

Perspectivas teóricas dos estudos sobre *agency*: uma revisão integrativa

Maria Julia Pegoraro Gai. Universidade Federal de Santa Catarina
João Nuno Ribeiro Viseu. Universidade de Évora
Roberto Moraes Cruz. Universidade Federal de Santa Catarina
Fabiola Kaczam. Universidade Federal de Santa Maria

Resumo

A agência humana tem sido estudada sob diferentes perspectivas teóricas, com distintas conceitualizações e percepções sobre o constructo. O objetivo desta revisão integrativa da literatura foi discutir as perspectivas teóricas dos estudos sobre *agency*. Para isso, foram realizadas buscas na Scopus e Web of Science (bases de dados internacionais) por publicações até 2020. Com base nos 222 documentos selecionados, executou-se uma análise de cocitação e análise teórica dos documentos mais citados dos principais autores de cada *cluster*. Nos resultados identificou-se sete *clusters* que possibilitam discutir as perspectivas teóricas dos estudos sobre *agency*. Ao considerar essas diferentes perspectivas de pesquisa e conceitualizações, corrobora-se o caráter multifacetado do fenômeno e conclui-se que, para uma percepção conceitual ampliada, é necessário compreendê-lo considerando as facetas de intencionalidade, premeditação, autorreatividade, autorreflexão, autoeficácia e *locus* de controle interno, que demonstram ser fatores inerentes ao construto.

Palavras-chave: agência humana; análise de cocitação; revisão de literatura; psicologia cognitiva.

Abstract

Theoretical perspectives of agency studies: an integrative review. Human agency has been studied under different theoretical perspectives, with different conceptualizations and perceptions about the construct. The objective of this integrative literature review was to discuss the theoretical perspectives of studies on agency. For this, searches were carried out in Scopus and Web of Science (international databases) for publications until 2020. Based on the 222 selected documents, a co-citation analysis and theoretical analysis of the most cited documents of the main authors of each cluster were performed. In the results, seven clusters were identified that make it possible to discuss the theoretical perspectives of studies on agency. When considering these different perspectives of research and conceptualizations, the multifaceted character of the phenomenon is corroborated and it is concluded that, for an expanded conceptual perception, it is necessary to understand it considering the facets of intentionality, premeditation, self-reactivity, self-reflection, self-efficacy and locus of internal control.

Keywords: human agency; cocitation analysis; literature review; cognitive psychology.

Resumen

Perspectivas teóricas de los estudios de agencia: una revisión integradora. La agencia humana ha sido estudiada bajo diferentes perspectivas teóricas, con diferentes conceptualizaciones y percepciones sobre el constructo. El objetivo de esta revisión integrativa de la literatura fue discutir las perspectivas teóricas de los estudios sobre la agencia. Para ello se realizaron búsquedas en Scopus y Web of Science (bases de datos internacionales) de publicaciones hasta el 2020. A partir de los 222 documentos seleccionados se realizó un análisis de cocitación y análisis teórico de los documentos más citados de los principales autores de cada *cluster*. En los resultados, fueron identificados siete *clusters* que permiten discutir las perspectivas teóricas de los estudios sobre agencia. Al considerar estas diferentes perspectivas de investigación y conceptualizaciones, se corrobora el carácter multifacético del fenómeno y se concluye que, para una percepción conceptual ampliada, es necesario comprenderlo considerando las facetas de intencionalidad, premeditación, autorreactividad, autorreflexión, autoeficacia y *locus* de control interno.

Palabras clave: agencia humana; análisis de cocitación; revisión de literatura; psicología cognitiva.

O conceito de agência humana (*human agency*) se refere à percepção de que os indivíduos não são apenas produtos das circunstâncias de vida a que são submetidos, ou seja, de que são capazes de fazer escolhas, definir objetivos e agir com base nessas decisões (Bandura, 2006). Nesse sentido, a agência humana (ou *agency*) pressupõe indivíduos cocriadores das circunstâncias de vida e de suas consequências, que se comportam em função da manifestação da vontade de agir (Kabeer, 1999), o que promove impactos no âmbito pessoal, social, econômico e organizacional (Cauce & Gordon, 2012).

As discussões acerca da conceitualização de *agency* não são recentes. Mesmo com o desenvolvimento conceitual do construto por diferentes autores, distintas perspectivas teóricas e estudos empíricos, a imprecisão do termo indica não ter sido solucionada. A associação do construto a diversos outros conceitos também é um fator observado, em que reducionismos ou generalizações são observados no uso da expressão, visto que boa parte dos conceitos utilizados se trata apenas de dimensões da *agency*. Tais equívocos acabam não contemplando a totalidade e complexidade do construto, sendo recomendado um processo de reconceitualização da *agency* (Alkire, 2005; Emirbayer & Mische, 1998).

A compreensão da teoria já existente sobre o construto é fundamental nesse processo, já que a não observação e revisão dos avanços de estudos e técnicas existentes pode ocasionar esforços redundantes (Alkire, 2005). Mesmo com as diferentes conceitualizações e percepções sobre *agency*, há concordância entre os autores em alguns aspectos, como a necessidade de considerar a multidimensionalidade do construto independentemente do método adotado para investigação. Alguns fatores podem ser inseridos ou retirados de acordo com a necessidade ou caso específico. No entanto, outros são elementos fundamentais para a compreensão da *agency*, tais como *locus* de controle, liberdade para decidir (Cauce & Gordon, 2012) e a ideia de vontade como a motivação para execução da ação (Reynolds & Placido, 2020).

Diferentes níveis e tipos de *agency* são necessários e variam de acordo com as distintas situações e contextos vivenciados, que não se limitam à *agency* pessoal. Tal capacidade pode ser impulsionada pelos ambientes sociais e relacionais que o indivíduo possui. Com isso, a ideia de “independência total” não é um pressuposto alinhado à *agency*, já que as pessoas não estão desconectadas de suas relações umas com as outras e exercem influência entre si (Landes & Settersten, 2019). Logo, o modo de funcionamento dos indivíduos é um resultado

decorrente das influências intrapessoais e das forças ambientais a que estão submetidos (Bandura, 2018).

O objetivo deste estudo foi analisar as perspectivas teórico-metodológicas sobre *agency*, com base em uma revisão integrativa da literatura especializada. Há lacunas teóricas (Mokkink et al., 2010) e diferenças nas perspectivas de análise dos fatores que compõem o construto *agency*, que carecem de delimitação e atualização conceitual, aspectos relevantes para o desenvolvimento da pesquisa nesse âmbito.

Método

Foi adotado o método de revisão integrativa de literatura, que torna possível abarcar distintas perspectivas sobre um assunto, por meio de procedimentos sistematizados para coleta e análise dos dados (Doolen, 2017). Seguiu-se o protocolo de revisão de literatura referido no *Systematic Review and Meta-Analysis Protocols - PRISMA-P* (Moher et al., 2015), executado em quatro etapas:

(1) identificação do problema de pesquisa que norteia a revisão de literatura, que é: quais são as perspectivas teórico-metodológicas dos estudos sobre *agency*?

(2) definição dos critérios para a extração e seleção dos documentos: selecionaram-se as bases de dados *Scopus* e *Web of Science* para a realização das buscas dos artigos para compor o *corpus* de pesquisa, que foram realizadas em outubro de 2020 e atualizadas em fevereiro de 2021 por duas revisoras independentes, contemplando os artigos até dezembro de 2020.

A estratégia de busca utilizada foi: [(“*sense of agency*” OR “*human agency*” OR “*judgment of agency*” OR “*agency judgment*” OR “*personal agency*” OR “*types of agency*” OR “*forms of agency*” OR “*perceived agency*” OR “*feelings of agency*”) AND (*measur** OR *assessment* OR *validity* OR *evaluation* OR *inventory* OR *scale* OR “*measures of agency*” OR *instrument*)], investigada em títulos, resumos e palavras-chave.

(3) Definição dos critérios de inclusão e exclusão dos documentos: os documentos das bases de dados foram analisados considerando os critérios de inclusão: a) artigos que abordam o conceito de *agency* a partir de uma perspectiva cognitiva e comportamental; b) estudos teóricos ou empíricos e; c) artigos em português, inglês ou espanhol. Não se restringiu a nenhum tipo de documento específico. A análise da elegibilidade foi feita a partir da leitura dos resumos por duas revisoras independentes. Os casos de divergência nas decisões das revisoras foram discutidos até que se chegasse a um consenso.

4) Análise dos resultados e limitações da revisão: a análise dos resultados foi feita por meio de três etapas, que são: a) análise de cocitação e; b) análise teórica acerca dos documentos mais citados dos principais autores de cada *cluster* identificados através da análise de cocitação.

Na análise de cocitação de autores verifica-se a frequência em que os pesquisadores são citados concomitantemente nos documentos analisados, o que possibilita a identificação de proximidade dos autores mencionados (Grácio, 2016; Zupic & Cater, 2014). Para isso, utilizaram-se os documentos selecionados e o software VOSviewer. Devido à recomendação do uso de filtros para limitar os resultados da análise de cocitação para auxiliar no gerenciamento das informações (Zupic & Cater, 2014), utilizou-se como filtro um mínimo de 12 citações por autor, por possibilitar a identificação dos autores com maior destaque.

A partir da matriz decorrente da análise de cocitação, a terceira etapa consistiu na análise teórica sobre os principais autores de cada *cluster*. Executou-se uma análise de citação feita por meio do Histcite para verificar os autores mais citados pelo *corpus* de pesquisa (Grácio, 2016; Zupic & Cater, 2014). Com base nessa análise selecionaram-se os documentos mais citados no *corpus* de pesquisa dos autores em evidência na análise cocitação, considerados seminais para os estudos da *agency*. Como

critérios de inclusão para a análise, selecionaram-se apenas documentos em formato de artigo com maior número de citações. Nos casos em que foi necessário escolher entre dois documentos, utilizou-se como critério os artigos mais recentes e de diferentes autores. Foram selecionados quatro artigos de cada *cluster*, totalizando 28 artigos.

Resultados

A partir dos 2.388 documentos identificados, observou-se os critérios de inclusão para a seleção dos artigos. Com base na leitura dos resumos selecionou-se 471 artigos para leitura completa e verificação dos critérios de inclusão. Feito todo processo de filtragem dos artigos, observou-se que 1.215 abordam a *agency* a partir de uma perspectiva de movimento, como organização ou outros que não se referiam ao comportamento e à cognição (Critério 1); 203 são artigos que têm relação com o tema, mas não têm enfoque no estudo da *agency* (Critério 2); cinco são documentos duplicados (Critério 3); três artigos estão em outros idiomas que não o português, inglês ou espanhol (Critério 4) e; 17 documentos não estavam disponíveis *online* na versão completa (Critério 5). Com base nessa leitura e filtros, selecionaram-se 222 artigos. A Figura 1 apresenta as etapas de delineamento do *corpus* de pesquisa.

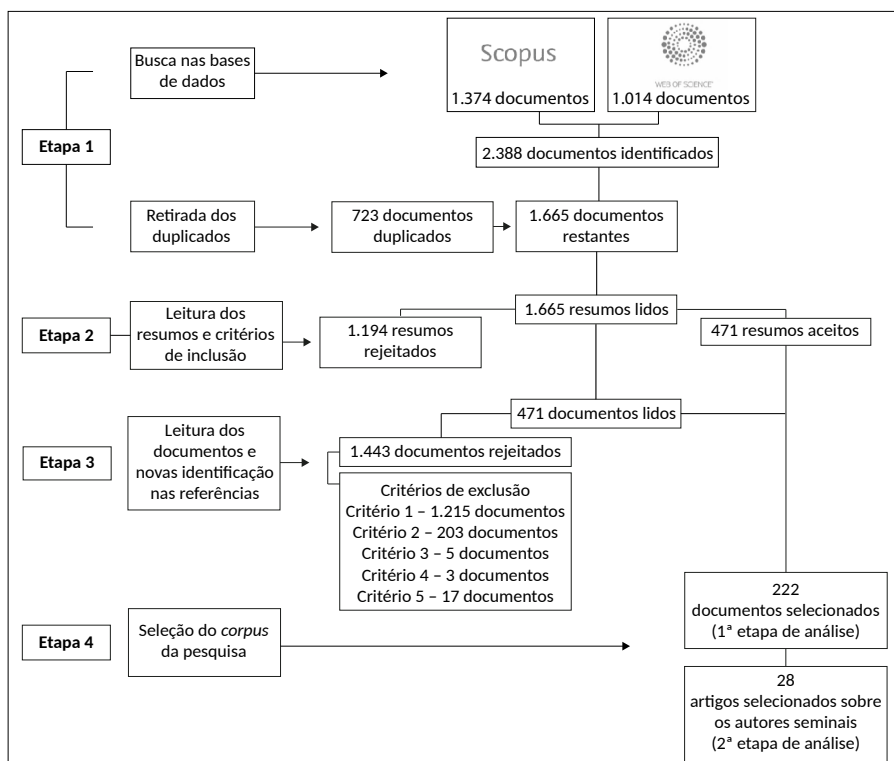


Figura 1. Etapas da coleta de dados e delimitação do *corpus* de pesquisa.

Fonte: elaborada pelos autores com base no PRISMA (Moher et al., 2009).

Com 222 artigos selecionados, iniciou-se a análise de cocitação de autores, que possibilita a identificação da estrutura intelectual da literatura sobre um assunto a partir da concepção sobre os diferentes conceitos por parte da comunidade científica, assim como quais são os pesquisadores centrais e intermediários e de que modo esse campo se desenvolveu e se estabeleceu em seu processo de desenvolvimento (Zupic, & Čater,

2014). Essa medida não é estabelecida pelos autores cocitados, mas pelo modo que a comunidade científica compreende, utiliza os conteúdos e gera relações para o avanço do conhecimento. A ênfase na relação e conexão entre as produções dos autores viabiliza a identificação do *core* da literatura científica sobre o assunto (Grácio, 2016). A Figura 2 ilustra a representação gráfica da análise de cocitação.

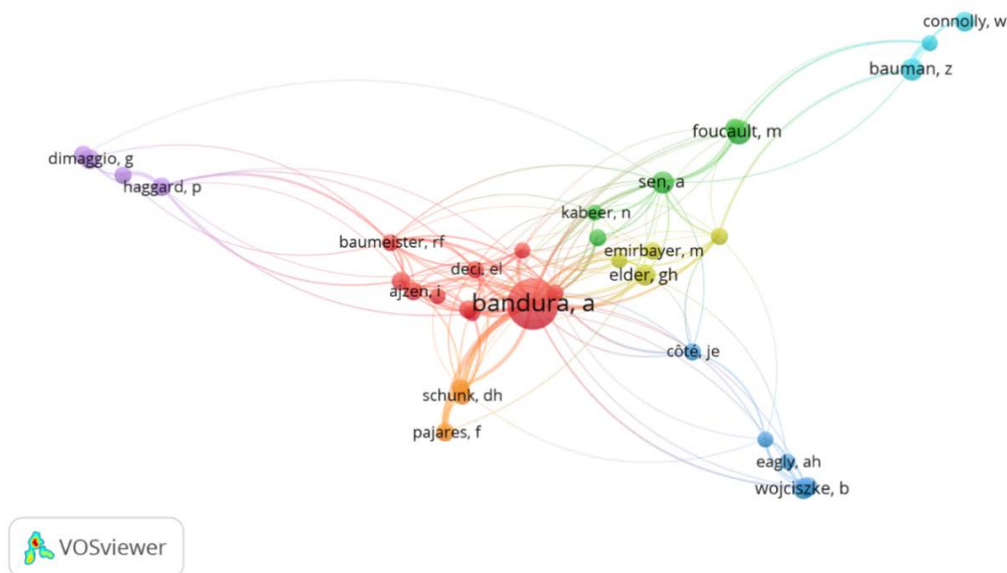


Figura 2. Mapa de cocitação de autores sobre *agency*.

Fonte: elaborada pelos autores.

Com base no mapa de cocitação derivado da análise gerada pelo VOSviewer, 34 autores foram identificados com destaque, subdivididos e agrupados em sete *clusters*. O *Cluster 1* (em vermelho na Figura 2) conta com os respectivos autores e total de citação (em parênteses): Bandura, A. (215); Rotter, J. B. (15); Baumeister, R. F. (14); Deci, E. L. (14); Ryan, R. M. (13); Skinner, E. A. (13); Dweck, C. S. (13); Little, T. D. (18); Ajzen, I. (18) e; Ford, M. E. (13). No *Cluster 2* (em verde) estão: Sen, A. (27); Foucault, M. (34); Kabeer, N. (13); Diener, E. (14) e; Taylor, C. (16). No *Cluster 3* (em azul escuro) os autores são: Abele, A. E. (19); Wojciszke, B. (22); Bakan, D. (12); Côté, J. E. (15) e; Eagly, A. H. (13). O *Cluster 4* (em amarelo) conta com: Elder, G. H. (24); Giddens, A. (15); Emirbayer, M. (15) e; Pearlin, L. I. (12). No *Cluster 5* (em roxo) os autores são: Haggard, P. (16); Moore, J. W. (14); Dimaggio, G. (19) e; Lysaker, P. H. (16). No *Cluster 6* (em azul claro) estão: Arendt, H. (12); Bauman, Z. (27) e; Connolly, W. (19) e no *Cluster 7* (em alaranjado) estão: Schunk, D. H. (18); Pajares, F. (18) e; Betz, N. E. (15).

Para a análise dos *clusters* selecionaram-se os documentos mais citados dos autores de cada *cluster* decorrente da análise cocitação seguindo os critérios de inclusão. Os documentos, com o número de citações entre parênteses, são: *Cluster 1*: Bandura (2001; 21); Rotter (1966; 13); Bandura (1989; 12) e; Bandura (2006; 12). *Cluster 2*: Sen (1985; 4); Diener e Tov (2011; 1); Taylor, Lyubomirsky e Stein (2017; 1) e; Diener (2012; 1). *Cluster 3*: Abele e Wojciszke (2007; 4) (2014; 2); Abele (2003; 3); Wojciszke e Abele (2008; 3). *Cluster 4*: Emirbayer e Mische (1998; 12); Elder (1994; 5) (1998; 2); Elder Jr., Eccles, Ardelt e Lord (1995; 2) e; *Cluster 5*: Haggard e Tsakiris (2009; 2); Dimaggio et al. (2002; 2); Dimaggio, Nicolò, Fiore, Centenero, Semerari, Carcione e Pedonet al. (2008; 2) e; Haggard, Clark e Kalogeras (2002; 2). *Cluster 6*: Connolly (1993; 20); Arendt (1971; 1); Bauman (2000; 1) (2017; 1). *Cluster 7*: Pajares (1997; 3); Schunk (2008; 2); Betz (1987; 2) e; Pajares e Graham (1999; 2). As análises dos *clusters* identificados foram baseadas nesses 28 artigos.

Discussão

A importância dos estudos empíricos e teóricos de Bandura fica evidenciada tanto pela análise de citação de documentos quanto de cocitação de autores. Os documentos mais citados pelo *corpus* de pesquisa selecionado são de Bandura (1986, 2001) e dos 10 mais citados, seis são desse autor (Bandura, 1977, 1986, 1989, 1997, 2001, 2006). Albert Bandura é o autor principal do *cluster* que faz parte, mas também é o que estabelece maior número de relações com os demais autores e *clusters*. A partir da análise de cocitação de autores observaram-se sete *clusters* relacionados com as diferentes perspectivas dos estudos sobre *agency*.

Agency e o Modelo de Causação Recíproca Triádica – Cluster 1

A principal categoria dos estudos de *agency* e que contempla o maior volume de artigos e citações está relacionada às pesquisas de Bandura juntamente com: Rotter, J. B., Baumeister, R. F., Deci, E. L., Ryan, R. M., Skinner, E. A., Dweck, C. S., Little, T. D., Little, T. D., Ajzen, I. e Ford, M. E. Ainda que os principais documentos dessa perspectiva teórica sejam de Bandura, Rotter (1966) já desenvolvia importantes desdobramentos teóricos sobre *agency* relacionada à ideia de controle interno e externo, embasado na Teoria da Aprendizagem Social.

Rotter (1966) considerava que a efetividade de reforços ou recompensas depende da maneira como são percebidos, especialmente se a recompensa é decorrente do próprio comportamento ou controlado por forças externas. Nos casos em que um reforço ocorre sem que esteja relacionado com uma ação do indivíduo, pode ser considerado como uma situação decorrente de “sorte ou acaso”, e passa a ser relacionado a um controle externo. Quando um evento é percebido como derivado de ações individuais prévias, há a percepção de controle interno do sujeito, que é de grande relevância para o desenvolvimento da teoria sobre *agency*.

A proposta banduriana para o entendimento da *agency* é pautada em um modelo de causação recíproca triádica, ou seja, “ação, fatores cognitivos, afetivos e outros fatores pessoais e eventos ambientais funcionam como determinantes de interação” (Bandura, 1989, p. 1175, tradução nossa). Nessa perspectiva da teoria cognitiva social, influências autogeradas são tão determinantes do comportamento quanto as interferências

do meio. Ao considerar um mesmo ambiente, aqueles que conseguem desenvolver aptidões, ampliar suas opções e têm potencial de regular sua motivação e comportamento apresentam mais sucesso em seus empreendimentos em comparação com os que apresentam capacidade de *agency* restrita (Bandura, 1989).

Diversos fatores influenciam o curso dessas ações e da capacidade *agency*. A vinculação do sujeito com o meio social não se limita a questões pontuais de influência, visto que esse meio externo também faz parte da construção do sujeito que, por sua vez, atua sobre o meio com uma relação de autoinfluência. O “eu” é constituído e moldado pelo meio social, mas o meio social também é estruturado a partir dos agentes humanos. Logo, há um entendimento de que as pessoas contribuem de maneira importante para os acontecimentos em suas vidas, não sendo apenas produtos dessas circunstâncias (Bandura, 1989, 2001, 2006).

Como recursos característicos para o exercício da *agency* pessoal, Bandura (2001, 2006) menciona a intencionalidade, premeditação, autorreatividade e autorreflexão. A intencionalidade possibilita a visualização dos planos de ações que se pretende colocar em prática visando um fim. Não como uma previsão de acontecimentos, mas em um sentido de compromisso para a concretização desse objetivo. Na premeditação, eventos futuros são representados cognitivamente no presente, o que favorece a motivação e a regulação do comportamento. A autorreatividade se trata da reação comportamental baseada na conduta moral e padrões pessoais voltada ao desempenho necessário para o alcance dos objetivos antes determinados. Os possíveis resultados de ações premeditadas passam por uma autorreflexão, com avaliação e julgamento dos comportamentos para que as ações do sujeito concordem com seus valores pessoais, conferindo sentido à agência moral (Bandura, 2001, 2006).

Somada a esses recursos, a autoeficácia é vista como um elemento central para a *agency*. Trata-se da confiança na capacidade de realizar uma tarefa ou função, ou seja, o julgamento e percepção das pessoas sobre sua própria capacidade, exercendo influência substancial na motivação, excitação emocional, padrões de pensamento e comportamento e, por consequência, acaba por gerar e controlar os acontecimentos na vida das pessoas (Bandura, 1989). Isso ocorre pois, se um indivíduo não acredita em sua capacidade de produzir resultados a partir de sua ação, há pouca

motivação para que, de fato, produza esse comportamento (Bandura, 2006).

Agency e Bem-estar – Cluster 2

A *agency* associada ao bem-estar é observada na perspectiva adotada por Sen, A., Foucault, M., Kabeer, N., Diener, E., Taylor, C. Nessa linha de pesquisa, aborda-se a liberdade de *agency*, processo que envolve a deliberação e responsabilização sobre as próprias ações, especialmente para a própria vida da pessoa. Para a liberdade de *agency* considera-se que os indivíduos são livres para escolherem e agirem em prol de seus objetivos, obrigações e valores que julgam importantes como seres agentes e responsáveis pelo que decidem e querem obter. Para a percepção de bem-estar das pessoas é requerida liberdade e realização (Sen, 1985).

Conceitos como a autonomia e liberdade pessoal também estão relacionados à *agency*, além da relação moral associada ao bem-estar. Nos casos em que essa capacidade de arbítrio é afetada – como crianças pequenas ou pessoas com doenças que afetam essa capacidade –, a capacidade de *agency* também fica prejudicada. Cabe salientar que a liberdade de bem-estar faz parte da liberdade de *agency* e são aspectos que não são independentes um do outro. A *agency* de um indivíduo pode influenciar o seu bem-estar, ao passo que a sensação de bem-estar também pode favorecer que uma pessoa aja em prol de seus objetivos (Sen, 1985).

O bem-estar subjetivo se refere ao modo como os indivíduos percebem e avaliam os aspectos positivos em suas vidas. Os aspectos emocionais envolvem sentimentos e experiências positivas em relação às suas vivências, ainda que se considere poucos aspectos negativos ou desagradáveis. O pensamento consciente se relaciona com a percepção do indivíduo sobre aquilo que proporciona satisfação e gratificação à sua vida. Assim, o bem-estar subjetivo indica o quanto um indivíduo sente e acredita que sua vida está indo bem, indicando sua avaliação sobre sua vida quanto a aspectos cognitivos e sentimentais (Diener, 2012; Diener, & Tov, 2011). O sentimento de bem-estar pode potencializar emoções positivas e diminuir sintomas de ansiedade ou depressão (Taylor, Lyubomirsky, & Stein, 2017).

Sexo, Gênero e a Influência na Agency e Comunalidade – Cluster 3

A teorização quanto à influência de traços agênticos e comunais relacionados ao gênero e sexo se baseia na ideia de representação de papéis sociais e estereótipos de homens e mulheres. Ainda que sejam traços

interrelacionados, os traços agênticos são associados ao masculino, enquanto os traços de comunalidade são ligados ao feminino. Nessa diferenciação são observados aspectos funcionais, visto que o investimento parental acaba sendo “embutido” nas mulheres (gestação, amamentação), enquanto para os homens parece ser mais importante que assumam uma postura de agente ao estabelecer uma relação conjugal e parental. No âmbito organizacional, o autoconceito de ser um sujeito agente é um traço importante e que gera impactos no sucesso de uma carreira, sendo *agency* e sucesso elementos que se influenciam de maneira recíproca, ainda que não esteja relacionada com o sexo biológico (Abele, 2003).

O traço agente evoca a ideia de determinação, atividade, profissionalismo, competência, individualidade, ambição, dominância, obtenção de metas, funcionamento intelectual e relaciona-se com a busca de si mesmo. A comunalidade é estabelecida mediante a consideração aos outros, associada ao coletivismo, moralidade, cooperação, cordialidade, confiabilidade, interdependência, funcionamento social, papel familiar exercido e investimento parental (Abele, 2003; Abele & Wojciszke, 2007). Os traços de comunalidade são indispensáveis para a sobrevivência de indivíduos e grupos sociais. A *agency* é central especialmente nos casos em que há foco em um objetivo individual (Abele & Wojciszke, 2007; Wojciszke & Abele, 2008).

Elementos como a realização de metas e execução de tarefas com foco na competência, assertividade e determinação também se relacionam com a capacidade de *agency*, em que se observa um aumento no controle pessoal, no afeto positivo e na autoestima. Isso gera um efeito inverso na posição de receptor da “ação” de um agente, com diminuição no afeto positivo e autoestima e aumento da vulnerabilidade e da percepção de obstáculos como ameaça e não como desafio. Nesse processo, a manutenção de relacionamentos e primazia do funcionamento social, com benevolência, confiabilidade e moralidade estão associados à comunalidade (Abele & Wojciszke, 2014). Os principais teóricos associados a essa perspectiva são Abele, A. E. e Wojciszke, B., Bakan, D., Côté, J. E. e Eagly, A. H. Destaca-se que Bakan (1966) é uma das referências mais antigas dentre as 10 mais citadas pelo *corpus* de pesquisa selecionado.

Agency e a Noção de Curso de Vida – Cluster 4

A perspectiva de *agency* associada ao curso de vida enfatiza o impacto das forças sociais e suas

consequências na vida das pessoas. Quatro conceitos são fundamentais para o entendimento desse paradigma: a ideia de interação das vidas humanas e períodos históricos, o tempo das vidas, vidas conectadas e a agência humana na tomada de decisões. Tais elementos são considerados como fundamentais para a compreensão das escolhas e mudanças de direção no curso de vida das pessoas e fatores que influenciam esse processo (Elder, 1994, 1998).

A noção de interação das vidas humanas e períodos históricos considera as mudanças sociais a que os indivíduos estão submetidos a depender do seu ano de nascimento, visto que eventos históricos e econômicos influenciam a sociedade em que a pessoa está imersa e, conseqüentemente, em sua vida, observadas as possibilidades e restrições que são impostas pelo meio. Ao considerar a ideia de tempo de vida, emergem os elementos associados à idade e momentos de transição da vida humana. Alguns desses eventos são esperados em determinados momentos com base em expectativas e convenções sociais - como o casamento e a gravidez, por exemplo, que são momentos de transição que não são esperados durante a adolescência, a depender do momento histórico e contexto social (Elder, 1994, 1998).

O princípio associado a essa linha teórica se baseia na ideia de vidas conectadas, caracterizado pela interdependência das relações sociais com parentes e amigos, com ênfase no processo de socialização. A intergeracionalidade dessas relações também é considerada, tendo em vista os impactos de escolhas pessoais e acontecimentos para além da própria trajetória, com consequências na vida de outras pessoas e gerações. A *agency* e a influência do contexto social são aspectos importantes nos estudos sobre curso de vida (Elder, 1994, 1998), assim como a percepção de eficácia frente a desafios e adversidades (Elder et al., 1995).

A centralidade da influência do padrão social e forças históricas é percebido no modo como as pessoas pensam, sentem e se comportam, moldando trajetórias e o desenvolvimento. A *agency* influencia a capacidade de escolha do caminho a seguir e na adaptação às situações, ainda que se considere o cenário social, momento histórico e possibilidades disponíveis, marcando o envolvimento ativo na “construção de um novo curso de vida” (Elder, 1998, p. 4). Trata-se de um processo de engajamento social associado ao período histórico e temporal, em que se consideram as influências do passado, mas com orientação para o futuro e as possibilidades, assim como é direcionado ao presente

ao contextualizar esses elementos do passado e futuro considerando as contingências situacionais (Emirbayer & Mische, 1998). Elder, G. H., Emirbayer, M., Giddens, A. e Pearlin, L. I. são os autores desse *cluster*.

Agency e Cognição – Cluster 5

A vertente teórica que aborda a sensação de *agency* associada aos processos cognitivos e execução de ações e movimentos tem amplo desenvolvimento da literatura. Apesar de essa revisão enfocar na *agency* como capacidade de fazer escolhas e atingir objetivos, esta perspectiva teórica também foi identificada no *corpus* de pesquisa selecionado. Bandura (2001) já apontava a possibilidade de investigação da *agency* em perspectivas micro ou macroanalíticas, sendo que a integração de ambas é o ideal para a investigação do fenômeno. No caso da percepção da *agency* como elemento cognitivo, o entendimento do fenômeno é realizado com enfoque nos processos individuais dos sujeitos e é observado nos estudos de Haggard, P., Moore, J. W., Dimaggio, G., Lysaker, P. H. e Betz, N. E.

A partir dessa perspectiva, a *agency* diz respeito à experiência de controlar as próprias ações. Trata-se da sensação de consciência de movimentos voluntários e suas consequências sensoriais (Haggard, Clark, & Kalogeras, 2002; Haggard & Tsakiris, 2009). A capacidade de predizer e monitorar as consequências dos comandos motores do corpo desenvolve um sentimento de controle da própria vida e dos eventos do mundo externo. O principal efeito dessa sensação de consciência corporal é o entendimento de “eu fiz isso”, juntamente com a respectiva consequência do ato motor. Em situações de ordem judicial, em que há necessidade de atribuição da responsabilidade por uma ação, é importante considerar os processos mentais e de consciência da ação por parte do indivíduo envolvido (Haggard & Tsakiris, 2009).

Nos estudos de Dimaggio et al. (2002) e Dimaggio et al. (2008) é possível observar uma vertente clínica dos estudos de *agency* associada à cognição, metacognição, estados mentais e relações interpessoais, em que os autores observam o fenômeno em casos de transtornos mentais - com foco em transtornos narcisistas - e as implicações para a liberdade dos sujeitos.

Agency e Moralidade – Cluster 6

Conceitualizações de *agency* relacionadas à moralidade são observadas nos estudos de Arendt, H., Bauman, Z. e Connolly, W. Em discussões sobre

moralidade a partir do julgamento do nazista Eichmann em Jerusalém, Arendt (1971) discute sobre a banalidade do mal, com adoção de ações imorais em função da incapacidade de pensar sobre seu comportamento, com aceite de regras impostas sem a devida deliberação. Em um debate sobre moralidade com base em Foucault, Connolly (1993) aponta a responsabilidade de *agency* nas escolhas pessoais.

A condição humana relacionada à autonomia e democracia é discutida por Bauman (2000), que aponta para a necessidade de poder deliberar livremente sobre a própria maneira de ser humano, considerando as individualidades. O fator geracional também é apontado como influenciador do modo como as pessoas consideram a condição humana (Bauman, 2017). Nesse *cluster* a *agency* é discutida de modo mais amplo, pois não é abordada de modo específico nos artigos analisados, mas tem relação direta com as discussões dos autores, especialmente no tocante a aspectos éticos e morais, configurando-se como temas correlacionados.

Agency, Aprendizagem e Processos Metacognitivos – Cluster 7

A última categoria analisada quanto as teorizações sobre *agency* refere-se aos estudos de Schunk, D. H., Pajares, F. e Betz, N. E. Trata-se de uma linha de investigação associada à perspectiva banduriana, especialmente a partir do conceito de autoeficácia. No entanto, há um maior enfoque nos processos de metacognição, autorregulação e aprendizagem autorregulada, especialmente em pesquisas sobre motivação, desempenho acadêmico e carreira. Ao considerar a conceitualização de Bandura (1977) sobre autoeficácia, Betz (1987) a compreende como a tendência em responder de maneira proativa às situações relacionadas a oportunidades educacionais e de carreira. Pajares (1997) explica que o conceito se trata da capacidade de produzir resultados e desempenho, mais específicos a tarefas e situações contextuais referentes a um objetivo. Conclui-se, então, que a *agency* é observada em aspectos mais amplos da vida dos sujeitos, em que é observada em diversos contextos de maneira mais generalizada, enquanto a autoeficácia é voltada para atividades, tarefas e objetivos mais específicos e contextuais.

A *agency* se relaciona com os comportamentos proativos, em indivíduos que agem em prol dos objetivos e que criam e agem de maneira efetiva quando surgem oportunidades. A percepção da autoeficácia como baixa pode levar à evasão, enquanto uma visão

mais positiva tende a ser relacionada com comportamentos mais engajados com a busca de sucesso e, por isso, exerce importante influência no desenvolvimento educacional e de carreira (Betz, 1987).

Como principal fonte de crenças de autoeficácia observa-se a experiência de domínio, que decorre da avaliação e interpretação do desempenho das ações intencionais do indivíduo. A percepção de autoeficácia nas atividades acadêmicas atua como importante influenciador da motivação, autorregulação e desempenho (Pajares, 1997; Pajares & Graham, 1999). Assim, a autoeficácia atua em conjunto com outros mecanismos da *agency* na influência e previsibilidade de resultados acadêmicos (Pajares & Graham, 1999). Recomenda-se avanços nas pesquisas sobre metacognição, autorregulação e autorregulação da aprendizagem, já que lacunas são observadas quanto à influência desses fenômenos no desenvolvimento e desempenho acadêmico, o que gera implicações para políticas e práticas educacionais (Schunk, 2008).

Linhas de Pesquisa e Definições de Agency

As categorias analisadas acerca dos estudos de *agency* nomeadas de *clusters* indicaram diferentes perspectivas para estudo do tema. Ainda que o *Cluster 1*, que contempla a perspectiva banduriana, tenha mais força de relações e volume de documentos e autores incluídos, os demais *clusters* também indicam possuir teorizações consolidadas sobre a temática, estabelecendo relações entre si. Ao considerar as diferentes abordagens de *agency* nos sete *clusters*, observou-se três categorias a partir do desenvolvimento teórico proposto pelos autores: a) *clusters* que enfocam no desenvolvimento conceitual do construto, em que inclui-se: *Cluster 1* (causação recíproca triádica), *Cluster 3* (*agency* e comunalidade), *Cluster 5* (processos cognitivos e movimentos voluntários) e *Cluster 6* (processos metacognitivos); b) *clusters* em que são evidenciados aspectos contextuais em que a capacidade de *agency* exerce influência, em que inclui-se: *Cluster 3* (sexo, *agency* e papéis sociais), *Cluster 4* (curso de vida) e *Cluster 7* (motivação, desempenho acadêmico e carreira) e; c) *clusters* abordam conceitos relacionados à *agency*, em que estão: *Cluster 2* (*agency* e bem-estar) e *Cluster 6* (*agency* e moralidade).

Os *clusters* que se dedicam mais fortemente ao desenvolvimento conceitual de *agency* dão enfoques distintos ao construto. Um elemento em comum é observado que nos *Clusters 1, 5 e 6*: a relevância dos aspectos

cognitivos para o entendimento da *agency*, mesmo ao considerar diferentes elementos influenciando esse processo. No tocante aos *clusters* que abordam pesquisas sobre *agency* sob um aspecto contextual, fica evidenciada a influência dessa capacidade em múltiplas facetas da vida das pessoas, que vai desde aspectos estruturais relacionados a papéis sociais de acordo com o sexo e gênero até a questões voltadas à vida profissional. Quanto aos dois *clusters* que focam em discussões relacionais - *agency* e bem-estar e *agency* e moralidade-, fica evidenciada a afinidade do construto com tais temas, já que possibilita abarcar discussões filosóficas em termos mais abrangentes da vida humana.

A partir das discussões acerca dos principais autores e teóricos sobre *agency*, verificou-se distintas conceitualizações sobre o fenômeno, ainda que nem todas essas linhas de pesquisa apresentam definições claras do construto. Diferentes conceitualizações sobre *agency* também são observadas na sociologia, especialmente nas propostas de Weber, Giddens e Latour discutidas por Hubner (2022), as quais são marcadas pela heterogeneidade, especialmente pela complexidade atrelada ao construto e suas implicações.

Os aspectos cognitivos e sociais aparecem em ênfase em descrições decorrentes de diferentes teorias. Mesmo com diferentes entendimentos teóricos, tais distinções se dão mais em função de qual aspecto aparece em evidência, o que não configura uma situação de divergência entre as perspectivas. A partir dos resultados observa-se que uma conceitualização de *agency* que não considere a intencionalidade, premeditação, autorreatividade, autorreflexão, autoeficácia e autorregulação ou *locus* de controle interno como fatores referentes ao construto parece estar incompleto, visto que demonstram ser essenciais para compreensão do fenômeno.

Considerações finais

Este estudo pretendeu analisar as perspectivas teórico-metodológicas sobre *agency*, considerando a produção do conhecimento sistematizada na literatura consultada. Sinteticamente foi possível descobrir alguns aspectos essenciais: (a) o modelo de causalidade recíproca triádica, adotado por Bandura e seus seguidores, é uma das principais perspectivas teóricas referidas nos estudos sobre *agency*, em diferentes contextos, com ênfase na relação intrínseca entre motivação para a ação, fatores pessoais e fatores ambientais; (b) um dos principais consensos sobre o conceito de *agency* é referi-lo

como capacidade de um indivíduo ou grupo de tomar ações conscientes e intencionais que têm um impacto no mundo ao seu redor; e (c) a disseminação dos estudos sobre *agency* em diferentes disciplinas, tais como psicologia, sociologia, antropologia, filosofia e estudos educacionais e organizacionais, possibilitou relacionar o fenômeno *agency* com aprendizagem, desempenho, papéis e estereótipos sociais, gênero, condições de saúde e trabalho, processos cognitivos, metacognitivos e decisões no curso da vida.

Foi observada a necessidade de uma compreensão mais aprofundada das complexas interações entre diferentes níveis e limites do *agency*, tendo em vista os determinantes sociais, políticos e econômicos, assim como uma melhor interlocução entre propostas metodológicas centradas no individualismo e na ação coletiva, frente à necessidade de compreender escolhas e decisões centradas em fatores pessoais, interações em redes e estruturas sociais. Além dessas lacunas, identificadas neste estudo, é relevante apontar uma ampla gama de conceitos que são utilizados, ora para definir a capacidade de *agency* - descrita em termos de autoeficácia, autorregulação, aprendizagem autorregulada, desempenho motivado, ora para se referir a fatores do *agency*, - intencionalidade, premeditação, autorreatividade, autorreflexão, autorregulação ou *locus* de controle interno, o que colabora para a percepção de um construto ainda em desenvolvimento. Por fim, foi importante detectar que os estudos do *agency* enfatizam mais o seu desenvolvimento teórico, em detrimento de investigações empíricas e tratamentos psicométricos e analíticos, o que restringe a análise de suas propriedades intrínsecas e suas relações com outros construtos, tais como personalidade, comportamento seguro, resiliência individual e grupal, liderança, adesão a tratamentos, empoderamento pessoal e profissional. Esses aspectos podem servir de indicações para pesquisas sobre *agency*.

Dentre as limitações do estudo é importante mencionar as próprias restrições dos softwares utilizados, que também podem gerar vieses de importação do banco de dados e sobreposição de informações salientes. É importante mencionar, também, que não foram incluídas, nesta revisão, documentos da literatura cinzenta (livros, trabalhos não publicados e documentos em formatos que não de artigos) na análise teórica dos dados. Ainda que sejam importantes fontes de informação sobre o tema, não foi possível inseri-los nas análises devido à extensão das obras, risco de viés da discussão e simplificação da teoria.

Referências

- Abele, A. E. (2003). The dynamics of masculine-agentic and feminine-communal traits: Findings from a prospective study. *Journal of Personality and Social Psychology, 85*(4), 768-776. doi: 10.1037/0022-3514.85.4.768
- Abele, A. E., & Wojciszke, B. (2007). Agency and communion from the perspective of self versus others. *Journal of Personality and Social Psychology, 93*(5), 751-763. doi: 10.1037/0022-3514.93.5.751
- Abele, A. E., & Wojciszke, B. (2014). Communal and agentic content in social cognition. *Advances in Experimental Social Psychology, 50*, 195-255. doi: 10.1016/b978-0-12-800284-1.00004-7
- Alkire, S. (2005). Subjective Quantitative studies of human agency. *Social Indicators Research, 74*, 217-260. doi: 10.1007/s11205-005-6525-0
- Arendt, H. (1971). Thinking and moral considerations: A lecture. *Social Research, 38*(3), 417-446. Recuperado de <https://jonudell.net/h/arendt.pdf>
- Bakan, D. (1966). *The duality of human existence: An essay on psychology and religion*. Rand McNally.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review, 84*(2), 191. doi: 10.1037/0033-295X.84.2.191
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Nova Jersey, USA: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1989). Human agency in social cognitive theory. *American Psychologist, 44*(9), 1175. doi: 10.1037/0003-066X.44.9.1175
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. Nova Iorque: Freeman.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology, 52*(1), 1-26. doi: 10.1146/annurev.psych.52.1.1
- Bandura, A. (2006). Toward a psychology of human agency. *Perspectives on Psychological Science, 1*(2), 164-180. doi: 10.1111/j.1745-6916.2006.00011.x
- Bandura, A. (2018). Toward a psychology of human agency: Pathways and reflections. *Perspectives on Psychological Science, 13*(2), 130-136. doi: 10.1177/1745691617699280
- Bauman, Z. (2000). Sociological enlightenment - for whom, about what? *Theory, Culture & Society, 17*(2), 71-82. doi: 10.1177/02632760022051112
- Bauman, Z. (2017, Janeiro). On the outcast generation. *European Economic and Social Committee*. Recuperado de https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/resources/docs/16_658-europeiii-jan17-a4.pdf
- Betz, N. E., & Hackett, G. (1987). Concept of agency in educational and career development. *Journal of Counseling Psychology, 34*(3), 299-308. doi: 10.1037/0022-0167.34.3.299
- Cauce, A. M., & Gordon, E. W. (2012). *Toward the measurement of human agency and the disposition to express it*. The Gordon commission on the future of educational assessment. Princeton, NJ: Educational Testing Service. Recuperado de https://www.ets.org/Media/Research/pdf/cauce_gordon_measurement_human_agency.pdf
- Connolly, W. E. (1993). Beyond good and evil: The ethical sensibility of Michel Foucault. *Political Theory, 21*(3), 365-389. doi: 10.1177/0090591793021003002
- Diener, E. (2012). New findings and future directions for subjective well-being research. *American Psychologist, 67*(8), 590. doi: 10.1037/a0029541
- Diener, E., & Tov, W. (2011). National accounts of well-being. In K. C. Land, A. C. Michalos, & M. J. Sirgy (Orgs.), *Handbook of social indicators and quality of life research* (pp. 137-157). Nova Iorque, NY: Springer. doi: 10.1007/978-94-007-2421-1_7
- Dimaggio, G., Nicolò, G., Fiore, D., Centenero, E., Semerari, A., Carcione, A., & Pedone, R. (2008). States of minds in narcissistic personality disorder: Three psychotherapies analyzed using the grid of problematic states. *Psychotherapy Research, 18*(4), 466-480. doi: 10.1080/10503300701881877
- Dimaggio, G., Semerari, A., Falcone, M., Nicolò, G., Carcione, A., & Procacci, M. (2002). Metacognition, states of mind, cognitive biases, and interpersonal cycles: Proposal for an integrated narcissism model. *Journal of Psychotherapy Integration, 12*(4), 421-451. doi: 10.1037/1053-0479.12.4.421
- Doolen, J. (2017). Meta-Analysis, systematic, and integrative reviews: an overview. *Clinical Simulation in Nursing, 13*(1), 28-30. doi: 10.1016/j.ecns.2016.10.003
- Elder, G. H. Jr. (1994). Time, human agency, and social change: Perspectives on the life course. *Social Psychology Quarterly, 57*(1), 4. doi: 10.2307/2786971
- Elder, G. H. Jr. (1998). The life course as developmental theory. *Child Development, 69*(1), 1-12. doi: 10.1111/j.1467-8624.1998.tb06128.x
- Elder, G. H. Jr., Eccles, J. S., Ardel, M., & Lord, S. (1995). Inner-city parents under economic pressure: Perspectives on the strategies of parenting. *Journal of Marriage and the Family, 57*(3), 771. doi: 10.2307/353931
- Emirbayer, M., & Mische, A. (1998). What is agency?. *American Journal of Sociology, 103*(4), 962-1023. doi: 10.1086/231294
- Grácio, M. C. C. (2016). Acoplamento bibliográfico e análise de cocitação: revisão teórico-conceitual. *Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação, 21*(47), 82-99. doi: 10.5007/1518-2924.2016v21n47p82
- Haggard, P., Clark, S., & Kalogeras, J. (2002). Voluntary action and conscious awareness. *Nature Neuroscience, 5*(4), 382-385. doi: 10.1038/nn827
- Haggard, P., & Tsakiris, M. (2009). The experience of agency: Feelings, judgments, and responsibility. *Current Directions in Psychological Science, 18*(4), 242-246. doi: 10.1111/j.1467-8721.2009.01644.x
- Hubner, A. (2022). Agência na sociologia: os diferentes usos do conceito de agência em Weber, Giddens e Latour. *Caderno Eletrônico de Ciências Sociais, 9*(2), 86-103. doi: 10.47456/cadecs.v9i2.38407
- Kabeer, N. (1999). Resources, agency, achievements: Reflections on the measurement of women's empowerment. *Development and Change, 30*(3), 435-464. doi: 10.1111/1467-7660.00125
- Landes, S. D., & Settersten, R. A. Jr. (2019). The inseparability of human agency and linked lives. *Advances in Life Course Research, 42*, 100306. doi: 10.1016/j.alcr.2019.100306
- Moher, D., Shamseer, L., Clarke, M., Ghersi, D., Liberati, A., Petticrew, M., ... Stewart, L. A. (2015). Preferred reporting items for systematic review and meta-analysis protocols (PRISMA-P) 2015 statement. *Systematic Reviews, 4*(1), 1-9. doi: 10.1186/2046-4053-4-1
- Mokkink, L. B., Terwee, C. B., Patrick, D. L., Alonso, J., Stratford, P. W., Knol, D. L., de Vet, H. C. W. (2010). The COSMIN checklist for assessing the methodological quality of studies on measurement

- properties of health status measurement instruments: an international Delphi study. *Quality of Life Research*, 19(4), 539-549. doi: 10.1007/s11136-010-9606-8
- Pajares, F. (1997). Current directions in self-efficacy research. *Advances in Motivation and Achievement*, 10(149), 1-49. Recuperado de <https://www.dynaread.com/current-directions-in-self-efficacy-research>
- Pajares, F., & Graham, L. (1999). Self-efficacy, motivation constructs, and mathematics performance of entering middle school students. *Contemporary Educational Psychology*, 24(2), 124-139. doi: 10.1006/ceps.1998.0991
- Reynolds, A., & Placido, N. (2020). A comparison of free will, human agency, and the transtheoretical model. *Journal of Religion & Spirituality in Social Work: Social Thought*, 39(1), 62-72. doi: 10.1080/15426432.2019.1700869
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1-28. doi: 10.1037/h0092976
- Schunk, D. H. (2008). Metacognition, self-regulation, and self-regulated learning: Research recommendations. *Educational Psychology Review*, 20, 463-467. doi: 10.1007/s10648-008-9086-3
- Sen, A. (1985). Well-being, agency and freedom: The Dewey lectures 1984. *The Journal of Philosophy*, 82(4), 169-221. doi: 10.2307/2026184
- Taylor, C. T., Lyubomirsky, S., & Stein, M. B. (2017). Upregulating the positive affect system in anxiety and depression: Outcomes of a positive activity intervention. *Depression and Anxiety*, 34(3), 267-280. doi: 10.1002/da.22593
- Wojciszke, B., & Abele, A. E. (2008). The primacy of communion over agency and its reversals in evaluations. *European Journal of Social Psychology*, 38(7), 1139-1147. doi: 10.1002/ejsp.549
- Zupic, I., & Čater, T. (2014). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472. doi: 10.1177/1094428114562629

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES)

Maria Julia Pegoraro Gai, Mestre em Administração no Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Doutoranda em Psicologia no Programa de Pós-Graduação em Psicologia (PPGP) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Endereço para correspondência: Laboratório Fator Humano, Centro de Filosofia e Ciências Humanas - Sala 13ª, Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Campus Universitário, Trindade, Florianópolis/SC, CEP 88.040-970. Telefone: +55 (48) 3721-9904. Email: mariajuliagai@hotmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8481-1112>

João Nuno Ribeiro Viseu, Doutor em Psicologia pela Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade do Algarve (FCHS-UAIG), é Professor Auxiliar no Departamento de Psicologia da Escola de Ciências Sociais da Universidade de Évora (DPSI-UE) e Investigador no Centro de Investigação em Educação e Psicologia da Universidade de Évora (CIEP-UE). Email: joao.viseu@uevora.pt ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9817-7300>

Roberto Moraes Cruz, Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), é Professor no Departamento de Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e Líder do Laboratório Fator Humano (UFSC). Email: robertocruzdr@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8481-1112>

Fabíola Kaczam, Mestre em Engenharia de Produção pelo Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção (PPGEP) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Email: kaczamf@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0460-9927>

Recebido em 05.out.22
Revisado em 18.nov.22
Aceito em 23.dez.22