serem percorridos para atingir a socialização da informação. Não queremos dizer com isso, que este é o único percurso possível, mas é apenas uma das maneiras de se abordar a questão.

FIGURA 2

Conceitos de Socialização da Informação



Ao lado dos itens que ambos os autores consideram básicos para os respectivos conceitos, indicamos os nomes de outros profissionais cujos estudos julgamos também compatíveis com o tema em pauta. Entretanto, não vamos detalhar as idéias de todos eles, tendo em vista que, dos nossos objetivos iniciais para este estudo, constava apenas a indicação da interface entre uma proposta de Socialização da Informação (SI) e a Teoria da Ação Comunicativa (TAC) de J. Habermas. Por este motivo, privilegiamos a TAC em detrimento das demais, sem, no entanto, deixar de registrar a importância de certos autores em nossa estrutura conceitual.

A TEORIA DA AÇÃO COMUNICATIVA

Verificamos, anteriormente, que um dos primeiros passos para o desenvolvimento de um estudo sobre a socialização da informação, é a criação de um contexto comunicativo, no qual estejam presentes produtores e usuários da informação com a qual se pretenda trabalhar. A área de proveniência dos referidos integrantes do grupo já deverá ter sido previamente definida (educação, saúde, arquivística, economia etc.).

Passaremos, agora, a analisar em que medida a Teoria da Ação Comunicativa pode servir de base ao desenvolvimento de uma proposta de socialização da informação. Para tanto, levantamos aspectos contidos nas idéias de Habermas que julgamos relevantes para este estudo.

Características gerais

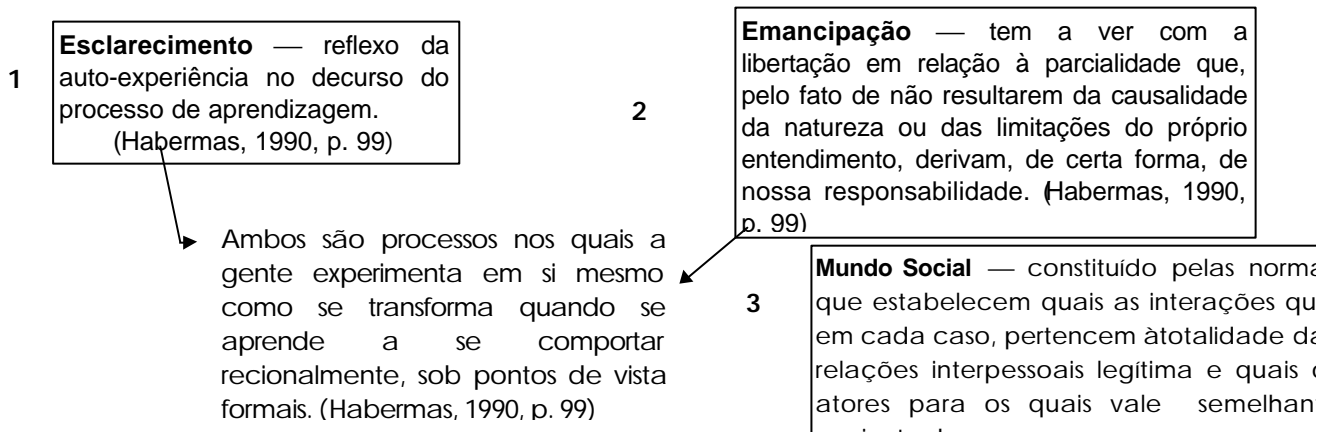
Paradigma: Teoria da interação

Características principais:

- ▲ Sentido descritivo
- ▲ Diálogo — conceito de razão comunicativa — conceito dialógico de razão
- ▲ Linguagem :
 - mundo vivido;
 - sujeito epistêmico substituído por um grupo de regras estabelecidas pelos membros do grupo;
 - linguagem como categoria central;
 - prevalência do melhor argumento.
- ▲ Princípios (processuais):
 - Princípio D — norma só tem validade se aceita por todos;
 - Princípio U — norma deve ter aceitação integral, sem coação, incluindo-se todas as conseqüências e efeitos colaterais.
- ▲ Mediação:
 - Linguagem cotidiana.
- ▲ Normas:
 - Verdade, veracidade , universalidade.

Conceitos básicos

São os seguintes os conceitos básicos para a compreensão da Teoria da Ação Comunicativa:



A **emancipação** é um tipo especial de auto-experiência, porque nela os processos de auto-entendimento se entrecruzam com um ganho de autonomia. Nela se ligam:

Idéias

Éticas — obter clareza sobre quem somos e quem gostaríamos de ser.

Morais — saber o que é igualmente bom para todos.

Na conscientização emancipatória, as idéias morais estão conectadas a uma nova compreensão ética, porque a descobrir quem somos, aprendemos, ao mesmo tempo, a nos ver em uma relação com os outros. (Habermas, 1990. p. 99).

A **emancipação** compreende, ainda, o intercâmbio dos sujeitos consigo mesmos e as transformações descontínuas na autocompreensão prática dos indivíduos (idem, p. 100).

Mas, no lugar do termo emancipação, Habermas coloca os termos **entendimento e agir comunicativo**, que se referem àquilo que acontece constantemente na prática do cotidiano.

Por outro lado, a maneira de abordar os grupos com os quais se quer socializar a informação é definida pelo autor como **“em nenhum caso nos é permitido representar os destinatários ou a própria sociedade, como um**

sujeito em tamanho grande, cujos olhos precisam ser abertos pelo teórico; em um processo de esclarecimento existem somente participantes.” (Habermas, 1990, p. 97)

A linguagem, peça essencial da Teoria da Ação Comunicativa, é olhada pelo ângulo do uso cotidiano, ou seja, “os indivíduos socializados, quando no seu dia-a-dia se comunicam entre si por meio da linguagem comum, não têm como evitar que se empregue essa linguagem também no sentido voltado ao entendimento. E, ao fazerem isso, eles precisam tomar como ponto de partida determinadas pressuposições pragmáticas, nas quais se faz valer algo parecido com uma razão comunicativa.” (idem 98)

Pensar no que se diz é levantar a pretensão de que o que se diz é válido e verdadeiro. Apesar disso, os argumentos que usamos para validá-los poderão, no futuro, ser alterados mediante novas informações e experiências.

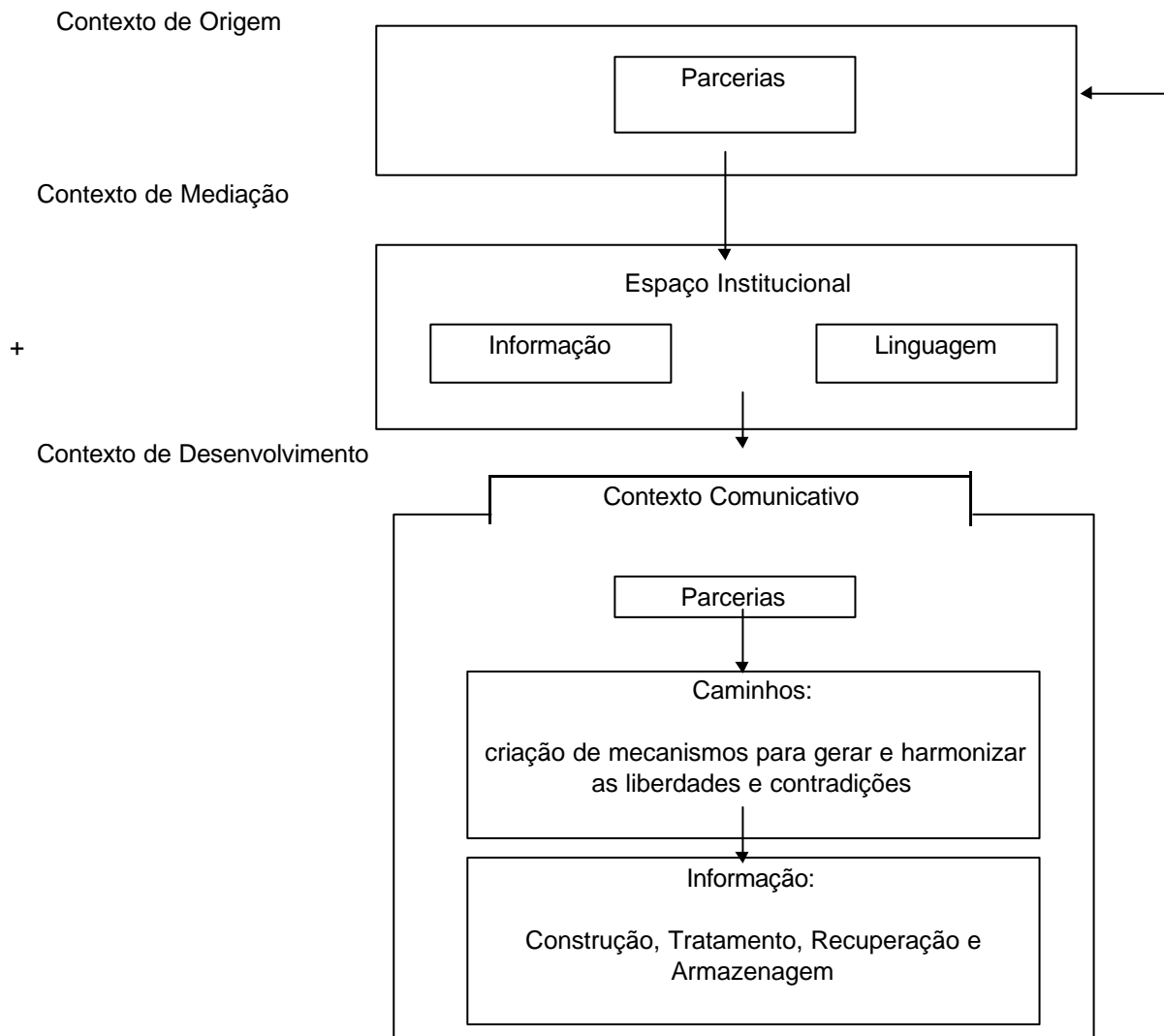
A idealização de um contexto ou da realidade, crítica feita a Habermas por alguns autores, não é, segundo ele próprio, uma tentativa de “construir na escrivadinha as normas fundamentais de uma sociedade bem organizada. O meu interesse fundamental está voltado para a reconstrução das condições realmente existentes.” (idem, p. 98) E continua afirmando que “(...) a prática cotidiana, orientada pelo entendimento está permeada de idealizações inevitáveis” (op. cit.)

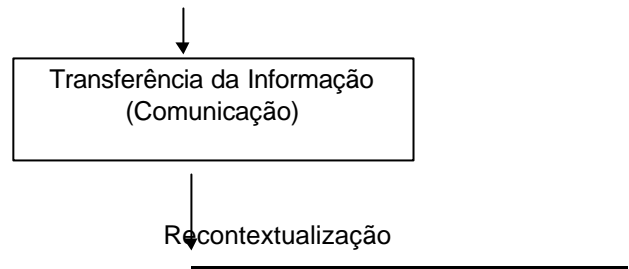
A transmissão da realidade da vida por meio da linguagem é que constitui o mundo das idéias. É a linguagem comum que revela, através de argumentos, a validade e a verdade do que pensamos e dizemos.

A idealização não se refere a idéias contra a realidade, produzidas por teóricos, mas sim a “(...) conteúdos normativos encontráveis em nossas práticas, dos quais não podemos prescindir, porque a linguagem, junto com as idealizações que ela impõe aos falantes, é constitutiva para as formas de vida socioculturais” (idem, p. 98)

FIGURA 3

A construção de um Contexto Comunicativo





Na FIGURA 3, já fica um pouco mais visível a maneira como vemos a socialização da informação e os seus elementos integrantes, distribuídos em três contextos, a saber: contexto de origem, contexto de mediação e contexto de desenvolvimento.

A CONSTRUÇÃO DE UM CONTEXTO COMUNICATIVO: INTEGRAÇÃO DA TAC À CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

A contribuição de Habermas à construção de um contexto comunicativo pode ser observada em todos os passos que demos, desde o contexto de origem, até a socialização da informação propriamente dita.

Não é nossa pretensão transpor, para este estudo, todas as implicações que envolvem a Teoria da Ação Comunicativa (TAC). Primeiramente, em face da complexidade do tema e, em segundo lugar, diante da necessidade de produzir um texto de conteúdo simplificado. Apesar das limitações mencionadas, gostaríamos de deixar pelo menos indicados os pontos que adotamos como indispensáveis à delimitação (ao menos teórica) dos parâmetros para a construção de um contexto comunicacional, à luz da Teoria da Ação Comunicativa (TAC) de J. Habermas

Habermas, assim como Boaventura Santos, valoriza as experiências, o cotidiano, o mundo vivido, o senso comum dos indivíduos em geral, buscando, com isso, aproximar realidades que estão distantes e isoladas. Habermas trabalha com três elementos principais: diálogo, linguagem e grupo. Quanto mais próximo do grupo, melhor será aplicação da TAC. Isto implica que o **Contexto de Origem** seja, ao mesmo tempo, origem e fonte de recursos.

A TAC é uma grande revolução em todos os sentidos, ante as alterações sugeridas em sua abordagem para o desenvolvimento da relação/interação entre pessoas que formem um grupo. A ciência da informação, se analisada sob a ótica do paradigma emergente de Boaventura Santos, encaixa-se perfeitamente na teoria que Habermas oferece, facilitando o entendimento e a compreensão dos processos informacionais e comunicacionais em direção à socialização.

A possibilidade de transpor a barreira do egocentrismo para uma coletividade, de construir a partir de grupos e para eles, traz expectativas bastante positivas para o trabalho com a informação. Se as atividades que os profissionais da informação desenvolvem não forem lastreadas pelas necessidades das comunidades nas quais estão inseridos, serão mínimos os efeitos do ponto de vista social. Ao usarmos o contexto dos grupos como fonte e origem de recursos, estaremos valorizando e reforçando os laços e as referências que são importantes para o exercício da cidadania. Desta forma, estaríamos reduzindo o distanciamento entre a teoria e a prática, entre a ciência e a sociedade, entre produtores, distribuidores e usuários.

FIGURA 4
A Socialização da Informação no sentido de Habermas

A construção de um Contexto Comunicativo: integração da TAC à Ciência da Informação

