Extrato de: Heterogeneidade, ator e estrutura: para a reconstituição do conceito de estrutura.

## Norman Long e Jan Douwe van der Ploeg

Tradução: Rita Pereira, Daniela Garcez e Leandro Krug Wives

Revisão técnica: Sergio Schneider

Disponível em www6.ufrgs.br/pgdr/arquivos/ipode\_38.doc

# A importância central do conceito de agência

Numa tentativa de melhorar formulações anteriores, muitos autores voltaram atrás reconsiderando a natureza essencial e a importância da agência humana. Essa noção reside no centro de todos os paradigmas revitalizados de atores sociais e forma o eixo em torno do qual giram as discussões que pretendem conciliar as noções de estrutura e de ator. Mas antes de expor essas discussões, é importante salientar que a questão da agência não foi simplesmente confinada a um círculo de teóricos e seu público sociológico, mas também penetrou em trabalhos empíricos recentes de antropologia (Smith, 1989), ciência política (Scott, 1985), análise de políticas (Elwert e Bierschenk, 1988) e história (Stern, 1987).

Em termos gerais, a noção de agência atribui ao ator individual a capacidade de processar a experiência social e de delinear formas de enfrentar a vida, mesmo sob as mais extremas formas de coerção. Dentro dos limites da informação, da incerteza e de outras restrições (físicas, normativas ou político-econômicas) existentes, os atores sociais são “detentores de conhecimento” e “capazes”. Eles procuram resolver problemas, aprender como intervir no fluxo de eventos sociais ao seu entorno e monitorar continuamente suas próprias ações, observando como os outros reagem ao seu comportamento e percebendo as várias circunstâncias inesperadas (Giddens, 1984: 1-6).

Giddens (1984: 9,14) destaca que a agência não diz respeito às intenções que as pessoas têm para fazer determinadas coisas – a vida social é cheia de diferentes tipos de conseqüências involuntárias com ramificações variáveis –, “mas primeiramente à sua capacidade de fazer essas coisas... A ação depende da capacidade do indivíduo de “causar uma mudança” em relação a um estado de coisas ou curso de eventos pré-existente”. Isso implica que todos os atores (agentes) exercem um determinado tipo de poder, mesmo aqueles em posições de extrema subordinação. Como Giddens (1984: 16) argumenta, “todas as formas de dependência oferecem alguns recursos com os quais aqueles que são subordinados podem influenciar as atividades dos seus superiores”. E dessa forma eles participam ativamente (apesar de nem sempre no nível de consciência discursiva) na construção de seus próprios mundos sociais, apesar de, como Marx (1962: 252) nos previne, as circunstâncias que eles encontram não serem simplesmente fruto de sua própria escolha.

É importante enfatizar que a agência não é simplesmente um atributo do ator individual. A agência, a qual se manifesta quando ações particulares causam uma mudança em relação a um estado de coisas ou curso de eventos pré-existente, acarreta relações sociais e somente pode se tornar efetiva através delas. Por conseguinte, a agência requer capacidades de organização e não é simplesmente o resultado de certas capacidades cognitivas, poderes persuasivos ou formas de carisma que um indivíduo possa ter. A capacidade de influenciar os outros ou de transmitir uma ordem (por exemplo, fazer com que os outros aceitem determinada mensagem) reside fundamentalmente nas “ações de uma cadeia de acontecimentos, que cada um traduz de acordo com seus próprios projetos...e o poder é composto, aqui e agora, pela associação de muitos atores em um dado esquema político e social’ (Latour, 1986: 264). Por outras palavras, a agência (e o poder) depende crucialmente da emergência de uma rede de atores que se tornam parcialmente, embora quase nunca completamente, envolvidos nos projetos e práticas de outro indivíduo ou indivíduos. Por conseguinte, a agência efetiva requer a geração/manipulação estratégica de uma rede de relações sociais e a canalização de itens específicos (como reivindicações, ordens, bens, instrumentos e informação) através de certos pontos fundamentais de interação. Clegg (1989) apresenta essa idéia da seguinte forma:

Para alcançar a agência estratégica é necessário disciplinar o entendimento de outras agências: na melhor das hipóteses, do ponto de vista do estrategista, essas outras agências se tornarão meramente recursos autoritários, extensões da agência estratégica (Law, 1986: 16). Os interesses que essas agências de recurso possam ter seriam (em casos extremos) exclusivamente aqueles que a agência estrategicamente subordinativa lhes atribuísse (Clegg 1989: 199).

Para realizar isso, torna-se essencial que os atores sociais vençam as lutas que ocorrem sobre a atribuição de significados sociais específicos a determinados acontecimentos, ações e idéias. Vistos a partir dessa perspectiva, os modelos (ou ideologias) específicos de intervenção tornam-se armas estratégicas nas mãos das instituições e das pessoas encarregadas da promoção do desenvolvimento.

Reconhecendo que os atores são o centro das decisões e das ações, Hindess (1986: 115-19) desenvolve ainda mais esta discussão, salientando que a tomada de decisões implica o uso implícito ou explícito de “meios discursivos” na formulação de objetivos e na apresentação dos argumentos para as decisões tomadas. Esses meios ou tipos de discurso variam e não são simplesmente características inerentes aos próprios atores: eles formam uma parte do estoque diferenciado de conhecimento e de recursos à disposição dos atores de diferentes tipos. Uma vez que a vida social não é nunca tão uniforme ao ponto de ser baseada em um único tipo de discurso, os atores, mesmo que suas escolhas sejam limitadas, sempre encontram formas alternativas de formular seus objetivos e de preparar modos específicos de ação.

É importante perceber aqui que o reconhecimento de discursos alternativos usados por ou à disposição dos atores desafiam tanto, por um lado, a noção de que a racionalidade é uma propriedade intrínseca do ator individual como, por outro, a idéia de que esse reconhecimento simplesmente reflete a posição estrutural do ator na sociedade. Todas as sociedades contêm um repertório de estilos de vida, formas culturais e racionalidades diferentes que seus membros utilizam em sua busca por ordem e significado, e de cuja afirmação ou reestruturação eles mesmos participam (intencionalmente ou não). Conseqüentemente, as estratégias e construções culturais aplicadas pelos indivíduos não surgem do nada, mas são sim retiradas de um estoque de discursos disponíveis (verbais e não-verbais) que são, até certo ponto, partilhados com outros indivíduos, contemporâneos e talvez antecessores. É nesse momento que o indivíduo é, de certa forma, metaforicamente transformado no ator social, o que significa que o ator social é socialmente construído ao invés de ser simplesmente um sinônimo do indivíduo ou um membro da raça dos *homo sapiens*. Também é necessário distinguir dois tipos diferentes de construção social associados ao conceito de ator social: o primeiro é culturalmente endógeno por ser baseado nos tipos de representações característicos da cultura na qual o ator particular está enraizado; e o segundo surge das categorias e orientações teóricas dos próprios pesquisadores (e é claro que também é essencialmente cultural, uma vez que será provavelmente associado a uma escola específica de pensamento e a uma comunidade de acadêmicos).

A construção social dos atores é, então, suportada meta-teoricamente pela noção de agência. Mas embora possamos considerar que sabemos perfeitamente o que entendemos por conhecimento e capacidade– os dois elementos principais de agência identificados por Giddens – esses conceitos devem ser traduzidos culturalmente para que sejam significativos na sua totalidade.

Não devemos, então, presumir (mesmo que seja possível, por exemplo, apresentar evidências de uma crescente mercantilização e ocidentalização) que existe uma interpretação constante e universal de agência em todas as culturas. Essa interpretação varia na sua racionalidade e construção. Quanto a isso, é importante mencionar o que Marilyn Strathern (1985: 65) chama de “teorias nativas da agência”. As noções de agência são construídas de forma diferente em culturas diferentes e em segmentos diferentes da mesma sociedade, por exemplo, entre camponeses e populações urbanas, na burocracia, na religião e nas forças armadas.

Tais diferenças realçam a importância de examinar como as noções de agência (conhecimento e capacidade) são constituídas culturalmente de forma distinta e afetam o gerenciamento das relações interpessoais e os tipos de controle que os atores podem desenvolver uns com relação aos outros. No campo do desenvolvimento rural, isso significa analisar como as concepções diferenciadas de poder, influência, conhecimento e eficácia podem modelar as repostas e estratégias dos diferentes atores (por exemplo, camponeses, trabalhadores de desenvolvimento, proprietários de terras, representantes do governo local). É também necessário abordar a questão de até que ponto as noções de agência, que diferem de acordo com o tipo de política que está sendo adotada, podem ser impostas aos grupos locais. Aqui temos em mente, por exemplo, os conceitos de “participação”, “direcionamento aos pobres” ou “o papel do agricultor progressista” no desenvolvimento planejado[[1]](#footnote-1).

Embora possa parecer que a quintessência da agência humana é personificada no indivíduo, os indivíduos isolados “não são as únicas entidades que tomam decisões e agem de acordo com essas decisões. As empresas capitalistas, as agências estatais, os partidos políticos e as organizações religiosas são exemplos de atores sociais: todos eles têm meios para formular e chegar a decisões e para agir pelo menos de acordo com uma delas” (Hindess, 1986: 115). Porém, como Hindess defende ainda, o conceito de ator não deveria ser usado para designar coletividades, aglomerados ou categorias sociais que não têm formas discerníveis de formular ou de levar a cabo decisões. A sugestão, por exemplo, de que a ”sociedade”, no sentido global do termo, ou as classes e outras categorias sociais baseadas na etnia ou gênero, tomam decisões e tentam implementá-las significa atribuir a essas entidades, de forma incorreta, as qualidades da agência[[2]](#footnote-2). Isso também leva à materialização de esquemas de classificação que formam parte do aparato conceptual que um indivíduo ou organização utilizam para processar o mundo social ao seu entorno e no qual as ações desenvolvidas são baseadas. Portanto, devemos ter o cuidado de restringir nosso uso do termo ‘ator social’ somente àquelas entidades sociais às quais podem ser claramente atribuídas as qualidades da agência.

A discussão anterior serviu, esperamos, para clarificar por que o conceito de agência é de uma importância teórica central. Como sugerimos anteriormente, uma abordagem centrada nos atores começa com a simples idéia de que formas sociais diferentes desenvolvem-se sob as mesmas circunstâncias ou sob circunstâncias similares. Essas diferenças refletem variações nas formas como os atores tentam lidar, cognitivamente e organizacionalmente, com as situações que encontram. Por conseguinte, uma compreensão dos padrões diferentes de comportamento social deve ser baseada em termos de “sujeito(s) ativo(s) e conhecedor(es)”, (Knorr-Cetina, 1981: 4) e não meramente vista como uma conseqüência do impacto diferencial de forças sociais extensas (tais como a variação ecológica ou demográfica ou a incorporação diferenciada no capitalismo mundial). Uma tarefa principal dessa análise, portanto, é identificar e caracterizar estratégias e lógicas divergentes de atores, as condições sob as quais elas surgem, sua viabilidade ou efetividade na resolução de problemas específicos e suas conseqüências sociais. O último aspecto levanta diversas questões-chave adicionais, entre outras, a necessidade de ter uma noção de estruturas emergentes que surgem como resultados combinados das conseqüências intencionais e não-intencionais da ação social. Retomaremos essa questão mais adiante[[3]](#footnote-3).

1. Existe também o difícil problema epistemológico, identificado por Fardon (1985: 129-30, 1984), de impor nosso próprio modelo analítico (‘universal’) de agência nos nossos dados de pesquisa, mesmo que nossa intenção seja “abranger a consciência reflexiva e a agência dos [próprios] sujeitos”. Assim, na explicação ou tradução da ação social, é possível confundir a agência ou intencionalidades daqueles que estudamos com nossas próprias noções “comuns” ou conceitos teóricos. [↑](#footnote-ref-1)
2. Compare isso com o que é designado de ´falácia ecológica’, em que os argumentos baseados em dados agregados relativos a áreas geográficas são estendidos para produzir inferências sobre as características de indivíduos vivendo nessas mesmas áreas. Para um relato de como isso pode levar a decisões erradas de políticas de desenvolvimento, ver Bulmer (1982: 64-6). [↑](#footnote-ref-2)
3. Para um tratamento desses elementos essenciais, ver Long (1989: 226-31). [↑](#footnote-ref-3)