



***TRS**

Tecnologia, Redes e Sociedade

e-planning | networks | e-learning | e-government

Relatório Interno TRS 02/2020

Título

As Dimensões Valorativas da Cultura Digital: um instrumento para o mapeamento analítico de um território

Autor(es)

Paulo Sérgio Araújo, UFP
Luís Borges Gouveia, UFP

Mês, Ano

Maio, 2020

Local de presença Web <http://tecnologiaredesesociedade.wordpress.com>
Repositório de trabalho científico *trs <http://bdigital.ufp.pt/handle/10284/3787>

Universidade Fernando Pessoa
Praça 9 de Abril, 349
4249-004 Porto, Portugal

Tabela de Conteúdos

Tabela de Conteúdos	2
Resumo	3
1. Introdução	3
2. Caracterização da amostra	5
3. As sete dimensões da cultura digital	7
4. Considerações finais	15
Referências	15

As Dimensões Valorativas da Cultura Digital: um instrumento para o mapeamento analítico de um território

Paulo Sérgio Araújo, Luís Borges Gouveia

Resumo

O conceito cultura, pode ser bem entendido como sendo todas as manifestações humanas refletidas nos hábitos e costumes das pessoas. O digital, por sua vez, é resultante dos processos de produção e desenvolvimento de tecnologias que remetem a uma equação constituída dos sofisticados processos históricos e culturais. Cultura digital é portanto, os processos de uso e incorporação no mundo da vida das civilizações atuais, destas tecnologias, construindo um novo *ethos* e com isso, um novo *nomus* ordenador de contexto. Estudar os agrupamentos humanos buscando captar a maneira que os atores percebem a cultura digital como artefato constitutivo e entranhado em sua vida diária e da instituição onde trabalha, assim também, as suas percepções, ou seja, o modo como suas mentes captam em si, esta nova cultura, poderá revelar condições fundamentais para o próprio processo de compreensão da transformação do analógico ao digital e os elementos resultantes ou intrínsecos neste pressuposto. As dimensões que servem de referência para um diagnóstico da cultura digital estão alicerçadas em valores subjetivos que objetivados sugerem mais competências humanas em detrimento das técnicas. Elas dialogam com valorações éticas nos processos de construção de hábitos e costumes elementos genealógicos da cultura. Pretendemos com este trabalho 1. Apresentar as sete dimensões da cultura digital e analisar suas estruturas de constituição. 2. Verificar os resultados captados após a operacionalização das sete dimensões em um questionário que poderá oferecer condições analíticas para o mapeamento do território em estudo. 3. Relacionar os resultados alcançados para o processo de construção colaborativa de uma plataforma digital, objeto em causa no doutoramento.

Palavras-Chave: cultura digital; dimensões da cultura digital; construção colaborativa; plataforma digital; competências humanas.

1. Introdução

O Este texto tem por finalidade apresentar as sete dimensões da cultura digital com as suas respectivas definições. Estas dimensões são resultado de um trabalho em conjunto dos membros do CIGREF (Clube de grandes empresas, considerado o maior produtor de evolução dos sistemas de informação na França atual)¹. O documento intitulado: *“The CIGREF digital culture reference framework. An evaluation tool to optimize the digital*

¹ Cf. <<https://www.cairn.info/revue-entreprises-et-histoire-2010-3-page-62.htm>>– Acesso: 03/07/19.

transformation of your business” (A cultura digital CIGREF quadro de referência – Uma ferramenta de avaliação para otimizar a transformação digital do seu negócio), produzido em 2014 (CIGREF, 2014).

Realizamos a tradução do documento e identificamos as respectivas definições de maneira mais objetiva ao nosso propósito e a partir das respectivas definições, montamos um questionário. O objetivo segundo, o questionário é "*capturar*" a maneira como os atores da empresa percebem a cultura digital de sua organização em suas próprias mentes. Construímos quatorze questões, ou seja, duas questões por dimensão, uma que visa captar a impressão dos educadores e gestores de sua própria organização e outra para que cada um reconheça a percepção de sua própria cultura digital.

A questão motivadora é como os participantes percebem a cultura digital na organização e em si mesmos, tendo em vista a realização de projetos colaborativos, utilizando para isso ferramentas digitais?

Cada dimensão parte do contexto dos atores investigados na instituição de ensino, o que dito como empresa pode ser perfeitamente identificado como instituição de ensino e seus processos de subjetivação e dos padrões que cada um construiu para si na construção do seu modo de trabalho.

As dimensões revelam valores humanos que são fundamentais para inovação, integração social e para os trabalhos que necessitam de colaboração efetiva e coletiva. O que possibilita a transformação digital, como todo processo cultural é a construção de hábitos e costume, assim "*a (...) transformação digital acontece através das pessoas, com as pessoas e nas pessoas. Que qualquer estratégia de transformação digital é, necessariamente, uma estratégia de transformação de pessoas*" (Meira, 2018, p.9).

Para envolver as pessoas precisamos saber se as pessoas querem participar. O instrumento utilizado com as perguntas foi um questionário com um viés quantitativos, ou seja, com questões previamente estruturadas. Utilizamos a escala likert de frequência com 5 alternativas: nunca, raramente, às vezes, muitas vezes e sempre e acrescentamos uma sexta alternativa, intitulada sem opinião, para captar índice de participantes que porventura demonstrem este posicionamento. Este questionário foi montado na ferramenta digital

Google formulários e elas tiveram acesso ao questionário de diversas formas sendo por meio de links e ou questionários impressos.

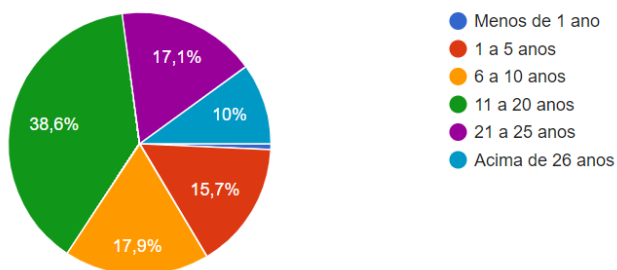
2. Caracterização da amostra

O público desta amostra é composto de **140 pessoas** todas vinculadas à secretaria municipal de Educação da cidade de Betim Minas Gerais Brasil.

2.1 De acordo com o socio demográfico

84,3% do sexo feminino e 15,3 % do sexo masculino, com idade entre 31 a 60 anos. Sendo que na sua maioria entre 45,7% entre 41 a 50 anos.

2.2 Tempo de atuação na educação

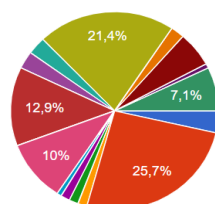


Composto por sua maioria entre 11 a 20 anos com 38,6%.

2.3 Área de atuação dentre os diversos cargos dispostos na Secretaria Municipal de Educação

- Gestão Administrativa e Pedagógica (Direção, Vice, Assessoras, Pedagoga, Tesoureira) CRAEI
- Professora AEE CRAEI/ESCOLA
- Professores das Oficinas Interativas – CRAEI
- CRAEI - Equipe Clínica – Fisioterapia, Equoterapia, Psicologia e Fonoaudiologia
- Secretárias do CRAEI
- Direção e vice direção das ESCOLAS
- Pedagogas – ESCOLAS
- Secretárias e Técnicos de Secretaria - ESCOLAS

- Professores - ESCOLAS
- Técnicos de Biblioteca – ESCOLAS
- Atendente de Apoio Pedagógico – AAP – ESCOLAS/CIMs/ Inst. Parceiras
- Direção CIM / Inst. Parceiras
- Coordenação Pedagógica CIMs / Inst. Parceiras
- Auxiliar Administrativo CIMs / Inst. Parceiras
- Professores(as) CIMs / Inst. Parceiras
- Gestão SEMED (Secretário Municipal, Coord. Administrativa, Assessoria de Gabinete, Coordenação Pedagógica, Superintendentes de Educação Infantil, Coord. de Ensino da Educação Infantil, Coord. da Educação Infantil, Secretárias do Gabinete, Assistente Social, Superintendente de Ensino Fundamental, Coordenadora de Ensino Fundamental, Coordenação da EJA, Coordenadoria de Tecnologia, Secretárias da Educação Infantil – SEMED
- SEMED Assessoras Pedagógicas da Educação Infantil e Ensino Fundamental
- Equipa de Sistema da Coord. Tecnologia – SEMED
- Equipa de Escrituração, Coordenação – SEMED



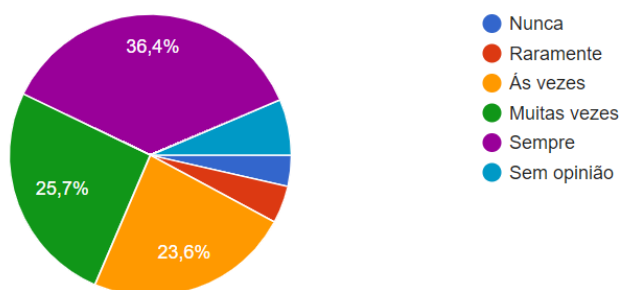
- SEMED - Assessoras Pedagógicas da Educação Infantil e Ensino Fundamental
- Equipa de Sistema da Coord. Tecnologia – SEMED
- Equipa de Escrituração, Coordenação – SEMED

Em sua maioria, 25,7 professores do Atendimento Educacional Especializado e 21,4% Coordenação pedagógica dos Centros Infantis Municipais e Instituições de Educação Infantil conveniadas ao município vinculadas a Secretaria Municipal de Educação.

3. As sete dimensões da cultura digital

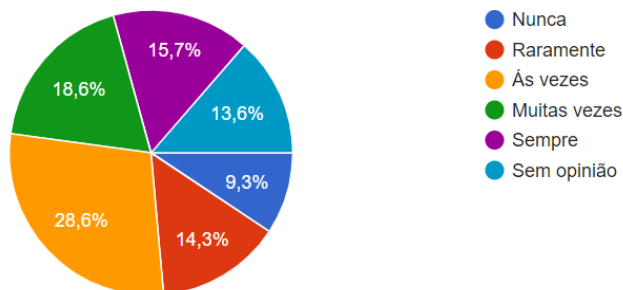
3.1 Viabilidade – diz respeito à confiabilidade das infraestruturas e processos para garantir a continuidade dos negócios e manter a confiança dos clientes, funcionários e outras partes interessadas.

3.1.1 Considera seguras as estruturas digitais (site, plataformas e e-mails) de sua instituição para inserir as informações e os conteúdos vinculados a sua atividade de trabalho?



Há um significativo índice de confiança nas estruturas da instituição em que trabalha.

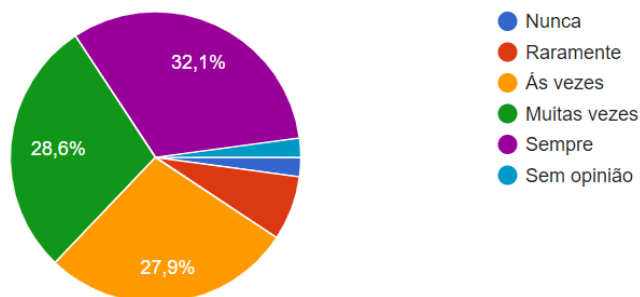
3.1.2 A estrutura digital da instituição é regularmente questionada e adaptada para levar em conta novos desafios e riscos digitais?



Com o índice de 28% os participantes consideram que a instituição as vezes é questionada. Todavia, 13% não tem opinião a respeito do assunto.

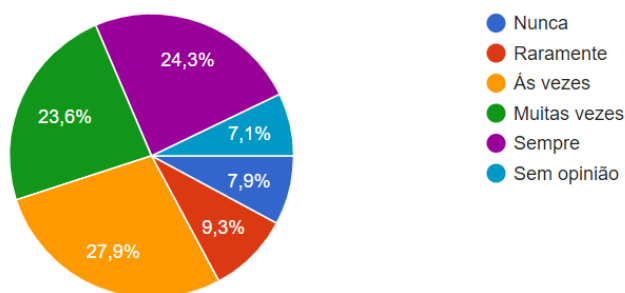
3.2. Abertura – Capacidade de gerenciar e fazer bom uso de diferentes tipos de informações, disponíveis em grandes quantidades, dentro e fora da organização.

3.2.1 Consegue gerenciar e fazer bom uso em sua atividade profissional de diferentes tipos de informações fornecidas por ferramentas digitais em seu espaço de trabalho?



Conseguem gerenciar e realizar as suas atividades profissionais, utilizando os recursos digitais da organização onde trabalha, percentual de 32% sempre.

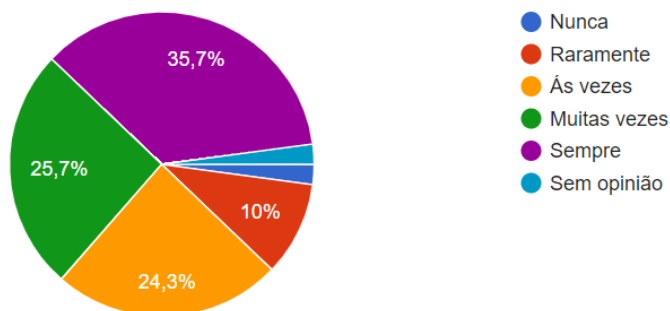
3.2.2 A instituição em que trabalha oferece acesso simples a plataforma digital de gestão da informação dos conteúdos em que trabalha?



Em relação ao acesso há um percentual de opiniões significativamente equilibrado, com uma margem pequena entre os percentuais de sempre, muitas vezes e às vezes. Estando em primeiro plano, às vezes com 27,9%, o que poderá revelar uma incerteza quanto a simplicidade do acesso.

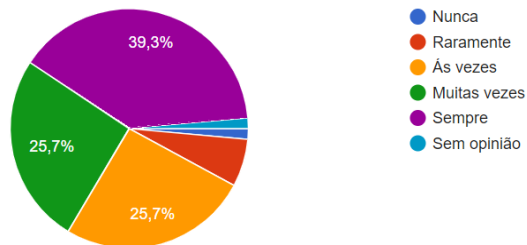
3.3 Conhecimento – a) Desenvolvimento da inteligência coletiva e ao compartilhamento de conhecimento estruturado ou informal através e além - das fronteiras usuais, dentro e fora da empresa. b) A capacidade de criar valor usando as informações disponíveis.

3.3.1 Compartilha conhecimentos produzidos por você ou por outros de sua área de atuação, com o seu grupo de trabalho, utilizando ferramentas digitais?



Com o índice de 35,7% com a resposta sempre, pode perceber que as pessoas estão abertas a compartilhar conhecimento, o que viabiliza projetos de colaboração em rede digital.

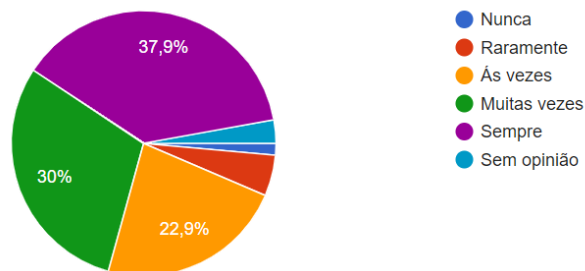
3.3.2 Utiliza de conhecimentos que melhoraram a qualidade do seu trabalho, e que foram compartilhados via ferramentas digitais por colegas de sua área ou por outras pessoas fora de sua instituição?



Com 39% utilizam conhecimentos compartilhados pelos colegas, em rede para melhorar a qualidade de sua atuação, o que revela a capacidade de criar valor usando as informações disponíveis.

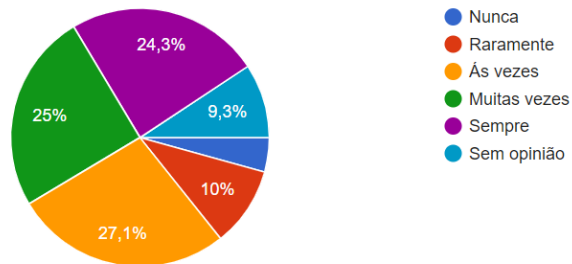
3.4 Agilidade – Capacidade de transformar e experimentar constantemente, o que implica, por sua vez, permitir a iniciativa individual e o aprendizado por tentativa e erro.

3.4.1 Pensa sempre diante de uma demanda de trabalho, em explorar e experimentar constantemente, ferramentas digitais para agilizar a sua resolução?



Neste item de agilidade, no que tange a tentativa e erro, os participantes demonstram explorar e experimentar ferramentas digitais em vista da resolução de seus problemas, índice de 37%.

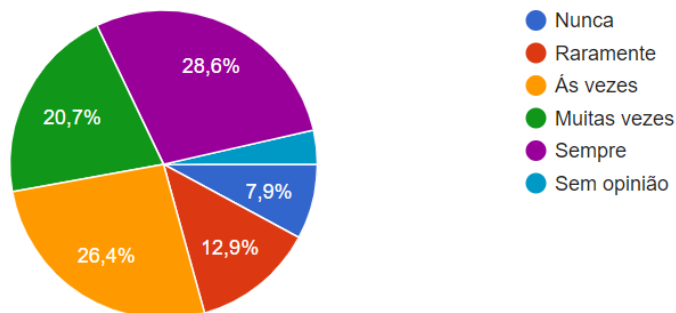
3.4.2 O digital e tecnologias, construídas por sua instituição são flexíveis e responsivas (podem ser acedidas em qualquer dispositivo, celulares, *tablets*, entre outros) para responderem de maneira ágil à demanda de tempo?



A percepção que tem em relação as ferramentas produzidas pela instituição em que trabalham, apresenta um índice pequeno entre às vezes com 27,1% e muitas vezes com 25% e até mesmo, sempre com 24,3%, o que poderá indicar que na dimensão de viabilidade nem sempre as ferramentas são viáveis para agilizar e responder as demandas de tempo.

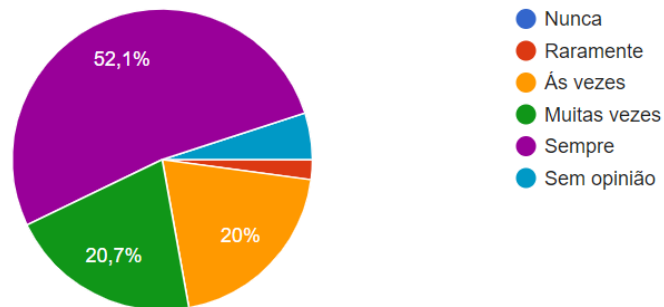
3.5 Confiança – A capacidade de criar engajamento, com base na autenticidade e exemplaridade dentro e fora da organização. Implica em uma busca por significado, para reunir homens e mulheres em torno de metas e valores compartilhados.

3.5.1 Novas formas de trabalhar utilizando ferramentas digitais são encorajadas e implementadas pela sua instituição?



Considera que a instituição encoraja e incentiva a utilização com 28,6%, no entanto, há ainda um índice significativo de pessoas que demonstram que este encorajamento e incentivo ocorre às vezes com 26,4%. O que poderá indicar a dificuldade de efetivação deste encorajamento o que reduz o índice de confiança.

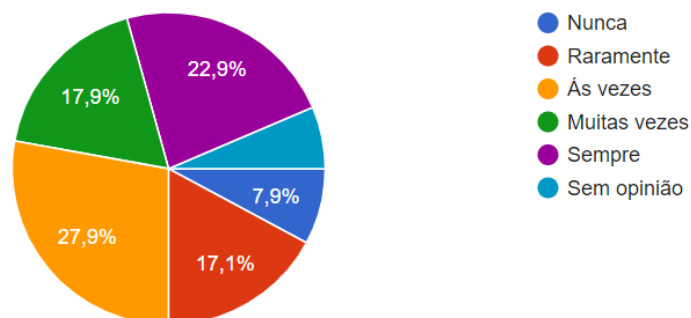
3.5.2 Considera possível o seu engajamento em um projeto que envolva metas e valores compartilhados, utilizando para isso, ferramentas digitais?



Com 52,1%, as pessoas demonstram estar encorajadas para desenvolver projetos coletivos utilizando para isso, ferramentas digitais. Um elemento positivo para desenvolver projetos colaborativos.

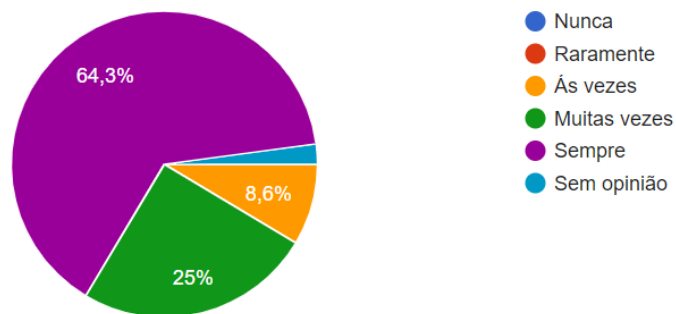
3.6 Interdependência – projetar modelos de negócios inovadores e soluções mutuamente satisfatórias entre as várias partes interessadas, novas parcerias e alianças precisam ser criadas, trabalhando de uma maneira mais transversal e cooperativa de trabalhar internamente

3.6.1 O trabalho colaborativo virtual com o uso de ferramentas digitais é prática atual em sua instituição?



O trabalho colaborativo virtual ocorre às vezes com um percentual relativamente alto de 27,9%. Um dado que revela a não materialização de uma cultura de interdependência, ou o não reconhecimento desta interdependência, a partir do uso de ferramentas digitais. Este índice poderá estar ligado a literacia digital.

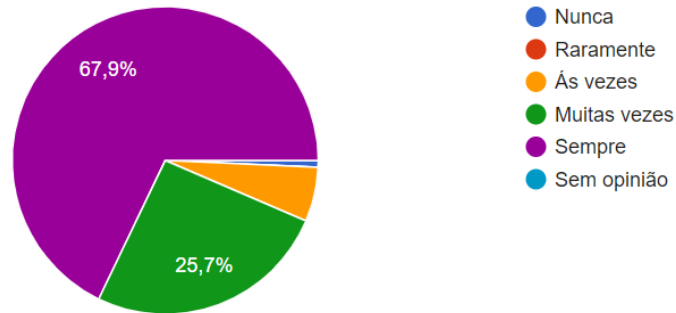
3.6.2 Considera importante trabalhar cooperativamente para criar inovação e soluções mútuas e satisfatórias entre as várias partes interessadas, utilizando uma ferramenta digital?



Um dos índices mais altos desta pesquisa com 64,3%, os participantes demonstram disposição para a trabalhar cooperativamente para criar inovação e soluções mútuas e satisfatórias entre as várias partes interessadas, utilizando uma ferramenta digital

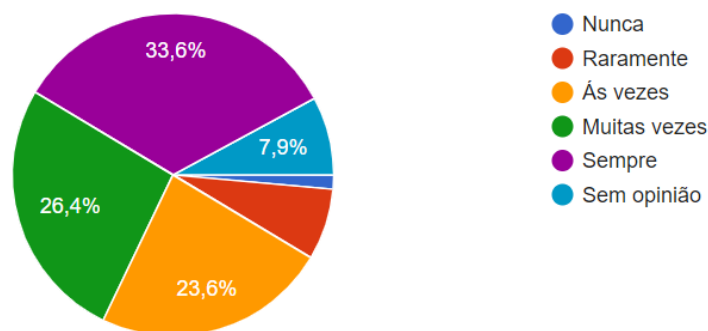
3.7 Responsabilidade – Capacidade para controlar o consumo de energia digital e levar em conta a diversidade, para que todos na empresa entendam as questões em jogo e sintam que ela tem algo a contribuir para a comunidade e para o mundo do futuro.

3.7.1 Considera que o uso de ferramentas digitais possui condições em contribuir para a comunidade e para o futuro levando em consideração o respeito à privacidade e o reconhecimento da diversidade?



Consideram que o uso de ferramentas digitais possui condições para contribuir para a comunidade no presente e no futuro, podendo fornecer condições responsáveis com um índice de 67,9% de controlo da energia digital e levar em consideração, a diversidade e a privacidade. Mostram-se otimistas em relação a responsabilização que poderá haver em relação ao uso de tecnologia e ferramentas digitais.

3.7.2 Quando utiliza as ferramentas digitais ocupa a maior parte do tempo de forma a distribuir o seu esforço entre redes sociais, o trabalho, a produção de conteúdo, a pesquisa de notícias e assistir filmes e séries?



Consideram que distribuem bem o tempo utilizando ferramentas digitais para aceder diversos conteúdos como das redes sociais, redes sociais, o trabalho produção de conteúdo, a pesquisa de notícias e assistir filmes e séries. No entanto, a frequência varia entre às vezes e muitas vezes. O que valeria a construção de uma pergunta para diagnosticar entres estes conteúdos os de maior frequência são utilizados.

4. Considerações finais

Os resultados alcançados para o processo de construção colaborativa de uma plataforma digital se mostraram viável em vista do nível de conhecimento, mesmo que mediano, de acesso ao digital para a realização das atividades diárias realizadas pelos educadores, onde trabalham.

Do ponto de vista das dimensões de capacidade humana e não técnicas, as pessoas mostram-se positivas em relação a si mesmas, para a construção de uma cultura digital, no entanto, ainda mostram-se em dúvida com um índice menor de aprovação em relação a instituição e suas estruturas sejam por meio de ferramentas digitais oferecidas ou mesmo pela qualidade do trabalho apresentado.

Cultura digital quer dizer a inserção ou aplicação da literacia digital na vida diária. Ou seja, o uso das tecnologias digitais ou virtuais como elemento intuitivo a ser pensado como a primeira possibilidade a ser utilizada em face a resolução de dilemas e desafios experienciados nas relações cotidianas. A cultura digital é, portanto, o uso do digital identificado nos hábitos e costumes de um grupo social ou ainda, cultura digital, são os processos de uso e incorporação no mundo da vida das sociedades atuais, destas tecnologias, construindo um novo *ethos* e com isso, um novo *nomus* ordenador de contextos, compondo um novo registro cultural.

Esta cultura de uso das tecnologias digitais, em uma organização, poderá ser medida, a partir do instrumento que apresentamos, tendo como base, as sete dimensões valorativas da cultura digital.

Referências

- BAUMAN, Z. **Tempos líquidos**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- BOTELHO, I. **Dimensões da cultura e políticas públicas**. Perspectiva, São Paulo, v.15, n.2, 2001.
- CASTELLS, MANUEL. De los procesos mentales a los sociales, de la creatividad a la comunicación con el entorno social. Pero la comunicación en la época de Internet y de la Web 2.0 implica una nueva frontera en la creatividad y la innovación. In: **Revista Telos**.

Disponível em: <<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero077/un-mapa-de-sus-interacciones/>> Acesso em: 30/03/2020.

CASTRO, L. G. F. de. (2016). **Uma análise referencial do curta “Tour Eiffel”, de Sylvain Chomet**. In: Ciberartigo: Linguística, Hipertexto e Educação. França, L. C. M.; Ferreira, L. P. S. (Org.). Aracaju: Editora Criação. Disponível em: <http://www.ciberpub.com.br/ebook2015/#_txtpr>. Acesso em: 10/02/2020.

CIGREF. **The CIGREF digital culture reference framework**. Actualités, cigref in english, publications du cigref. 2014. Disponível em: <<https://www.cigref.fr/cigref-digital-culture-reference-framework>> Acesso em: 03/07/2019

CHAUÍ, M. **Cultura política e política cultural**. São Paulo: Estudos Avançados, 1995,

CUCHE, D. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Trad. Viviane Ribeiro. Bauru: Universidade do Sagrado Coração, 2002.

BY, EDITED; BISERKA, CYJETIÈANIN; UZELAC, ALEKSANDRA. **Digital Culture: The Changing Dynamics**. Institute for Internacional Relations. Zegrab: UNIESCO, 2008.

UDENEY, GAVIN; HOCKLY, NICKY; PEGRUM MARK. **Letramentos digitais**. Tradução: Marcos Marcionilo. 1ª ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2016.

Françoso, D.J. **Gestão da Tecnologia da Informação: Teoria e prática**. São Paulo: Edipro, 2016

GERE, CHARLIE. **Digital Culture**. London: Reaktion Books, 2002.

GIANDOU, A. **Le CIGREF: u club de grandes entreprises acteur majeur de l'évolution des systèmes d'information em France**. 2010. Disponível em: <<https://www.cairn.info/revue-entreprises-et-histoire-2010-3-page-62.htm>> Acesso em: 01 de abril de 2020.

GIANDOU, A. **A cultura digital CIGREF quadro de referência – Uma ferramenta de avaliação para otimizar a transformação digital do seu negócio**, 2014. Disponível em: <<https://www.cigref.fr/cigref-digital-culture-reference-framework>> acesso em: 03/02/2020.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

GILSTER, P. **Digital Literacy**. Nova Iorque: John Wiley, 1997.

HOBBSAWM, E. **Tempos interessantes: uma vida no século XX**. Tradução: S. Duarte. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

LARAIA, R. B. **Cultura: um conceito antropológico**. 22.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

Lévy, P. **Cibercultura**. Coleção Trans. São Paulo: Editora 34, 2011.

GOUVEIA, L. B.; REGEDOR, A.B. **Ciência da Informação: Contributos para o seu estudo**. Freitas, J.A.G. (Org.). Porto, Portugal: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2012.

MEIRA, S. **Gente, digital: A grande transformação digital e seus impactos para as pessoas para as pessoas, nos negócios**. Recife: MuchMore digital, 2018.

SILVA, CICERO INÁCIO DA. **A era da infoestética** – entrevista com Lev Manovich. In.: Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF – 2012.

ROGERS, DAVID L. **Transformação digital: repensando o seu negócio para a era digital**. Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. 1ª ed. São Paulo: Autêntica Business, 2017.

O'REILLY, TIM. **Como será o futuro e porque ele depende de nós**. Tradução: João Van Zeller. 1ª ed, Lisboa, PT: 2018.

SANTAELLA, L. **Temas e dilemas do pós-digital: a voz da política**. São Paulo: Paulus, 2016.

SOARES, M. Novas práticas de leitura e escrita: letramento na cibercultura. **Educação e Sociedade**, Campinas, v.23, n.81, p. 143-160, dez. 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/es/v23n81/13935>> Acesso em: 05/04/2020.