

PRÁTICAS INFORMACIONAIS E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS: A INFORMAÇÃO NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE DOS SUJEITOS INFORMACIONAIS

Ruleandson do Carmo Cruz

1 PARA COMEÇAR

Contemporaneidade rotineira. O sono termina. Os olhos se entreabrem. Mais um dia se inicia. Antes de sequer se levantar da cama, a primeira coisa feita é: pegar o celular inteligente, desbloquear a tela e conferir as novas conversas e notícias recebidas no mensageiro instantâneo instalado no celular. Em geral, é o *WhatsApp*. Depois, checar as postagens dos amigos e colegas nas redes sociais, comumente, o *Instagram* e o *Facebook* (cada vez mais o primeiro do que o segundo). Ao longo do dia, mais conferências da tela e mais tempo ocupado se comunicando, informando e sendo informado (a qualidade e a veracidade das informações trocadas é papo para outra vez...).

Era diferente antes? Hoje, temos algumas situações. “Ah, a minha colega de trabalho viajou com a esposa e posta mil fotos no *Instagram* para mostrar a todo mundo a viagem, para aparecer”. “O filho *drag queen* da vizinha passou no vestibular e ela já postou três vezes a matrícula dele no *Facebook*. Tá se achando”. “Nossa, o meu primo começou a namorar e só posta foto do namorado o dia todo no *status* do *WhatsApp*, quer que todo mundo veja que ele está namorando”. “Meu professor fica o dia inteiro postando análises políticas nas redes sociais”.

E antes do advento da Internet? Segure um pouco a resposta. O convite é para que você, junto comigo, pense um pouco, por meio dos caracteres a seguir, sobre como a informação criada e compartilhada integra a rotina dos sujeitos. As questões-chave aqui, nesta revisão teórica de

conceitos do campo da comunicação e informação, serão abordadas na seguinte ordem:

- a) práticas informacionais;
- b) representações sociais;
- c) representação do eu (fachada);
- d) sujeito informacional.

O propósito é o de trazer uma base conceitual-teórica a pesquisadores do campo científico anteriormente referenciado. Não é propósito promover mais uma extensa análise de postagens de sujeitos em redes sociais como as exemplificadas. Análises de tal natureza se tem aos montes. O que percebo, em mais de uma década me dedicando à produção e à leitura de pesquisas sobre redes sociais, é a falta de conceitos que permitam ao pesquisador ir além da quantificação e da qualificação (tipificação/categorização) de postagens de sujeitos, passando ao mais complexo: entender o papel da informação criada e compartilhada pelos sujeitos na vida deles, na interação, no pertencimento e na representação social de si e do mundo.

Ah, posta uma foto lendo este capítulo (e este livro, oras!), pode ser uma boa forma de inspirar a reflexão em outros. Boa leitura (e boa postagem)! :)

2 PARA FUNDAMENTAR

Cada sujeito que acessa a um aplicativo e/ou *site* voltado à formação de redes sociais (CRUZ, 2010) está envolvido em uma prática informacional ou em várias práticas informacionais. A ideia de prática informacional pode ser entendida enquanto um conceito pertencente à abordagem ou perspectiva social da Ciência da Informação – CI. Abordagem à qual a presente reflexão social e teórica também se afilia.

Pode se definir prática informacional enquanto um foco, em um estudo científico, na relação dos sujeitos com a informação, pois a prática informacional: “adota como papel central os aspectos sociais e culturais, enquanto fatores

determinantes e qualificantes tanto da busca por informação quanto do compartilhamento de informação pelos sujeitos" (SAVOLAINEN, 2007, p. 125, tradução nossa). Enquanto um modo de se focar na maneira, no modo como o sujeito lida com a informação, a prática informacional considera o lidar com a informação enquanto uma relação social e cultural dos sujeitos, afetada tanto pela continuidade quanto por práticas que se tornam hábitos, de acordo com a cultura e o contexto social no qual os sujeitos estão inseridos (SAVOLAINEN, 2007).

A inserção dos sujeitos no contexto social se dá, entre outros, por meio das representações sociais, um sistema de valores, ideias e práticas com duas principais funções (MOSCOVICI, 1976):

- a) estabelecer uma ordem que possibilite às pessoas tanto se orientarem quanto controlarem o mundo material e social delas;
- b) possibilitar a comunicação entre os sujeitos, ao lhes fornecer um código para nomear e classificar, de maneira não ambígua, os aspectos do mundo e da história social e individual deles.

Dessa maneira, a ideia das representações sociais é fundamental ao se estudar os sujeitos no campo da comunicação e informação. Afirma-se isso porque a informação é dependente das representações sociais: todas as informações trocadas pelos sujeitos, ao interagirem entre si, são (MOSCOVICI, 2007a, p. 40):

- a) controladas pelas representações sociais;
- b) não possuem sentido além do que é dado pelas representações sociais.

Então: se o sujeito representa o mundo social por meio da informação; se o sujeito no mundo social atua por meio da informação; o mesmo não ocorreria ao sujeito se representar no mundo social?

Sob tal prisma, se recorre a Goffman (2005). Para o autor, todas ações dos sujeitos na sociedade são sempre representações, performances sociais executadas, de acordo com papel social criado pelo sujeito (ator), com o objetivo de que os outros (plateia) possam perceber e acreditar ser ele como aparenta ser. Isso se dá porque:

- a) cada sujeito acredita ser o modo como percebe a realidade o modo como a realidade de fato ocorre;
- b) cada sujeito considera que o modo como pensa ser é o modo como ele é percebido pelos outros.

A essa a impressão de realidade de si se dá o nome de representação do eu na vida cotidiana (fachada): "toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência" (GOFFMAN, 2005, p. 29). É por meio da fachada que os sujeitos representam o mundo e se representam.

No campo da comunicação e informação, o sujeito do qual se fala e o qual se estuda não é qualquer sujeito. É o sujeito informacional, conceito proposto por Rendón-Rojas e García Cervantes (2012). De acordo com os autores, a intensificação das tensões e das desigualdades sociais na sociedade contemporânea propicia o confrontamento e a articulação social dos sujeitos, nos aspectos sociais, políticos e culturais, exigindo de tais sujeitos diversas contingências e pertencimentos sociais complexos.

Para conseguir lidar com tais complexidades e intensificações, os autores frisam que os sujeitos fazem escolhas sociais para se constituírem enquanto sujeitos sociais. No referido processo identitário, é a relação com a informação que permite aos sujeitos a participação na sociedade e, com isso, a construção de uma identidade cultural autônoma, de modo a, por meio da supracitada identidade, se: "demandar, construir e articular novas estruturas socioinformativas, para atuar na conjuntura social [...] identidades não se impõem, se constroem em relações

sociais complexas” (RENDÓN-ROJAS; GARCÍA CERVANTES, 2012, p. 36-37, tradução nossa).

3 PARA PLANEJAR

Este texto se caracteriza enquanto reflexão social e teórica, ancorada no campo científico da comunicação e informação, acerca do compartilhamento de informações cotidianas dos sujeitos em aplicativos e *sites* voltados à formação de redes sociais virtuais, como *WhatsApp*, *Instagram* e *Facebook*. O objetivo é o de refletir sobre o papel da informação na construção da identidade dos sujeitos informacionais, tendo como bases as ideias de práticas informacionais, de representações sociais, de representação do eu, e de sujeito informacional.

Como dito inicialmente, busca-se, aqui, trazer uma base conceitual-teórica a pesquisadores do campo científico anteriormente referenciado. Para isso, seguiu-se as seguintes etapas:

- a) Pesquisa pelos conceitos clássicos aqui tratados – citação dos autores considerados os primeiros a publicarem sobre as ideias abordadas (práticas informacionais, representações sociais, representação do eu, sujeito informacional);
- b) Reflexão crítica a partir de pesquisas qualitativas de estudo dos sujeitos imersos em *sites* voltados à formação de redes sociais virtuais, no campo da comunicação e informação (PEREIRA; CRUZ, 2010; SILVEIRA; CRUZ, 2012; CRUZ; FROTA, 2014; CRUZ; SILVEIRA, 2012; CRUZ, 2014).

4 PARA DIZER

Para começar este texto, a pergunta foi (não exatamente com as palavras seguintes, mas, na essência): a relação dos sujeitos com a publicização da informação, em diversos formatos, sobre a vida pessoal, era diferente antes

da popularização dos celulares inteligentes e dos aplicativos voltados à formação de redes sociais?

Ouso responder que não! Claro que o alcance e a frequência da publicização das informações sobre a própria vida mudaram de forma radical, com a chegada: das câmeras em celulares; dos celulares inteligentes; e das plataformas voltadas à formação de redes sociais. Quase qualquer um (a nossa realidade de privilégio, por vezes, nos furta da recordação das milhões de pessoas sem acesso a comida, quanto mais acesso a celular e conexão à Internet, no Brasil, em especial, mas, em todo o mundo), hoje, pode postar o que está fazendo, em que está pensando, o que está ouvindo ou está assistindo, em que local se encontra *etc.* a qualquer hora do dia.

Na contemporaneidade, hodiernamente, os sujeitos se deparam com infinitas possibilidades para criarem, comentarem e compartilharem informações. Todas essas possibilidades estão ali, na palma da mão, liberadas ao se desbloquear a tela do celular e se conectar à Internet. São, assim, infinitas práticas ou ações informacionais possíveis, infinitas possibilidades de compartilhar representações sociais e representações do eu, nos mais diversos formatos (texto, áudio, imagem, vídeo, animação, enquete, comentário *etc.*), que se abrem ao sujeito informacional.

É devido a essas infinitas possibilidades de compartilhamento de informações e à importância dada aos sujeitos ao hábito de compartilhar informações com os amigos, familiares, colegas e desconhecidos – desconhecidos no mundo físico – (qualquer levantamento estatístico sobre o intenso uso de mensageiros instantâneos e de aplicativos de redes sociais comprovam isso), que a associação entre os conceitos de práticas informacionais, representações sociais, representação do eu (fachada) e sujeitos informacionais parece adequada.

A aqui sugerida associação permite ao pesquisador o foco nas relações sociais e culturais e em como elas afetam os sujeitos ao lidarem com a informação. Por sua vez, isso parece mais adequado para se entender a complexidade e a imersão

significativa dos sujeitos em um mundo repleto de trocas e possibilidades de trocas de informação.

Antes dos dispositivos móveis se popularizarem e terem conexão à Internet, não se falava de si e/ou sobre o que se pensava de qualquer local físico, com possibilidade de alcance instantâneo e mundial. Mas, será que não se tinha o mesmo hábito de se falar de si e de falar o que se pensa?

Se esqueça das mil fotos da viagem da colega de trabalho com a esposa, postadas no *Instagram*, e se recorde dos almoços antigos em família, e daquele parente chegando com um álbum de fotografias das férias impresso, com todos ao redor olhando e o álbum passando de mão em mão. No trabalho do tal parente, a mesma cena se repetia.

Não julgue a vizinha que postou várias vezes o filho *drag queen* se matriculando em medicina. Busque na memória os tempos bem antigos em que saía no jornal impresso o nome de todos aprovados na UFMG e em outras universidades federais, ou, mais recentemente, se lembre de quando você passava na rua e via faixas em postes, muros e portões, parabenizando um dos moradores daquela casa pela aprovação no vestibular, pelo novo emprego, pelo casamento, e por aí vai.

Antes de silenciar o primo fazendo *overposting* (compartilhamentos em excesso) da rotina com o namorado no *status* do *WhatsApp*, pense em como a sociedade, de certa forma, sempre compartilhou as relações amorosas. Alguém precisa de postar foto com o parceiro para a relação ocorrer? Não, não precisa! Mas, também não é necessária a realização de uma festa de casamento, a realização de um ritual coletivo, como se tal realização fosse a única forma para se tornar pública uma união. Não é necessário um evento para se dizer a dezenas de pessoas (centenas e/ou milhares, no caso dos mais afortunados) que alguém está se casando e/ou que ama a alguém.

O professor que se ocupa de análises e críticas do cenário político no *Facebook* não seria uma versão pós-moderna do sujeito que enviava correspondências (inicialmente físicas, depois eletrônicas) aos principais jornais

locais e nacionais analisando o contexto político do Brasil e do mundo? Agora, ele só não precisa mais ter a correspondência escolhida para ser publicada e, então, lida pelo público de um veículo jornalístico, pela mídia. Ele tem a sua própria mídia virtual e seus próprios leitores.

São os novos meios (não tão novos assim) que exigem da sociedade e, em especial da CI, a busca pela compreensão das práticas informacionais dos sujeitos e a análise sem pré-conceitos acerca da apropriação de tais práticas para a vida e o bem-estar dos sujeitos.

No contexto virtual, diversos estudos, no campo da comunicação e informação, têm se voltado à investigação dos hábitos dos sujeitos ao compartilharem os mais diversos tipos de informação em *sites*, aplicativos e em demais espaços virtuais. Como exemplos, cito algumas pesquisas às quais tenho me dedicado nos últimos anos: a folksonomia e o uso afetivo de *hashtags* no Twitter (PEREIRA; CRUZ, 2010); o compartilhamento de informações de cunho ambiental em fóruns virtuais buscando a solução de conflitos locais (SILVEIRA; CRUZ, 2012); as disputas simbólicas de classes em espaços virtuais no contexto científico (CRUZ; FROTA, 2014); o envolvimento em fóruns virtuais para a busca pelo autoconhecimento e apoio para conflitos afetivos e sexuais (CRUZ, 2011); a apropriação de *sites* voltados à formação de redes sociais virtuais para a propagação de preconceitos sociais de classe e discriminação dos menos afortunados (CRUZ, 2017).

Mas, algumas outras pesquisas (ou conteúdos proferidos em salas de aula por universidades brasileiras...) concluem questões diferentes: costumam menosprezar tanto os sujeitos informacionais, que usam as redes para troca cotidiana de informações e compartilhamento de gostos, quanto os cientistas que os pesquisam. Nos últimos tempos, vários estudos agrupam todos os sujeitos usuários de redes sociais, como o *Facebook* e o *WhatsApp*, como se fossem todos compartilhadores de informações falsas. Não são!

E ainda que fossem, não basta apenas condenar o compartilhamento de informações falsas e/ou de

desinformação¹⁴ e/ou sugerir alienação, por parte de quem posta uma foto do almoço em casa, enquanto o mundo vivenciava uma pandemia da COVID-19. É preciso perceber razões pelas quais determinados tipos de informação e de práticas são mais apropriadas pelos sujeitos, desvendar as razões para terem grande alcance e, a partir daí, propor maneiras de permitir ao sujeito se informar e se formar, de maneira mais plena e saudável (em todos sentidos).

5 PARA FINALIZAR

Compartilhar informações acerca da própria vida parece sempre ter sido um hábito dos sujeitos, que, ao que tudo indica, sempre encontraram formas de dizer aos outros o que sentiam, o que faziam, aonde iam, com quem iam, quem amavam, quem odiavam *etc.* (das histórias contadas nas pinturas rupestres nas paredes das cavernas aos *stories* do Instagram).

O que, agora, a ciência, em especial a da Informação, e as universidades podem (e devem) fazer, além de somar mais estudos que quantifiquem e qualifiquem práticas de informação em espaço virtuais, é atuar para:

- a) entender como esse compartilhamento intenso de informações sobre si, sobre a vida, sobre o que se pensa impacta a vida dos sujeitos (os sujeitos informacionais)?;
- b) investigar formas de/propiciar formas de capacitar os sujeitos a obterem e compartilharem informações que os permitam alcançar, cada vez mais, o bem-estar, social, cultural, físico e mental;
- c) estudar maneiras de/ promover maneiras de os sujeitos, por meio do acesso às informações em

¹⁴ Para o entendimento inicial de tais fenômenos, sugere-se a leitura de ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. O fenômeno da pós-verdade e suas implicações para a agenda de pesquisa na Ciência da Informação. *Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação*, [S. l.], v. 25, p. 01-17, 2020.

formato virtual, se empoderarem de si socialmente e reivindicarem cidadania.

Não se trata de utopia, mas de um chamado à Ciência e às universidades, para ambas se atentarem aos sujeitos não cientistas e aos sujeitos fora do contexto laboral deles. Um chamado para se estudar os sujeitos sem eles serem menosprezados pelas informações que criam e compartilham, as informações por meio das quais mostram ao mundo quem são, de acordo com a cultura que possuem e na qual se inserem. Se aproximando da compreensão de tais temas se poderá, então, promover formas de se aproveitar do intenso uso de mensageiros instantâneos e de redes sociais de uma maneira que seja, simultaneamente, pedagógica, educativa e formativa, visando, com tal maneira, a emancipação social dos sujeitos.

Se os sujeitos poderiam ser mais (em um aspecto de bem-estar, conhecimento e de cidadania), a falha está no Estado e no processo educativo, que, tantas vezes, não permitem que eles sejam mais. Estudar os sujeitos informacionais, valendo-se para tal estudo, da perspectiva de triangulação de conceitos com foco no social e no cultural, como os conceitos de práticas informacionais, representações sociais, representação do eu (fachada) e sujeitos informacionais, pode ser um (primeiro?) passo em tal caminho sugerido à Ciência, à CI e às universidades.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. O fenômeno da pós-verdade e suas implicações para a agenda de pesquisa na Ciência da Informação.

Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, Florianópolis, v. 25, p. 01-17, 2020.

CRUZ, Ruleandson do Carmo. **Preconceito social na Internet:** cultura informacional e distinção em redes sociais. Belo Horizonte: SC Literato, 2017.

CRUZ, Ruleandson do Carmo. FROTA, Maria Guiomar da Cunha. "Orkutização do Lattes": cultura informacional e distinção. **DataGramZero**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, 2014.

CRUZ, Ruleandson do Carmo. Redes sociais virtuais: premissas teóricas ao estudo em ciência da informação. **Transinformação**, Campinas, v. 3, n. 22, p. 255-272, 2010.

CRUZ, Ruleandson do Carmo. SILVEIRA, Júlia Gonçalves da. Redes sociais virtuais de informação sobre amor. **INCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 146-167, 2012.

GOFFMAN, Erving. **A representação do Eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2005.

MOSCOVICI, Serge. O fenômeno das representações sociais. *In*: MOSCOVICI, Serge. **Representações Sociais: investigações em psicologia social**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2007. p. 29-109.

MOSCOVICI, Serge. **Social Influence and Social Change**. Londres: Academic Press, 1976.

PEREIRA, Débora de Carvalho; CRUZ, Ruleandson do Carmo. Folksonomia e tags afetivas: comunicação e comportamento informacional no twitter. **DataGramZero**, v. 11, n. 6, 2010.

RENDÓN-ROJAS, Miguel Ángel; GARCÍA CERVANTES, Alejandro Luis. El sujeto informacional en el contexto contemporáneo. Un análisis desde la epistemología de la identidad comunitaria-informacional. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, Florianópolis, v. 17, n. 33, p. 30-45, jan./abr. 2012.

SAVOLAINEN, Reijo. Information behavior and information practice: reviewing the "umbrella concepts" of information-seeking studies. **Library Quarterly**, Chicago, v. 77, n. 2, p. 109-132, 2007.

SILVEIRA, Júlia Gonçalves da. CRUZ, Ruleandson do Carmo. Análise de informações sobre sustentabilidade ambiental circulantes no Orkut: estudo exploratório do tópico "E o rio?". **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 17, n. 2, p. 143-157, 2012.