

GESTÃO DO CONHECIMENTO, CRIATIVIDADE E ÉTICA NO ACESSO E USO DA INFORMAÇÃO

Francisco Carlos Paletta
Departamento de Biblioteconomia e Documentação
Escola de Comunicações e Artes - Universidade de São Paulo
fcpaletta@usp.br

Brasilina Passarelli
Departamento de Biblioteconomia e Documentação
Escola de Comunicações e Artes - Universidade de São Paulo
Núcleo de Pesquisa das Novas Tecnologias de Comunicação Aplicadas a Educação
Escola do Futuro - USP
linapassarelli2@gmail.com

Alan César Belo Angeluci
Núcleo de Pesquisa das Novas Tecnologias de Comunicação Aplicadas a Educação
Escola do Futuro - USP
aangeluci@usp.br

Antonio Hélio Junqueira
Núcleo de Pesquisa das Novas Tecnologias de Comunicação Aplicadas a Educação
Escola do Futuro - USP
heliojunqueira@usp.br

RESUMO

Neste trabalho, enfocam-se aspectos de ética relacionada ao acesso e uso da informação. Discute-se a ética como característica inerente a toda ação humana e, por esta razão, um elemento vital na produção da realidade social a partir de uma nova abordagem das literacias emergentes. Destaca-se nessa abordagem a aplicação da ética no campo da criatividade e do uso das novas tecnologias na produção do conhecimento, bem como a literacia digital e a estruturação do ambiente computacional sob a ótica da produção e gestão do conhecimento. Ao final deste texto, espera-se oferecer uma contribuição no que tange à reflexão sobre os atores em rede, em que indivíduo e coletividade são mais eficientes quando há congruência entre os valores e as crenças a respeito de como o trabalho deve ser feito e as expectativas e exigências da organização em relação ao uso da informação na produção de novos conhecimentos.

Eixo Temático: Organização da Informação para a Gestão do Conhecimento

Palavra Chave: Gestão do Conhecimento, Acesso e Uso da Informação, Criatividade, Ética

KNOWLEDGE MANAGEMENT, ETHICS AND CREATIVITY IN ACCESS AND USE OF INFORMATION

ABSTRACT

In this work, ethical aspects related to access and use information are the focus. Ethics as inherent characteristic of all human action is discussed, and therefore, a vital element in the production of social reality from a new emerging literacies approach. Stands out in this approach the application of ethics in the field of creativity and the use of new technologies in the production of knowledge, as well as digital literacy and the structure of the computing environment from the perspective of production and knowledge management. At the end of this text, providing a contribution in relation to reflection on the actors-network is expected, in which individual and group are more efficient when there is the congruence between the values and beliefs about how work should be done and expectations and requirements of the organization in relation to the use of information in the production of new knowledge.

Thematic Axis: Information Organization to Knowledge Management

Keywords: Knowledge Management, Access and Use of Information, Creativity, Ethics

INTRODUÇÃO

Este trabalho tem por objetivo discutir os limites da ética no processo criativo em um momento em que as organizações alteram suas hierarquias e burocracias com objetivo de criar oportunidades para o pensamento e ação criativa como fator fundamental na busca por vantagem competitiva, eficiência operacional e sustentabilidade.

O desafio na gestão do conhecimento está em compreender que o espírito criativo precisa ser abastecido de informação e que *lampejos* intelectuais não aparecem do nada, sendo as ideias criativas resultado de um processo cognitivo complexo.

As literacias emergentes têm produzido uma “nova ética” que esta no centro do debate em um mundo cada vez mais digital. A criatividade vem se destacando como uma característica imprescindível para equipes e indivíduos envolvidos em processos de produção e gestão do conhecimento.

Propomos uma reflexão sobre a importância da discussão ética no processo de acesso e uso da informação, no campo da criatividade organizacional e seus impactos no sucesso profissional do indivíduo bem como no desempenho operacional e na imagem da organização seja ela pública ou privada. Para essa reflexão, são utilizados dois estudos: o *survey* realizado em 2012 pela Escola do Futuro – USP que trata de usos e apropriações de computadores, TV, games e celulares por crianças e jovens brasileiros (Passarelli & Junqueira, 2012), bem como do Programa ACESSA São Paulo, também gerido pelo Núcleo de Pesquisas das Novas Tecnologias de Comunicação Aplicada a Educação, Escola do Futuro Universidade de São Paulo.

Às organizações competem o desafio de entender o dilema ético em que o profissional é exposto diariamente quando submetido à pressão por resultado em um cenário global altamente competitivo. Ao mesmo tempo precisa estimular o profissional a entender que a criatividade consiste em mudar a perspectiva e ver as coisas sob um novo ângulo. É preciso levar o profissional à busca da informação capaz de produzir novos conhecimentos e gerar vantagem competitiva bem com refletir sobre os limites da ética no processo criativo e na busca pelo desempenho e sucesso profissional.

A linha que separa a criatividade e os limites éticos é muito tênue e a busca por resultados a qualquer preço pode ser um fator decisivo para romper este limite. Somente a ética e a moral podem estabelecer parâmetros de controle, evitando que se possa tomar um caminho sem volta ao fracasso pessoal e organizacional (Ferrell, 2001).

Ética – como introduzi-la no processo criativo? Esperamos que este trabalho possa contribuir para uma reflexão sobre os seus limites e como os atores em rede poderão contribuir neste cenário onde somos usuários e consumidores da informação.

ATORES EM REDE, ÉTICA E AS RELAÇÕES DE ACESSO E USO DA INFORMAÇÃO

O desenvolvimento da ciência e tecnologia, para o qual a criatividade e a inovação têm de estar necessariamente presentes, é suportado por três premissas fundamentais: a primeira delas se deve à inteligência humana e ao incentivo a sua potencialidade; a segunda pode ser localizada na mobilização das pessoas e instituições em torno de objetivos, de bandeiras, de metas geradoras de algum benefício estratégico ou social; a terceira refere-se ao esforço da sociedade, canalizando recursos adequados para a área científica e tecnológica. É somente por meio da concretização dessas três premissas que as organizações conseguirão vencer os grandes desafios do século XXI (Matos, 2005).

Não podemos considerar que organizações são apenas entidades jurídicas. Organizações são formadas por pessoas e só existem por causa delas. Por trás de qualquer decisão, de qualquer acerto, erro ou imprudência estão os indivíduos, produtores e usuários da informação. E são eles que vão viver o sucesso ou fracasso da organização. Por isso, quando falamos de organização ética, estamos falando de pessoas éticas. Uma política interna mal definida por um colaborador de qualquer nível pode atingir em cheio dois dos maiores patrimônios de uma instituição: a marca e a imagem (Srour, 1998).

A alta permeabilidade das tecnologias de informação e comunicação (TIC) permite, para além da onipotência da cadeia de distribuição e da audiência de cerca de 3 bilhões de pessoas no mundo, diferentes perspectivas de enfoque sobre a sociedade conectada e seus atores em rede. Tratadas como agentes transformadores, as plataformas culturais acolhem conceitos como: hipertexto, multimídia, cibercultura, interatividade,

wikis, blogs, personas, jogos em rede, comunidades virtuais de aprendizagem, redes sociais e folksonomias (reputação em rede) (Passarelli & Junqueira, 2012).

Assim, a reboque da sociedade contemporânea em rede, emergem novas lógicas, novas semânticas, novas literacias, novos modelos de negócios e novas práticas que ultrapassam as dualidades emissor-receptor da comunicação de massa do século passado, relocando a atenção dos teóricos da comunicação, das instituições de ensino e pesquisa e das empresas da chamada “nova economia” para a reciprocidade das ações comunicacionais onde os usuários da modernidade agora, na contemporaneidade, são denominados prosumers (produtor+consumidor) com a consequente redefinição dos papéis destes atores em rede (Passarelli & Junqueira, 2012).

Com o nascimento da sociedade burguesa, assistiu-se ao aparecimento de doutrinas éticas progressistas, antifeudais, criadas pela jovem burguesia que censura a moral ascética da idade Média e proclama o "egoísmo racional" segundo o qual, a conduta do homem deve depender não da religião, porém dos interesses pessoais bem compreendidos. Os materialistas russos do século XIX eram os promotores de uma moral que tinha por princípio o bem do povo. Eles também não podiam compreender, porém, o papel histórico do proletariado e não puderam, por esta razão, produzir uma ética científica. Esta foi obra do marxismo, o primeiro que descobriu as leis objetivas que determinam o desenvolvimento da moral e seu papel na luta de classes (Rosental, 1959).

A Internet tem modificado o comportamento humano, incentivando a paixão pelo conhecimento, educação e cultura. A sociedade contemporânea valoriza comportamentos que em algumas vezes podem excluir qualquer possibilidade de cultivo de relações éticas.

De acordo com Turkle (2011) a tecnologia está mudando a forma com que as pessoas se relacionam umas com as outras e constroem suas vidas internas. Enquanto mais e mais pessoas estão projetando qualidades humanas para os robôs, esperamos cada vez menos e menos de nossos encontros conforme são mediados pela Net. Ao invés de amigos reais, nós fazemos de amigos, estranhos no Facebook. Ao invés de falar pessoalmente nós enviamos textos e tweets. O uso político da internet – como manifestado nas revoltas democráticas no Egito e em outros países do Oriente Médio – tem menor grau de importância quando comparado com seus efeitos psicológicos.

As novas tecnologias – incluindo mensagens de e-mail, posts do Facebook, Skype e outros – tem feito da conveniência e controle uma prioridade enquanto diminuem as expectativas que temos de outros seres humanos.

É fácil verificar que o desejo obsessivo na obtenção, posse e consumo da maior quantidade possível de bens materiais é o valor central na nova ordem estabelecida no mundo e que o prestígio social é concedido para quem consegue esses bens. Esse desejo se tornou mais voluptuoso e de acesso mais fácil depois da ascensão do comércio eletrônico na Internet. O sucesso material passou a ser sinônimo de sucesso social e o êxito pessoal deve ser adquirido a qualquer custo. Prevalece o desprezo ao tradicional, o culto à massificação que não ameaçam e que permitem a manipulação fácil das pessoas.

Um dos campos mais carentes, no que diz respeito à aplicação da ética, é o das novas tecnologias e nisso inclui-se a Internet. Não existe uma legislação prevendo condutas ou regras, com isso fica muito perto o limite da ética no acesso e uso da informação, ingredientes fundamentais para a produção do conhecimento. Uma das principais e mais evidentes realidades da Internet é o individualismo extremo, esse fator quando associado à falta de ética pessoal pode gerar prejuízos incalculáveis à imagem e reputação dos atores em rede.

No Brasil, tramita no Congresso Nacional o Projeto de Lei 2126/2011, o Marco Civil da Internet, estabelece direitos e deveres para uso da Internet e esta baseado em três pilares: a neutralidade da rede - direito do internauta de acessar diferentes conteúdos -, a proteção aos dados dos usuários – que proíbe a comercialização de dados de navegação dos internautas sem autorização -, e a liberdade de expressão – que garante a não restrição à informação na rede.

Um fato que ilustra a fragilidade da rede ocorreu em abril de 2011, quando jogadores do mundo todo quase tiveram um ataque de nervos ao saber que a PlayStation Network, serviço da Sony que fornece conteúdo digital e partidas multiplayer, estava fora do ar. Porém, a frustração se transformou em empolgação quando grupos de hackativismo assumiram a autoria do ataque que levou a rede a ficar offline. A operação foi motivada pelo processo que a Sony moveu contra o jovem George Hotz (Geohot), responsável pelo desbloqueio do Playstation 3. Na ocasião, 77 milhões de pessoas ficaram sem acesso ao serviço da empresa. Além disso, os dados de mais de 24 milhões de contas

foram roubados, contendo informações valiosas e que não estavam protegidas por criptografia, como números de cartões de crédito, senhas e histórico de compras. O prejuízo para a Sony foi de US\$ 24 bilhões.

Esse quadro nos remete diretamente à questão da produção do conhecimento e da formação de recursos humanos, pois é a pessoa a base de qualquer tentativa de iniciar o resgate da ética nas organizações e nas relações de trabalho, acesso e uso da informação. É importante entender que o conceito de que estender benefícios à sociedade é um meio concreto de abraçar a ética e criar uma boa imagem para a organização. Ser ético demanda gerenciar e usar a informação de forma eficiente, divulgar declarações precisas definindo as regras e criar procedimentos de verificação para assegurar que todos na organização as estão cumprindo.

Os setores mais promissores do desenvolvimento são justamente os que impõem as organizações os desafios de aprender a pensar em longo prazo e investir em criatividade e inovação. Ao acessar e usar informações para fundamentar decisões, as organizações legitimam seus atos de gestão e contribuem para sua permanência ao longo do tempo. O paradoxo moral do sistema capitalista pode ser superado com o argumento central aqui desenvolvido: a intervenção política dos interesses em choque força os indivíduos a serem socialmente responsáveis.

As organizações exigem, hoje, a aplicação dos mais elevados valores éticos à conduta de seus dirigentes e colaboradores. No entanto, quais são exatamente os valores e padrões éticos que se espera das pessoas? Por que essa questão se tornou tão importante?

Que papel desempenha nesse quadro a ambição, que pode tanto induzir alguns líderes a colocar a organização em risco como ajudar a produzir crescimento sustentável?

Em uma sociedade em rede, nada disso será possível, todavia, sem uma sociedade civil ampla e articulada, engajada de forma molecular em processos de fiscalização e de defesa dos cidadãos, contribuintes, consumidores, usuários e públicos em geral. Ou seja, coletividades totalitárias ou autoritárias não autorizam tal mediação. Sem mecanismos democráticos de controle, liderados por organizações voluntárias, não há como morais orientadas para o bem da maioria prevalecer.

A ética está amplamente constituída de regras de sobrevivência, regras de comportamento associadas à profissão, regras de relacionamento que possibilitem harmonia na convivência social e assim por diante.

Ética gera questões extremamente delicadas e, na maioria das vezes, de foro íntimo. Não existe uma receita universal, pronta e completamente eficaz para resolvê-las. A decisão sempre varia de pessoa para pessoa, de consciência para consciência, cada um tem os seus limites, impostos por suas crenças e pelas leis, e deve segui-los. (Srouf, 1998).

As atitudes devem ser rápidas e certas, mas sempre seguindo estratégias globais; estas, sim, capazes de diferenciar as organizações e garantir resultados consistentes no que diz respeito à sobrevivência. Os sistemas formais da organização correspondem aos métodos, às políticas e aos procedimentos que claramente identifica qual o negócio, quando, como, onde e por que ele se realiza. Quando os sistemas formais contêm um direcionamento ético claro, os colaboradores têm uma compreensão correta das expectativas e exigências. Quando esses sistemas não são claros ou quando a mensagem ética varia entre os sistemas, os indivíduos buscam outro ponto de referência para uma orientação definitiva, uma dimensão tipicamente de liderança. A mensagem é que não existe um padrão ético. Isso deixa os indivíduos totalmente dependentes de seus valores pessoais e do comportamento observável dos outros (Hitt, 1990).

A inteligência, conforme Kahaner (1996), é um imperativo devido a fatores como velocidade dos resultados, a sobrecarga de informações, o crescimento global do processo competitivo com o surgimento de novos participantes, a concorrência cada vez mais agressiva, as rápidas mudanças tecnológicas impostas pela sociedade em rede. É fundamental criar relacionamentos éticos no mundo virtual para poder sobreviver e, obviamente, obter vantagem competitiva.

A Internet é provavelmente a mais sofisticada tecnologia de informação e comunicação atualmente disponível para a sociedade, em função da sua forma de organização e de seus impactos nas esferas tecnológicas, social, econômica e política. Ela é também a infraestrutura necessária para uma de suas maiores e mais conhecida aplicação: a Web, grande responsável pela popularização da Internet, a ponto de hoje ser confundida com esta. As constantes mudanças nas formas de organização tradicional da informação presentes em ambientes informacionais digitais são reflexos da incorporação das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), como no caso das bibliotecas e repositórios digitais, que armazenam, preservam, disseminam e permitem o acesso a produção intelectual, visando contribuir para o aumento da visibilidade e do valor da

instituição ao agregar recursos que possibilitam o processo de construção do conhecimento, a partir da participação colaborativa aplicada em diferentes ambientes.

Segundo Passarelli (2008) um novo mundo despontou no final do século XX, na coincidência histórica de três processos independentes: a revolução da tecnologia da informação; crise econômica do capitalismo e do estatismo e a consequente reestruturação de ambos; e apogeu de movimentos sociais e culturais, tais como: libertarismo, direitos humanos, feminismo e ambientalismo. A interação entre esses processos e as reações por eles desencadeadas fizeram surgir uma nova estrutura social dominante – a sociedade em rede; uma nova economia – a economia informacional; e uma nova cultura – a cultura da virtualidade real. Com o modelo conceitual da Internet também surge neste mesmo período o foco no usuário, centrado na comunicação de todos com todos, instaurando uma rede de comunicação horizontal em oposição à hierarquia vertical que rege as relações humanas em ambientes outros que não a Internet.

A inovação tecnológica constitui uma ferramenta essencial para aumentar a produtividade e a competitividade das organizações, assim como para impulsionar o desenvolvimento econômico de regiões e países. Debater o potencial da tecnologia, da inovação e das novas mídias para um mundo melhor e a transformação desse potencial em ações é o principal objetivo da Cúpula Global do Bem Social, evento anual que começou em 2010, e tem apoio da ONU.

O desenvolvimento não deriva de um mero crescimento das atividades econômicas existentes, mas reside fundamentalmente em um processo qualitativo de transformação da estrutura produtiva no sentido de incorporar novos produtos e processos e agregar valor à produção por meio da intensificação do uso da informação e do conhecimento.

No novo contexto mundial definido pela globalização e pela mudança tecnológica, o conhecimento tornou-se na principal riqueza das nações, das empresas e das pessoas, podendo também vir a constituir o principal fator de desigualdade. A Sociedade da Informação é a pedra angular das Sociedades do Conhecimento. O conceito de “sociedade da informação”, está relacionado à ideia da “inovação tecnológica”, enquanto o conceito de “sociedades do conhecimento” inclui uma dimensão de transformação social, cultural, econômica, política e institucional, assim como uma perspectiva mais pluralista e de desenvolvimento.

O conceito de “sociedades do conhecimento” expressa a complexidade e o dinamismo das mudanças que estão ocorrendo. O conhecimento em questão não só é importante para o crescimento econômico, mas também para fortalecer e desenvolver todos os setores da sociedade (Estratégia de Lisboa, 2010).

Literacia Informacional têm constituído nos últimos cinco anos, novo campo de pesquisa que interessa à educação, à ciência da informação e às ciências cognitivas. O desafio está em, num primeiro momento, aprender a utilização básica dos recursos tecnológicos (literacia digital) e a seguir apropriar-se dos mesmos para gerar novos conhecimentos (literacia informacional). Entretanto esta apresentação reducionista de ambas as formas de literacia gestadas no bojo da sociedade em rede não dá conta de delinear as profundas rupturas imersas nas mesmas (Passarelli, 2008).

De acordo com Choo (2003), a construção do conhecimento é provocada por uma situação que revela lacunas no conhecimento atual de um indivíduo ou organização. Essas lacunas de conhecimento impedem a solução de um problema técnico ou de uma tarefa, a criação de um novo serviço, ou ainda a possibilidade de aproveitar uma oportunidade. Uma organização possui três tipos de conhecimento: o conhecimento tácito, contido na experiência de indivíduos e grupos; conhecimento explícito, codificado nas rotinas e procedimentos da organização; e o conhecimento cultural, expresso nas crenças, normas e pressupostos usados para dar valor e importância a novos conhecimentos e informações.

A comunicação em rede é uma comunicação de caráter global, portanto assente nas forças da globalização comunicacional, da mediação em rede, na qual tecnologias de massa interagem com tecnologias de comunicação interpessoal, dando origem a redes de mediação que suportam a coexistência de diferentes graus de interatividade. Ou seja, um modelo de comunicação que se estrutura em torno de duas tecnologias, as quais acessamos através de múltiplos suportes técnicos: a televisão, quando procuramos momentos de baixa interatividade, e a internet, quando procuramos alta interatividade (Cardoso, 2010).

Segundo Passarelli & Junqueira (2012), na sociedade em rede, a noção de literacia passa a referir-se também a capacidade de interagir e comunicar-se utilizando as TIC. Se num primeiro momento estava mais ligada ao estágio industrial do capitalismo, em que livros e jornais constituíam-se fundamentalmente como os artefatos físicos de transmissão do conhecimento, nos dias de hoje, possuir uma televisão, seguida de um computador

e/ou videogame – e mais recentemente - um celular, simboliza estar apto a desenvolver diferentes literacias, uma vez que estar conectado exige dos atores em rede não apenas leitura, mas também interpretação, pesquisa, navegação, além do conhecimento de diferentes linguagens multimídias.

CRIATIVIDADE E TECNOLOGIA NA PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO

A criatividade é o recurso mais fecundo com que o homem, desde sempre procura derrotar os seus inimigos atávicos: a fome, o cansaço, a ignorância, o medo, a feiúra, a solidão, a dor e a morte. Em cada esquina do planeta, em cada fase da sua evolução, a criatividade humana consegue atribuir uma forma ao caos, um significado às coisas (De Masi, 2003).

No futuro, a criatividade – em todas as áreas – será o ingrediente chave do êxito das organizações. Quando a tecnologia passar a ser um produto comum e habitual, e todos os concorrentes alcançarem o mesmo nível de idoneidade, só a criatividade poderá fazer a diferença. Neste cenário altamente competitivo, o crescimento pessoal e profissional passou a ser imperativo. A dimensão pessoal da criatividade considera aspectos como filosofia, temperamento, atitudes, hábitos e valores assim como o conhecimento e as habilidades. Desta forma, o conhecimento passa a ocupar papel relevante nas organizações e o profissional para obter sucesso na sua carreira precisa investir com afinco no resgate da sua capacidade criativa e inovadora, valorizando o livre fluxo de informação, compartilhando o aprendizado e desenvolvendo novas habilidades que lhe permitam lidar com os desafios próprios desse novo contexto.

Nos últimos trinta anos, poucos temas suscitaram tanta polêmica, interesse, especulação, descobertas surpreendentes, como a mente humana quanto às diferenças entre os dois hemisférios cerebrais. De Masi (2003) descreve o hemisfério direito do nosso cérebro como sendo a essência para a evolução do pensamento humano e chave para a sobrevivência de todos os traumas. Destaca que o hemisfério direito é a nossa salvação, a morada da criatividade e a sede de todas as grandes idéias. O esquerdo é o lado racional, consciente e totalmente humano.

A criatividade (do latim *creatio* = criação) é a capacidade de pensar produtivamente à revelia das regras, é criar coisas novas combinando de maneira inusitada o saber já disponível. A pesquisa científica da inteligência (do latim *intelligere*: entender, compreender, conhecer) só teve início no começo do século passado. Inúmeros conceitos foram formulados neste último século sem que alcançasse um consenso. Comum a todas as definições de inteligência, entretanto, é a capacidade de se orientar em meio a situações novas e desconhecidas.

Essa aptidão certamente foi um dos motores do homem ao longo de sua história. Aristóteles, depois de afirmar que todos têm, por natureza, o desejo de conhecer, diz no primeiro livro da *Metafísica* que, para escapar da ignorância, os primeiros filósofos entregaram-se à filosofia, buscando a ciência para compreender. “Aperceber-se de uma dificuldade e espantar-se é reconhecer sua própria ignorância”: a construção do saber passa exatamente pelo enfrentamento e pela tentativa de superação de aporias. Ainda que seja para sempre voltar a encontrá-las.

Segundo Vriens (2004) medimos e definimos a inteligência de modo diferente daquele de décadas atrás, incorporando a esse conceito áreas que já não tem muito a ver com os domínios cognitivos tradicionais do pensamento, da resolução de problemas e do saber. Outros tipos de inteligência – como a emocional e a social – são consideradas, e a habilidade de perceber emoções, necessidades e motivações em si mesmo e nos outros é também qualificada como inteligência. A criatividade, outra característica frequentemente associada à inteligência não é um dom dos deuses e apesar de restar muito a ser desvelada sobre o pensamento criativo, a ciência já traz boas notícias: a criatividade pode, sim, ser estimulada e treinada. Leva tempo, demanda paciência. Mas com um pouco de flexibilidade intelectual e cérebro alimentado de conhecimento, todos podemos exercitar o espírito criativo.

Um dos desafios da gestão do conhecimento esta em aprender a construir e administrar uma organização criativa e inovadora. Teremos que aprender a construir e administrar um grupo humano capaz de prover o novo, de transformar suas idéias em tecnologia, produtos e processos, capazes e desejosos de aceitar o novo sem romper com as barreiras da ética nos limites da criatividade. A ética deixou de se limitar ao terreno religioso e filosófico para se tornar também um assunto de interesse de toda a sociedade.

O futuro das organizações nunca esteve tão entrelaçado, e mesmo a ambição – sempre um desafio para o comportamento ético – pode ser transformada em força competitiva. Na ponta desse processo, estão as organizações visionárias, inovadoras e criativas: mais humanas, elas abrem horizontes para atuarem em redes e contribuem para aprimorar a ética em todas as interações. Em uma era de intensas mudanças e de crescente competição para uma sociedade em rede, onde usuários se transformam em produtores e consumidores de informação, é preciso descobrir novos caminhos, fomentar a criatividade e desenvolver novos talentos.

De acordo com Govindarajan (2009) a importância da inovação tem sido ressaltada por um sem-número de autores, dois dos quais merecem menção especial: Joseph Schumpeter, que, se não foi o primeiro economista a falar sobre inovação, foi certamente quem mais destacou a sua importância e a contribuição para o desenvolvimento econômico; e Peter Drucker, que tratou do tema ao longo de toda a sua obra. A partir da década de 1970, o tema inovação passou a atrair um número sempre crescente de pesquisadores acadêmicos, que muito contribuíram para a compreensão dos mecanismos e circunstâncias em que se processam as inovações. Dois desses trabalhos devem ser destacados: o Minnesota Innovation Research Program (Mirp), conduzido pelo Strategic Management Research Center, da Universidade de Minnesota; e o estudo de Everett Rogers sobre a difusão da inovação. Finalmente, na última década do século XX a inovação passou a ser reconhecida como um fator essencial para a competitividade e foi incluída na agenda estratégica de muitas organizações.

O conhecimento é a chave para o poder nas relações e nos negócios e as instituições que focam sua estratégia para a Gestão do Conhecimento necessitam de uma abordagem que veja a organização como uma comunidade humana, cujo conhecimento coletivo representa um diferencial competitivo relevante.

É no conhecimento coletivo que se baseiam a vantagem e competência essenciais. A Gestão do Conhecimento é vista como uma coleção de processos que governa a criação, disseminação e utilização do conhecimento para atingir plenamente os objetivos da organização. A Gestão do Conhecimento lida principalmente com os aspectos críticos para a adaptação e sobrevivência da organização, diante de um ambiente de mudança crescente e descontínua (Dalkir, 2011).

A Tecnologia da Informação e da Comunicação tem um papel fundamental que muitas vezes tem sido negligenciado, ou mesmo tem passado despercebido, na maioria das organizações. As competências essenciais e o conhecimento coletivo se baseiam no acesso e uso de informações. O papel a ser desempenhado pelas TIC é estratégico: organizar e disponibilizar a informação, promover desenvolvimento coletivo, o aprendizado contínuo, tornando mais fácil para as pessoas na organização compartilharem a informação, o conhecimento, as estratégias, as dificuldades e limitações, as expectativas, as ideias e soluções. Neste cenário competitivo, o principal desafio das organizações está em estabelecer os padrões éticos nas relações entre pessoas e organizações na forma como lidam com a informação na era das sociedades em rede.

LITERACIA DIGITAL E A GESTÃO DO CONHECIMENTO

Segundo Passarelli (2010) a construção do conhecimento humano até meados do século XX desenvolveu uma lógica racionalista para nomear, classificar e ordenar a natureza numa perspectiva centrada no humano com o objetivo de conhecer e reconhecer o objeto. A percepção do mundo atual, embora permeada por novas lógicas como a complexidade e transitoriedade dos fenômenos a reboque da sociedade em rede, ainda convive com coordenadas de compartimentalização das informações, especificando nichos, quantificando dados e qualificando informações no embate diário entre o moderno e o contemporâneo.

O projeto de pesquisa conduzido pela Escola do Futuro da Universidade de São Paulo sobre as competências e habilidades dos usuários do Programa ACESSA-SP – projeto de Inclusão Digital do governo do Estado de São Paulo apresenta o conceito de literacia digital a partir de uma nova abordagem para os estudos sobre a cultura das redes, das competências e habilidades das pessoas em relação às TICs no uso da informação de maneira efetiva e criativa.

O mundo vive o imbricamento do moderno e pós-moderno e está se tornando, a cada dia, mais complexo, competitivo, imprevisível, e seus problemas mais difíceis de serem solucionados. O mundo está sendo atribulado por uma multiplicidade de questões que exigem profissionais criativos, inovadores e dotados de literacias digitais.

Torna-se relevante a capacidade de se auto-renovar frente a temas que se fazem presentes na sociedade moderna como: a riqueza sem trabalho; o prazer sem consciência; os negócios sem ética; o discurso sem prática; a ciência sem humanidade; a religião sem espiritualidade e fé autêntica; o trabalho sem satisfação pessoal e auto-realização; as informações em excesso, porém desprovidas de sabedoria; o conhecimento sem compromisso com a verdade; a vida sem sincronicidade física, intelectual, social, psico-emocional e espiritual; o marketing pessoal com embalagem atraente, porém, com conteúdo falso e enganoso. Afinal, essa necessidade de fazer diferente esta se tornando mais importante e decisiva, à medida que as organizações descobrem que seus métodos de operação e gestão de pessoas inclusive estão sendo desafiadas na sociedade em rede.

Com a crescente concorrência global e usuários cada vez mais exigentes, tanto as pequenas como as grandes organizações, em todo o mundo, estão empenhadas em se reinventarem – criando novas e melhores formas de produzir, administrar, atingir diferentes mercados, recrutar, desenvolver, motivar e manter os melhores talentos. A guerra de competitividade global dar-se-á no campo da mente de seus colaboradores e não no campo de seus “*assets*” físicos ou financeiros. Uma revolução na forma como acessamos e usamos a informação na produção de novos conhecimentos e inovações que impactam na competitividade e eficiência das organizações está sendo orquestrada pela monumental abundância de dados, sua variedade e a velocidade com que trafegam no universo digital (Vriens, 2004).

A Internet, fenômeno em expansão e com consequências comunicacionais e educativas ainda imprevisíveis, reintroduz a dimensão social, ideológica e axiológica no debate sobre as tecnologias e retoma a discussão sobre as relações sujeito-objeto e natureza-cultura por meio de um pluralismo epistemológico.

Diante da popularização da sociedade em rede, muitos teóricos tem se debruçado sobre o fenômeno da comunicação on-line, da comunicação mediada por computador e da comunicação científica. Considerando a polarização geográfica, já histórica, das teorias da comunicação, também os estudos sobre *cibercultura* têm seus referenciais teóricos e bibliográficos, assim como suas preocupações empíricas, distribuídos entre os europeus e americanos: enquanto os primeiros se dedicam mais a estudos acerca dos usos e dos impactos sociais e culturais das tecnologias, os últimos se concentram na invenção, no desenvolvimento e no design das tecnologias (Aires, 2010).

O papel cultural da internet está intrinsecamente ligado a sua interação com outros produtos culturais. Já a análise filosófica da internet, invariavelmente, resgata produções e ferramentas culturais externas, recontextualizadas, borrando ainda mais a divisão entre objeto e meio que se tenta constantemente atribuir à rede e seu valor quanto a capacidade de integração tecnológica do ambiente social no qual se insere (Santos, 2010).

As mudanças ocasionadas pela tecnologia usada para gerar, disseminar, acessar e usar a informação demanda por habilidades e competências relacionadas ao acesso, uso e disseminação da informação. É neste ponto que surge um novo usuário da informação com novas demandas por recursos computacionais e novas capacidades em produzir novos conhecimentos.

As literacias digitais são compreendidas hoje em um contexto amplificado, muito além das simples aquisições de habilidades, ou de um conjunto de habilidades descontextualizadas, aleatoriamente adquiridas e acumuladas. Pelo contrário, os processos de seu conhecimento e apropriação e uso devem ser pensados como vivências e experimentações holísticas, integradas e autoconscientes, capazes de conduzir os indivíduos e novas possibilidades de desenvolvimento, emancipação, autonomia educativa e protagonismo pessoal, bem como as novas formas de cidadania, atuação e participação social (Passarelli & Junqueira, 2012).

Resulta desse procedimento que hoje em dia se conhece muita coisa sobre planejamento, aquisição, organização, controle e desenvolvimento de coleções, mas muito pouco sobre como as pessoas fazem uso dos sistemas ou para que fins e como a informação, que é a matéria-prima dos sistemas, está sendo utilizada.

Podemos afirmar que a informação é o elemento fundamental que sustenta todo o processo de tomada de decisão e esta se processa num contexto em que interesses contraditórios se movimentam, tenham ou não tenham consciência os agentes envolvidos. Neste contexto competitivo, globalizado e altamente dependente do uso das tecnologias para acessar, organizar e disponibilizar a informação que devemos observar o papel estratégico dos processos de produção de novos conhecimentos como agentes de desenvolvimento econômico sustentável.

CONCLUSÃO

Na era moderna, o motor do desenvolvimento tem sido o conhecimento. Adam Smith, Karl Marx, Josef Schumpeter, Robert Solow destacaram o papel das ideias na criação de progresso para a humanidade.

A criatividade vem se apresentando cada vez mais como uma característica imprescindível para equipes e indivíduos nos atuais ambientes de trabalho das organizações. O desafio da sociedade moderna está em poder identificar a linha tênue onde a criatividade rompe a barreira da ética e impor os limites corporativos.

Para Miller (2000) a distinção entre lei e ética nem sempre fica muito clara para o profissional de inteligência ao enfrentar decisões diárias num contexto operacional. Não se trata de uma diferença entre preto e branco; pelo contrário, muitas vezes pode cair no mundo ambíguo do cinzento.

Esta reflexão busca chamar a atenção das organizações e suas lideranças na difícil tarefa de conduzir suas estratégias, produzir novos conhecimentos no campo da criatividade e inovação consciente do dilema entre criatividade e ética. Até onde devemos estimular a criatividade sem romper os limites da ética. Até onde devemos colocar a inteligência e a criatividade na busca da inovação e da vantagem competitiva das organizações sem romper as barreiras do certo ou errado, do moralmente correto, do eticamente justo.

Colocar a criatividade a serviço do ser humano é um desafio do mundo moderno, saber caminhar na fina linha que separa o comportamento e atitude ética é uma decisão solitária de cada um. Contribuir para a capacitação profissional no momento em que a criatividade, o empreendedorismo e a inovação são considerados formas de assegurar a competitividade cada vez mais globalizada é sem dúvida alguma prioridade primeira das organizações nos dias de hoje.

Não estão em jogo apenas as oportunidades de expansão num mundo cada vez mais competitivo, mas a própria sobrevivência do negócio, em especial quando temos como foco a era dos resultados. Esta premissa vale no Brasil, onde segundo relatório da OCDE (Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico), coloca o Brasil no último lugar em um grupo de 36 países ao avaliar o percentual de graduados na população de 25 a 64 anos.

Os números se referem a 2008 e indicam que apenas 11% dos brasileiros nessa faixa etária têm diploma universitário. Entre os países da OCDE, a média 28% é mais do que o dobro da brasileira. O Chile, por exemplo, tem 24%, e a Rússia, 54%.

Se o panorama nacional nos faz crer que a demanda por recursos humanos não será preenchida em curto prazo, está mais do que na hora de as instituições de ensino e as organizações baseadas no Brasil proporem soluções que visem minimizar este cenário e seja capaz de transformar *bits e bytes* em poderosa vantagem competitiva para todos.

REFERÊNCIAS

- Aires, L., Azevedo, J. (2010). *Contributos Teórico-Methodológicos para a Análise de Comunidades Virtuais de Aprendizagem*. In: Passarelli, B., Azevedo, J. (2010). *Atores em rede: olhares luso-brasileiros*. (pp. 29-62). São Paulo, SP: Editora Senac.
- Cardoso, G. (2010). *Nós, a media, no rescaldo da crise global*. In: Passarelli, B., Azevedo, J. (2010). *Atores em rede: olhares luso-brasileiros*. (pp. 97-144). São Paulo, SP: Editora Senac.
- Choo, C. W. (2003). *A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões*. São Paulo: Editora Senac São Paulo.
- De Masi, D. (2003). *Criatividade e Grupos Criativos*. Rio de Janeiro, RJ: Sextante.
- Dalkir, K. (2011). *Knowledge Management in Theory and Practice*. Massachusetts: MA, Massachusetts Institute of Technology.
- Ferrell, O. C. (2001). *Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases*. Boston, MA: Houghton Mifflin Company.
- Govindarajan, V., Trimble, C. (2009). *The Other Side of Innovation: solving the execution challenge*. Boston, MA: Harvard Business Review Press.
- Hitt, W. D. (1990). *Ethics and leadership: putting theory into practice*. Columbus, OH: Battelle.
- Kahaner, L. (1996). *Competitive Intelligence: From Back Ops to Boardrooms – How Business gather, Analyze, and Use Information to succeed in the Global Marketplace*. New York, NY: Simon & Schuster.

- Matos, J. R. (2005). *Gestão da Tecnologia e Inovação*. São Paulo, SP: Editora Saraiva.
- Miller, J. P. (2000). *Millennium Intelligence: Understanding and Conducting Competitive Intelligence in the Digital Age*. New Jersey: Information Today, Inc.
- Passarelli, B. (2008). *Do Mundaneum à WEB Semântica: discussão sobre a revolução nos conceitos de autor e autoridade das fontes de informação*. DataGramZero - Revista de Ciência da Informação - v.9 n.5, P.1-13.
- Passarelli, B. (2010). *Literacias Emergentes nas Redes Sociais: Estado da Arte e Pesquisa Qualitativa no Observatório da Cultura Digital*. In: Passarelli, B., Azevedo, J. Atores em rede: olhares luso-brasileiros. (pp. 63-78). São Paulo, SP: Editora Senac.
- Passarelli, B., Junqueira, A. H. (2012). *Gerações Interativas Brasil: Crianças e Adolescentes diante das Telas*. São Paulo, SP: Escola do Futuro/USP.
- Rosental, M. (1959). *Pequeno dicionário filosófico*. São Paulo, SP: Editora Política do Estado.
- Santos, B. (2010). *A digitalização dos fluxos culturais*. In: Passarelli, B., Azevedo, J. (2010). Atores em rede: olhares luso-brasileiros. (pp. 97-144). São Paulo, SP: Editora Senac.
- Srour, R. H. (1998). *Poder, cultura e ética nas organizações*. Rio de Janeiro, RJ: Campus.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.
- Vriens, D. (2004). *Information and Communication Technology for Competitive Intelligence*. Hershey, PA: Idea Group Inc.

AGRADECIMENTOS

FAPESP - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo

Ficha Técnica

Informação e/ou Conhecimento: as duas faces de Jano

Autor: I Congresso ISKO Espanha e Portugal / XI Congresso ISKO Espanha

Organização: Fernanda Ribeiro e Maria Elisa Cerveira

Edição: Faculdade de Letras da Universidade do Porto - CETAC.MEDIA

ISBN: 978-989-8648-10-5