

1 - A centralidade da informação e a intersecção com a internet

Roseane Andrelo

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

ANDRELO, R. A centralidade da informação e a intersecção com a internet. In: *As relações públicas e a educação corporativa: uma interface possível* [online]. São Paulo: Editora UNESP, 2016, pp. 9-20. ISBN 978-85-6833-477-5. Available from: doi: [10.7476/9788568334775](https://doi.org/10.7476/9788568334775). Also available in ePUB from: <http://books.scielo.org/id/hwgqy/epub/andrelo-9788568334775.epub>



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

1

A CENTRALIDADE DA INFORMAÇÃO E A INTERSECÇÃO COM A INTERNET

A informação sempre exerceu papel importante na sociedade. A partir da década de 1980, entretanto, ela se tornou central. Essa nova perspectiva tem como base as transformações ocasionadas pelo capitalismo na estrutura social, decorrentes de mudanças tecnológicas, alterações na estrutura de emprego e exigência de conhecimento das tarefas realizadas pelos trabalhadores. Esse momento, chamado por Castells (1999) de revolução tecnológica, tem como ingrediente básico a informação. Ela se originou e difundiu-se “[...] não por acaso, em um período histórico da reestruturação global do capitalismo, para o qual foi uma ferramenta básica” (ibidem, p.31).

Alguns indicativos do “capitalismo informacional”, termo cunhado por Castells, advêm do próprio mercado. Em 2014, no ranking das três empresas mais valiosas do mundo, estavam Apple, Samsung e Netflix. Das organizações que figuraram entre os dez primeiros lugares, apenas uma, o Walmart, é considerada não tech (*Exame*, 2014). Especificamente no Brasil, entre as empresas de serviços de informação e comunicação, o setor de Tecnologia de Informação (TI) ocupa o posto de segundo maior rendimento, segundo pesquisa referente ao período de 2006-2007 (IBGE, 2007).

A fusão de grandes corporações, tendência atual da economia, é um processo corrente, sobretudo, entre empresas que atuam com informação. De acordo com pesquisa realizada pela KPMG (2013), no ranking setorial de transações no Brasil, o setor de TI desponta em primeiro lugar entre fusões e aquisições, no quarto trimestre de 2013. As empresas de internet aparecem em quarto lugar, e as de publicidade e editoras em nona colocação, ao lado de empresas de telecomunicação e mídias.

Tecnologia e informação são centrais no sistema econômico atual, e não apenas entre as organizações que atuam diretamente com esses elementos. Afinal, a terceira revolução tecnológica, ocorrida na segunda metade do século XIX, dá-se não pela centralidade de conhecimentos e informação, mas pela “aplicação desses conhecimentos dessa informação para a geração de conhecimentos e de dispositivos de processamento/comunicação da informação, em um ciclo de realimentação cumulativo entre a informação e seu uso” (Castells, 1999, p.51).

Ao considerar o fenômeno da globalização, as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) potencializam as consequências nas organizações, pautadas por um cenário incerto e complexo. Reformulam-se estratégias de produção e distribuição, voltadas para um mercado cada vez mais amplo e competitivo, mas também se amplia o diálogo com os públicos envolvidos, agora advindos de diferentes espaços e culturas.

Ferrari (2009) lembra que, nas organizações, é pelos valores compartilhados pela totalidade dos seus membros que elas expressam objetivos e metas e afirmam-se como únicas na sociedade e no mercado. Considerando que valores são distintos em cada sociedade, é preciso ter em mente a pluralidade e a heterogeneidade dos países ao analisar cenários. “O debate sobre o comportamento das organizações deve também levar em conta as relações das organizações

entre si tendo como cenário o contexto social, seja ele local, nacional ou global” (Ferrari, 2009, p.140). Afinal, existe relação estreita entre a cultura organizacional e a nacional.

A cultura é um dos componentes de um cenário em constante mutação, que deve ser considerado no planejamento organizacional. Informações de dentro e de fora da organização são insumos para análise e construção de cenários, colaborando para um bom planejamento e, conseqüentemente, para uma gestão estratégica, em um mundo marcado por incertezas e pela alta competitividade.

Analisar cenários significa, entre outros aspectos, olhar também para fora da organização e, a partir dos dados levantados, ter um panorama amplo da situação: melhorar a gestão, inclusive da comunicação organizacional, diminuir a incerteza nas decisões e elaborar planejamentos de médio e longo prazo. Para Neves (2000), é preciso interpretar sinais que indicam o possível acontecimento de eventos que, por sua vez, gerarão mudanças na organização, desde pequenos ajustes até verdadeiros reposicionamentos.

Evidencia-se que por meio da tecnologia, em um mundo cada vez mais multicultural, o fenômeno da globalização coloca em evidência a esfera cultural. Ao analisar as organizações sob a ótica da cultura, passa-se a encará-las como redes de interação social que impactam ambientes interno e externo e que são impactadas por eles (Ferrari, 2009).

Pensar na interculturalidade no âmbito organizacional implica também uma outra abordagem sobre a cultura organizacional contemporânea, visto que a ampliação e a frequência de equipes de trabalho interculturais em organizações do mundo todo já são uma realidade e oferecem um novo arranjo para os estudos sobre cultura. Segundo o Relatório Mundial sobre a Diversidade Cultural da Unesco (2009), inter-relação e interdependência entre culturas estão levando as sociedades ao desenvolvimento de um diálogo intercultural, necessário para a convivência em um mundo

diverso, no qual as interações culturais tornam-se cada vez mais frequentes.

Ao ponderar a interação entre pessoas, tem-se um cenário de reconhecimento do papel que exercem no âmbito econômico, não mais apenas como consumidoras ou como mão-de-obra nos diversos setores produtivos. No cenário marcado pela centralidade da informação, o conhecimento é tido como vital, como um dos principais ativos das corporações.

O diferencial entre as empresas não são mais as máquinas utilizadas no processo produtivo da era industrial, mas sim o somatório do conhecimento coletivo gerado e adquirido, as habilidades criativas e inventivas, os valores, atitudes e motivação das pessoas que as integram, o grau de satisfação dos clientes, a quantidade de informação gerada e disseminada, dividida. (Santos, 2009)

Diferente de dados, que são meros descritíveis sem interpretação, a informação caracteriza-se por ser uma mensagem organizada, com significado, relevância e propósito. O conhecimento é resultante de uma experiência humana, com origem e aplicação na mente das pessoas, e depende da internalização e da interpretação (Belluzzo, 1999). Com o impacto da globalização associado à revolução tecnológica, tem-se um novo padrão de conhecimento, menos discursivo, mais operativo; menos particularizado, mais interativo.

Para as organizações, mais do que o conhecimento individual, importa o coletivo, desenhado a partir do momento em que seus públicos interagem de forma planejada, com objetivos claros e apoiados pelos gestores. A interação ganha destaque, sobretudo ao se considerar que a organização não cria conhecimento sem pessoas. Cabe a ela estimular atividades criadoras de conhecimento.

Em uma economia onde a única certeza é a incerteza, a fonte certa de vantagem competitiva duradoura é o conhecimento. Quando os mercados se transformam, as tecnologias proliferam, os competidores multiplicam-se e os produtos tornam-se obsoletos quase do dia para a noite, as empresas bem-sucedidas são as que criam consistentemente novos conhecimentos, disseminam-no amplamente pela organização e o incorporam rapidamente em novas tecnologias e produtos (Takeuchi; Nonaka, 2008, p.39).

Outra característica do cenário atual diz respeito ao fato de que, para os trabalhadores, a carteira de trabalho assinada deixa de ser única opção de fonte de renda. De um lado, registra-se crescimento da economia informal, fenômeno da conjuntura econômica, muitas vezes ligado à baixa escolaridade. De outro, tem-se novas formas de fazer negócios, com profissionais capacitados atuando de forma autônoma em *startups* ou mesmo na economia colaborativa. Trata-se, segundo Bueno (2013, p.62), de um modelo, segundo o qual, pessoas ou grupos mobilizam-se “[...] para propor novos produtos e processos, resolver problemas em equipe, instaurando uma gama formidável de bens e serviços, gratuitos ou não”.

O cenário ainda inclui a alta rotatividade de emprego. Dados do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese) mostram que, em 2013, a taxa de rotatividade global chegou a 63,7%, no mercado de trabalho celetista. No Brasil, segundo o instituto, predomina o emprego de curta duração, considerado outro indicador de flexibilidade contratual de trabalho. Cerca de 45% dos desligamentos, no período entre 2012 e 2013, aconteceram com menos de seis meses de vigência dos contratos. Entre os motivos elencados, predomina a motivação patronal (68,3%, no final do período analisado). Embora o percentual seja menor, os desligamentos por iniciativa do trabalhador au-

mentaram paulatinamente: em 2002, representavam 15,6%; em 2013, o percentual cresceu para 25% (Dieese, 2013).

Uma explicação possível remete ao perfil do público mais jovem, integrante da chamada Geração Y. Ainda que rotulações sejam perigosas e não se possa fazer generalizações, sabe-se que há tendências, uma vez que se tratam de pessoas que vivenciaram um mesmo processo histórico e mudanças sociais importantes. A geração nascida entre 1980 e 1995 contou com pais e mães no mercado de trabalho. Apesar da ausência em casa, os pais protegeram mais os filhos. Como consequência desse modo de educação, os jovens dessa geração, quando ingressam no mercado de trabalho, têm dificuldade de aceitar críticas e respeitar hierarquias, e possuem grande familiaridade com as novas tecnologias.

Embora ainda haja precarização de trabalho, o “[...] perfil dos trabalhadores tem, paulatinamente, incorporado novos atributos, como a luta pela melhoria da qualidade de vida e das condições de trabalho, o que acarreta novas demandas para as organizações” (Bueno, 2013, p.62). A rotatividade no trabalho também não é interessante para as organizações, uma vez que representa gastos com capacitação de novos trabalhadores e com custos dos desligamentos.

As reflexões feitas até aqui demonstram, além das mudanças constantes e da complexidade, que a informação aliada às novas tecnologias tem remodelado e impactado as economias nacionais. Não se trata de pautar a discussão pelo viés do determinismo tecnológico. Essa visão que já foi alvo de críticas de Matterlart (2002), tida como extrapolação conceitual indevida, sobretudo ao valorizar a crença no poder miraculoso das tecnologias informacionais, enfatizando o discurso salvador.

Sabe-se, contudo, que, embora a tecnologia não determine a sociedade, a sociedade pode sufocar o desenvolvimento tecnológico, sobretudo, por intermédio do Estado. Ou, por

intervenção estatal, a sociedade pode entrar em processo acelerado de modernização tecnológica (Castells, 1999).

O que deve ser guardado para o entendimento da relação entre a tecnologia e a sociedade é que o papel do Estado, seja interrompendo, seja promovendo, seja liderando a inovação tecnológica, é um fator decisivo no processo geral, à medida que expressa e organiza as forças sociais dominantes em espaço e época determinados. Em grande parte, a tecnologia expressa a habilidade de uma sociedade para impulsionar seu domínio tecnológico por intermédio das instituições sociais, inclusive o Estado. (Castells, 1999, p.31)

Ao considerar a relação entre Estado, informação e tecnologia, outro aspecto permeia essa discussão. Na esfera política, sobretudo no que diz respeito à manutenção da democracia, que gira em torno da capacidade dos indivíduos de participar de modo efetivo da tomada de decisões que os afeta, a informação é fundamento essencial. Para Bobbio (2000, p.30), regime democrático pode ser caracterizado como “um conjunto de regras (primárias ou fundamentais) que estabelecem quem está autorizado a tomar as decisões coletivas e com quais procedimentos”.

Democracia, portanto, perpassa pela ideia de participação que, por sua vez, está relacionada à discussão sobre direito à informação. Esse direito interliga-se à noção de cidadania, considerada como exercício de direitos e deveres civis, políticos e sociais. Entre os direitos civis que se referem às liberdades individuais, destaca-se a liberdade de expressão. No que diz respeito aos direitos políticos, a informação permite a escolha política, um instrumento para a ampliação dos direitos sociais básicos, como saúde, educação e transporte.

A consciência de todos esses direitos e o bom uso deles requer um direito básico, que é o acesso à informação. Na

gestão pública, a informação é ferramenta essencial para combater a corrupção e os atos ilícitos no governo. Por fim, a democracia também implica prestação de contas e, conseqüentemente, boa governança, uma vez que o público tem o direito de acompanhar as ações de seus representantes e de participar de um debate aberto sobre a tomada de decisões. Os cidadãos precisam ser capazes “de avaliar o desempenho do governo, o que depende do acesso à informação sobre o estado da economia, sistemas sociais e outras questões de interesse público” (Mendel, 2009, p.5).

Para que isso aconteça, é imprescindível haver a consciência de que os órgãos públicos detêm informação em nome da população, e não para eles próprios. Na prática, é possível ir além de fornecer informações solicitadas, adotando-se políticas de divulgação rotineira de atos públicos.

Um princípio subjacente básico que rege o direito à informação é o princípio da divulgação máxima, que flui diretamente das garantias internacionais primárias do direito à informação. Este princípio envolve a presunção de que toda informação sob o controle de órgãos públicos deve estar sujeita à divulgação e esta presunção somente poderá ser afastada quando houver risco prevalente de lesão a um interesse público ou privado legítimo. Outros padrões essenciais são os de que sistemas e processos devem ser estabelecidos para efetivar o direito à informação na prática e de que os órgãos públicos devem envidar todos os esforços razoáveis para facilitar o acesso. Ademais, devem ser implementados sistemas independentes de apelação para impedir a administração de exercer um poder discricionário indevido na interpretação da abrangência de exceções ao direito de acesso, bem como em outros aspectos do direito. (Mendel, 2009, p.30)

O reconhecimento da importância da informação advinda de órgãos públicos representa uma mudança de consciência por parte de administradores, de legisladores

(a Lei de Acesso à Informação, de 2011, é um exemplo) e da população em geral. Também contribuem para isso as Tecnologias de Informação e Comunicação, que têm a internet como paradigma. Afinal, não é apenas a infraestrutura material da comunicação digital que importa, mas também o universo de informações que ela abriga, bem como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo (Lévy, 2000). Esse universo oceânico baseia-se em características, das quais algumas foram consideradas importantes para sustentar a linha de raciocínio desse trabalho e foram sintetizadas no Quadro 1.

Quadro 1 – Características da internet

Conexão em rede	Tudo é comunicável e tudo está em rede: pessoas, máquinas, objetos, monumentos, cidades. Tem-se um imenso banco de dados.
Liberação do polo da emissão	Emergência de vozes e discursos, antes reprimidos pela edição da informação pelo mass media.
Interatividade	Usuário pode produzir e distribuir informação, mesmo em espaços criados por outras pessoas ou organizações. Há chats, fórum, e-mails.
Linguagem multimidiática	Informações são representadas em diversas linguagens, como sonora, audiovisual, fotográfica e textual.
Desterritorialidade	Em território, tem-se a ideia de controle sobre fronteiras. Desterritorializar é movimentar-se nessas fronteiras, criar linhas de fuga. Diversifica-se o consumo de bens simbólicos.
Fluxo incessante de informações	Informações sobre os mais diversos assuntos e de diversas fontes são produzidas e distribuídas constantemente.

Fonte: Lemos (2007); Moherdau (2007)

Se a internet ganha destaque no contexto que vem sendo desenhado, a discussão sobre o papel da informação na sociedade também perpassa, obrigatoriamente, pela informação midiática, ou seja, toda a divulgação, com conteúdo jornalístico, publicitário ou de entretenimento,

feita por meios de comunicação de massa, com veiculação por radiodifusão, meio digital ou meio impresso. Além de serem grandes indústrias que geram lucro e empregos diretos e indiretos, as empresas de comunicação formam o mais expressivo sistema de informação, representação, identidade e expressão.

Moles (1984) chama de cultura mosaica a experiência de cada indivíduo com mensagens diversas, apresentadas de forma fragmentada, típica da mídia. O rádio e a TV, por exemplo, divulgam vários assuntos em tempo reduzido e intercalados com peças publicitárias. Ou seja, essa estrutura midiática contribui para a diminuição da coerência interna das mensagens, uma vez que elimina todo processo de ação filosófica ou mesmo de argumentação. Assim, Moles aponta a necessidade de distinguir a cultura mosaica da cultura criativa, de forma que a agregação de conhecimentos diversos seja diferenciada do conhecimento estruturado, no qual os elementos da mensagem de base são ligados por um canal de contratos lógicos a algum outro elemento do discurso que será transmitido.

Agora, se nós quisermos viver em um universo regrado pelo pensamento científico, é preciso um mínimo de coerência do discurso que convém adquirir; é esta estruturação do campo dos conhecimentos que transforma uma cultura mosaica em uma cultura eficaz e que faz passar da erudição à criação, do mágico ao sistemático. É, portanto, sobre esse fator que deverá se dirigir um dos esforços principais de uma nova educação e é a partir dele que se examinará a aptidão de diferentes sistemas de mídias em conviver e em imprimir no cérebro dos receptores sejam mensagens sejam modos de comportamento mais ou menos coerentes. (Moles, 1984, p.39, tradução nossa)¹

1 *“Or, si nous voulons vivre dans un univers réglé par la pensée scientifique, c’est précisément un minimum de cohérence du discours qu’il convient d’acquérir; c’est cette structuration du champ*

Além disso, mais do que um meio de transmissão cultural, a mídia pode ser considerada como outra forma de cultura, a de massas, que se divulga por meio de técnicas de difusão massiva e dirige-se a uma massa social. Um de seus princípios é a quantidade, já que é compartilhada por milhões de pessoas (Porcher, 1976). Sua condição de cultura é garantida não só pelo que veicula, mas também pela forma como o faz. Ao mesmo tempo que propicia a mediação entre ações culturais e público, realiza essa tarefa a partir de lógica própria, que inclui aspectos econômicos, políticos e técnicos.

Frente a esse cenário há que considerar as aprendizagens – conteúdo e forma – que estão além da sala de aula e que formam públicos com os quais as organizações se relacionam. As mídias são importantes meios pelos quais as pessoas aprendem conteúdos e valores. Libâneo et al. (2003) avaliam que a educação pode assumir diferentes modalidades. Uma delas é informal, ou não intencional, que diz respeito “às influências do meio natural e social sobre o homem e interfere em sua relação com o meio social”. Alguns exemplos são os costumes, as leis, a religião, o tipo de governo entre outros. Outra modalidade é a educação não formal, intencional, que acontece fora da escola, mas de forma pouco estruturada e sistematizada. É o caso dos meios de comunicação de massa, dos movimentos sociais e de espaços como museus e cinemas.

Se educam, os meios de comunicação também exercem o papel de mediadores entre o público e o que acontece na

des connaissances qui transforme une culture mosaïquée en une culture efficace et qui fait passer de l'érudition à la création, du magique au systématique. C'est donc bien sur ce facteur que devra porter l'un des efforts principaux d'une nouvelle éducation et c'est à partir de lui qu'on examinera l'aptitude des différents systèmes de médias à convoyer et à imprimer dans le cerveau des récepteurs soit des messages, soit des modes de comportement plus ou moins cohérents.”

sociedade. A não ser no ambiente que circunda o público, ele vai saber o que acontece na Prefeitura, na Câmara Municipal, no Congresso Nacional e, até mesmo, em eventos esportivos e culturais pelo que foi e pela forma como foi divulgado, cabendo a ele a interpretação dos fatos. Soma-se a isso o fato de as mídias não refletirem a realidade, mas a representarem, o que invalida a noção de transparência, de “janela” pela qual se vê o mundo.

Tem-se, portanto, novos paradigmas de comunicação, que vão além da tecnologia em si e que perpassam, sobretudo, pelo uso social das TIC. Tendo como foco as consequências desse quadro nas organizações, as mudanças são constantes e drásticas, o que solicita planejamento em frequente revisão e que tenha olhares específicos para a internet. Desse cenário, dois aspectos merecem ser evidenciados: a descentralização do polo emissor e a interatividade, com a consequente formação de redes. São pontos que solicitam da comunicação organizacional e, mais especificamente da área de Relações Públicas, uma atuação mais estratégica, conforme será debatido no próximo capítulo.