

---

## **A FUNÇÃO RELAÇÕES PÚBLICAS NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO UM MODELO DE INTERPRETAÇÃO E ANÁLISE**

FERNANDO BANDEIRA

### **RESUMO**

Neste artigo, discute-se um modelo que visa ajudar os profissionais de R.P., a reflectir sobre o Impacto da Sociedade da Informação no seu trabalho e no seu desenvolvimento profissional, no seio das organizações. Nele são considerados: o quadro de referência da sua aplicação; o próprio modelo; a fundamentação metodológica das variáveis em análise; as regras gerais da sua aplicação e alguns casos exemplificativos.

### **ABSTRACT**

This article is about the definition of a model, able to help the Public Relation practitioners, to reflect on the Impact of Information Society in their work and in their professional development, within the organizations. It considers: the framework of its application; the model itself; the fundamentals for the choice of the variables in analyses; general rules for his application and some exemplificative cases.

### **Introdução**

Este texto, resulta de um conjunto de reflexões ditadas pela minha experiência didáctica, enquanto docente da disciplina Sistemas de Informações, na licenciatura em Relações Públicas (doravante R.P.), da Universidade Fernando Pessoa.

Convirá, previamente, avançar com algumas considerações, sobre as perplexidades e dúvidas que se colocam a um docente, quando necessita elaborar o programa, de uma disciplina de âmbito tecnológico, para uma licenciatura na área das ciências sociais e humanas.

De facto, se os conteúdos programáticos, de uma disciplina como Sistemas de Informação são, já por si, difíceis de estabelecer para licenciaturas em

## **A FUNÇÃO RELAÇÕES PÚBLICAS...**

áreas como engenharia, devido à volatilidade dos conceitos e constante inovação, nas ciências humanas, a questão agrava-se, sobretudo devido à ausência de uma cultura em temas tecnológicos, à ausência de saberes consistentes e fundamentados e ao possível desinteresse pelo tema.

Acresce que em muitos casos, o docente é confrontado com a questão: "para que é que isto me interessa?"

166

Esta questão, é por muitos académicos considerada um sortilégio, pois pretende-se que a universidade, transmita conhecimento, questione, abra horizontes e que não veicule meramente um saber instrumental e imediato.

Não se contesta a justeza deste pressuposto, mas também seria injusto não olhar para o esforço, trabalho e dispêndio económico, que muitos alunos aplicam nos seus cursos, para as exigências do mercado de trabalho e para o investimento, que representam as licenciaturas para muitos deles.

Nesse sentido e numa sociedade cada vez mais determinada pela tecnologia, convém encontrar um equilíbrio entre as duas posições, isto é, a do conhecimento e da sua aplicabilidade, tanto mais que uma licenciatura como R.P., terá sempre necessariamente um pendor prático e interventivo.

Neste contexto, penso e digo-o a todos os meus alunos, que as organizações não solicitam aos seus técnicos de informática, engenheiros ou gestores, que lhes elaborem planos de comunicação ou *press releases*, como tal, também não é razoável, que solicitem aos R.P. o desenvolvimento de bases de dados relacionais.

Contudo, tal como os primeiros devem ter, e de facto tem, uma cultura aprofundada das diferentes funções das organizações, também os R.P., deverão possuir uma cultura de marketing, sistemas de informação, recursos humanos, etc., só assim, poderão contribuir para o desempenho integrado das organizações, ganharão o respeito das outras funções e em última análise poderão desenvolver a sua própria.

É este, o pressuposto que norteia a filosofia dos meus programas de Sistemas de Informação, contudo de que consta o *curriculum*, perguntar-se-á?

No essencial a resposta, aponta para duas vertentes:

- a) Saber, no âmbito das R.P., o que é possível fazer com as tecnologias disponíveis, por forma a poder criar pontes com as outras funções nas organizações.

- b) Compreender de que forma a tecnologia, nos permite pensar e fazer diferente, quer ao nível da definição do estatuto profissional, quer ao nível do próprio desempenho profissional.

Estas respostas, não remetem para um restrito saber fazer (que a disciplina também inclui, na sua componente prática), mas e sobretudo, convidam a pensar pró-activamente o futuro, quer da função R.P., quer dos meios para o prosseguir.

Mas isso, só será possível a partir de um referencial suficientemente explicativo e sólido do ponto de vista conceptual.

Como resposta a estas perplexidades, o presente artigo, pretende apontar alguns caminhos e estabelecer algumas ferramentas, que permitam ao R.P., lidar e compreender os diferentes desafios e os problemas atrás mencionados.

Fá-lo a partir da construção de um modelo interpretativo da Sociedade da Informação, da reflexão sobre os seus objectivos, o âmbito e o desenvolvimento da função das R.P.

### **1 Âmbito e a natureza do debate**

*Um modelo interpretativo, tem sempre subjacente, um âmbito de aplicação e um conjunto de questões cardinais, em torno das quais se estrutura. Para o presente modelo foram identificados os seguintes:*

#### **a) Sociedade da informação mudança de paradigma**

A razão de ser deste texto, reside no pressuposto que a Sociedade da Informação, se constitui como uma ruptura de natureza estrutural, a infirmação dessa hipótese fere de pertinência o próprio texto.

Isto equivale a assumir, que actualmente, se vive um conjunto de mudanças, cujos efeitos são persistentes, influenciam a sociedade transversalmente a todos os níveis, de onde resultam, não meras alterações quantitativas, mas e sobretudo mutações qualitativas.

Estas metamorfoses de natureza estrutural, são, por muitos autores, designadas "novos paradigmas tecno-económicos":

*algumas tecnologias genéricas ou novos sistemas tecnológicos tem uma gama de aplicações tão vasta que afectam os factores e condições de produção em todos os sectores económicos....*

*Os novos paradigmas tecno-económicos constituem verdadeiras revoluções tecnológicas compostas por constelações de sistemas tecnológicos que implicam*

profundas mudanças estruturais, e consequentes crises de ajustamento, ao mesmo tempo que potenciam longos períodos de crescimento económico (Marques 1994:30)

Resulta óbvio, que os paradigmas tecno-económicos, implicam a existência de um conjunto de transformações básicas, que se impõe globalmente a todos os sectores de actividade, cujo entendimento obriga, por isso, à análise das suas componentes estruturantes.

168

Dito de outro modo, existem tecnologias, cujo impacto não se reduz exclusivamente aos ganhos de produtividade, mas (e mais importante) condicionam e influenciam globalmente a sociedade.

É hoje, despiciendo justificar que as tecnologias de informação, se enquadram nessa categoria, contudo, a discussão do seu impacto em muitos domínios do social e profissional permanece marginal.

O quadro que à frente se apresentará aspira, à sua medida, propiciar uma visão integradora do paradigma tecno-económico Sociedade da Informação. Pretende-se, por isso, analisar as tecnologias e os sistemas de informação, não exclusivamente na sua dimensão tecnológica, mas e mais importante: no conjunto das organizações, nas relações sociais e nas dinâmicas que se estabelecem entre as diferentes competências profissionais.

Dito de outro modo, não se trata de discutir “bits e bytes”, mas de uma discussão muito mais fundamental, a de perceber as dimensões estruturantes do novo paradigma Sociedade da Informação e da forma como elas afectam o desempenho dos profissionais de R.P., não deve, pois, estranhar-se o tom eclético e abrangente dessa abordagem.

*Antes de avançar para o próximos tópicos, será desejável que se estabeleça um ponto de ordem metodológico e isto porque, poderão ser múltiplas as linhas de análise com cabimento numa tal empresa.*

*Nesse sentido, será vantajoso definir os objectivos e limites do próprio exercício (o que será feito alíneas A a F).*

#### **b) Protagonizar o Futuro das R.P.**

Para Charles Handy “The excitement about the future is that we can shape it”, (Handy in Rowan et. al 1997:16), este entendimento aplicado às R.P., traduz-se num estimulante desafio que necessita ser secundado quer por um profundo debate, quer, em certos casos, por profundas mudanças ao nível das atitudes e das mentalidades.

Parece pacífico pensar-se, que os grandes desafios que se colocam às R.P., tem a ver com o que se pode designar “uma crise qualitativa de crescimento”.

De facto, se o seu crescimento quantitativo já se revelou: irreversível, contínuo, e exponencial, a sua evolução qualitativa é ainda uma incógnita, pois vive-se neste domínio, o que se pode designar uma crise qualitativa de crescimento, designadamente:

- Nos conteúdos da função;
- Na relação com os públicos;
- Nos processos e recursos;
- Na interacção com outras formas de intervenção (por exemplo o marketing, o jornalismo, a animação sócio-cultural, ou com outras funções emergentes e ainda não suficientemente consolidadas, como os gestores e animadores de sítios WWW).

É assim, cada vez mais necessário que, numa postura de “re-invenção”, os interessados, discutam, criem novas perspectivas e quadros de referência para as R.P.

### **c) A Agenda**

Essa “re-invenção” nas R.P., não tem tido a visibilidade nem tem merecido o debate alargado que pode ser constatado noutros campos profissionais.

Por isso, a agenda das R.P., encontra-se (talvez perigosamente) em aberto, pelo que compete aos seus profissionais e estudiosos, contribuir com: ideias, interrogações e debate, que lhes permitam ganhar o *momentum* e abrir “janelas de oportunidade”.

### **d) Aprendizagem organizacional**

Erroneamente, pode facilmente reduzir-se esse debate a uma discussão minimalista, centrada nas novas áreas de actividade e oportunidades que se colocam aos profissionais de R.P, contudo, o seu âmbito deverá ser mais abrangente e enquadrado numa reformulação global das organizações.

Pode, nesse sentido, evocar-se a contribuição Kess van Heigjen (1997), in “*The Art of Strategic Conversation*”, onde o autor sublinha que a discussão do futuro, se constitui como um cimento da cultura e aprendizagem organizacional, pois promove a reflexão estratégica.

Com efeito, essa discussão, visa antecipar e explorar cenários possíveis e dessa forma, permitir uma intervenção construtiva, crítica ou estratégica sobre a realidade, assim:

- Conduz ao reforço/redefinição dos modelos mentais;
- Melhora a percepção da organização;

- Robustece a tomada de decisão;
- Revitaliza os processos de gestão;
- Propicia a aprendizagem organizacional.

Nesta linha, o exercício que ora se propõe, visa não só apontar para a necessidade de compaginar as R.P. com os novos modelos organizacionais, mas também sublinhar o contributo que elas podem dar para a sua formulação.

**170**

O que atrás fica dito, pretende fundamentar um salto qualitativo para a função, essa viragem, presume que o papel das R.P. nas organizações, deixe de ser entendido como algo cujo conteúdo é definido noutras instâncias, para abrir as portas a uma visão pró-activa.

Com efeito, em muitas organizações, os R.P. estão numa posição subalter-nizada, como meros executores de estratégias definidas a outros níveis da organização, este *status*, pode impedi-los de participar plenamente das decisões estratégicas e reduzir a sua capacidade de acrescentar valor às organizações.

Pelo que atrás foi dito, é obrigatório colocar no mesmo contexto, o debate sobre do futuro das R.P. e o debate sobre o futuro das organizações.

#### **e) Cenários**

Ao estabelecer uma visão ou discussão de natureza prospectiva, pretende-se basicamente;

- Ao nível operacional: antever de que forma as condições e condicionantes futuras, influenciaram a nossa actividade;
- Ao nível tático: perceber, provisionalmente, quais os recursos a utilizar no futuro e quais as necessidades em termos de massa crítica;
- Ao nível estratégico: indagar de que forma é possível a uma determinada entidade influenciar, o curso futuro dos acontecimentos (recorde-se "The excitement about the future is that we can shape it"), que é sem dúvida, a perspectiva mais importante e interessante deste tipo de exercício.

Por outro lado, convém esclarecer, que o pensamento prospectivo, pode obedecer a dois tipos de pressupostos, que conduzem a metodologias radicalmente diferentes, na terminologia anglo-saxónica, a natureza da previsão é designada: "*hard*" ou "*soft*" (Burrus 1994: XX).

- Hard: as metodologias hard, relacionam-se com a manipulação estatística, são concretas e verificáveis, o exemplo clássico deste tipo de metodologias é a previsão demográfica.
- Soft: as metodologias soft, muitas vezes designadas “cenários”, contrariamente às metodologias anteriores, tem a ver com a construção de padrões, a especificidade e contornos do objectos de análise, baseiam-se em juízos sobre eventos e sobre as relações que esses eventos poderão estabelecer entre si.

Optar-se-à por uma abordagem cujas preocupações primordiais são: a dinâmica organizacional e as relações entre os diversos componentes do sistema, pelo que as metodologias *soft* parecem ser uma escolha natural e necessária.

Esta escolha, faz ainda mais sentido por uma razão adicional, as abordagens *soft* são orientadas para a decisão estratégica, pois visam antecipar e discutir cenários possíveis, que são, como foi mencionado, propiciadores intervenção construtiva, crítica ou estratégica sobre a realidade.

#### **f) Metodologia *Pipe***

Existem diversas metodologias de suporte à construção de cenários, uma das mais comuns é a metodologia “*pipe*”.

Trata-se de uma adaptação do conceito hegliano dialéctica (embora com algumas variações): nela o futuro é a consequência de um equilíbrio dinâmico, resultante da combinação dos factores estruturantes no presente e das expectativas sobre o modo como se processará a sua evolução e interacção no futuro.

Estabelecido o âmbito, a natureza e os objectivos do debate, apresentar-se-à seguidamente o quadro de referência das variáveis estruturantes da Sociedade da Informação, sucedendo-lhe algumas explicações sobre o seu funcionamento e a sua aplicação.

Quadro de Referência das Variáveis Estruturantes da Sociedade da Informação

SI Componentes Estruturantes	Tec. Informação	Organizações	Público
Baseada em informação e conhecimento	Sistemas abertos	Descentralização da decisão	Público global
<i>Informação não ocupa espaço</i>	Massificação	Flexibilidade organizacional	"Comprar" tempo
<i>Informação viaja à velocidade da luz</i>	Velocidade de processamento	Organizações virtuais	Primado do lazer
<i>Informação não "respeita" fronteiras</i>	Digitalização	Parcerias, alianças (coopetição)	Informação dinâmica
A economia do bit é recombinante	Convergência funcional	Lógica de projecto	Produtos personalizados
Os bits são recicláveis	<i>Desktop video conferência</i>	Redução das hierarquias	Problemas, resolução imediata
A inteligência passa para o receptor	Redes de elevado débito	Teletrabalho	Ciclos de consumo mais curtos
Convergência de meios	Processamento distribuído	Transposição de fronteiras	Obsolescência da procura
A SI é escalonável	Comunicações pessoais	Acção individual	Acesso imediato ao produtor
Standardização	Facilidade de utilização	Decisão por consenso	Acesso ao mercado global
Global	Inteligência Artificial, gentes filtros	Formação " <i>just-in-time</i> "	Suporte inteligente
Mundos Virtuais	Programação por objectos	Garantir a empregabilidade	Produtos escalonáveis
Nova relação Espaço-Tempo	<i>Multimedia Retrieval Systems</i>	Gestão por compromisso	Consumo da diferença
Desintermediação	Ambientes colaborativos	Reconversão profissional continua	Interdependência
Imediatismo	<i>Groupwork computing</i>	Ambientes colaborativos	Serviços e produtos amigáveis
Integração Horizontal	Integração e coordenação	Antecipação de problemas	Benefício futuro
Redes	Informação dinâmica e " <i>just-in-time</i> "	Obsolescência (processos, produtos)	
Discordância e Post-Modernismo	Processamento da decisão	Serviço/Qualidade/Inovação	

172

nota 1: este quadro é o resultado de diversas leituras, na impossibilidade de as citar exaustivamente, ficam aqui as referências consideradas principais.

Negroponce, Nicholas (1996), "Beeing Digital", First Vantage Books, New York, EUA.

Burris, Daniel (1994), "Techno Trends", Harper Bussiness, New York, EUA.

Tapscott, Don and Caston, Art (1993), "Paradigm Shift", The New Promise of Information Technology, McGraw-Hill, Inc., New York, EUA.

Davis, S. (1998), "Blur : the speed of change in the connected economy", Addison Wesley, NY.

Wang, C., (1997), "Techno Vision", McGraw Hill, NY.

Kelley, Kevin (1998), "New Rules for the New Economy", Viking Penguin, Middlesex, England.

Ridderstrale, Jonas, Nordstrom, Kjell (1999), "Funky Bussiness", Perason Education Limited, London England.

Cunning P., Froschl, F. (1999), "Electronic Bussiness Revolution" Springer, NY.

Price Waterhouse Co (1999) "Technology Forecast, Entertainment Media and Communications", Price Waterhouse World Firm Services BV, Menlo Park, CA.

nota 2: na generalidade os conceitos empregues são do conhecimentos geral, caso se pretenda uma abordagem ulterior sugere-se a leitura de: Bandeira, Fernando, "Economia Informacional, a mudança de paradigma e seu impacto nas sociedades modernas", *Revista da UFP*, nº5 (2000): pp: 409:422.

Aconselha-se também consulta do sítio Janela na Web (<http://www.janelanaweb.com/>), onde poderá ser consultado um vasto acervo de interessantes textos e onde os conceitos avançados são tratados exaustivamente.

## **2 Funcionamento do modelo**

Convém, antes do mais, referir que existe perfeita consciência de que a caracterização de cada uma das variáveis é generalista e pode perfeitamente ser complementada com outros elementos.

Com efeito, podem existir perspectivas de análise mais específicas, o que justifica um recorte conceptual mais restrito, por outro lado, a realidade está em constante evolução, pelo que novos conceitos surgem a cada momento e como tal, devem ser apreendidos e questionados.

### **A) Justificação da escolha das variáveis do modelo e seu significado**

*Construir um quadro de referência para um fenómeno tão vasto e complexo como a Sociedade da Informação, implica escolha e abstracção, uma tarefa por natureza redutora, conseqüentemente, a validade desse quadro em muito dependerá da fundamentação metodológica das escolhas feitas. Justifica-se, por isso, a clarificação dos conceitos que suportam cada um dos critérios, assim:*

#### **a1) SI Componentes estruturantes**

Cada sociedade assenta num conjunto de práticas, valores, tecnologias, instituições, ideologias, que determinam a fronteira das suas possibilidades, a maneira como se estabelecem as relações sociais e entre instituições, o seu modo de produzir, etc.

Essas componentes estruturantes são coerentes entre si, condicionam a sociedade na sua globalidade, são, pode dizer-se, causa e consequência do processo evolutivo, das diferentes dimensões que perfazem a trama do tecido social.

*Mutatis mutandis*, plasmam, em larga medida, os aspectos mais determinantes de cada sociedade, constituem o seu cimento, um conjunto de regras e leis "invisíveis", que regulam todas as trocas a todos os níveis, constituem, em suma, uma chave preciosa e fundamental para leitura e a acção sobre o real.

#### **a2) Tecnologias de Informação**

Entre outros modelos de análise, o materialismo, mais concretamente na sua vertente Marxista, coloca uma grande ênfase nas infra-estruturas materiais, que considera determinarem a supra-estrutura (genericamente o social).

Não cabe neste texto, argumentar a extensão da veracidade desta tese, contudo, é pacificamente aceite que as tecnologias, a forma como os bens

são produzidos, a propriedade e distribuição dos bens produzidos, condicionam substancialmente as relações sociais, os modelos organizacionais, o acesso à riqueza, etc.

O critério tecnologias é adjectivado de “de Informação”, porque são essas as tecnologias dominantes nas sociedades actuais.

Convém antes de concluir, fazer uma pequena ressalva, a informação, em bom rigor, não tem a ver exclusivamente com o que o vulgo designa por “informática”, ela compreende desde a biologia genética, à teoria das redes, à tecnologia anti-ruído, medicina, etc.

174

Posta esta ressalva, por questões de economia de texto, reduzir-se-á a análise às tecnologias de informação e comunicação (TIC's).

### **a3) Organizações**

As organizações, são a instância do social que melhor plasmam as modificações introduzidas por novas tecnologias (sejam elas quais forem).

Com feito, a introdução de novas tecnologias é motivada, via de regra, pela obtenção de vantagens ou necessidades competitivas, que, como é sabido, representam o emergir de uma perspectiva estratégica, em si mesma, causa e consequência do desenvolvimento de uma massa crítica.

A abordagem dos novos modelos organizacionais, faz sentido neste contexto, pois se por um lado eles representam ajustamentos estratégicos derivados da aplicação de novas tecnologias, por outro, representam desafios e oportunidades, em termos da redefinição dos perfis profissionais, que não devem ser dissociados de perspectivas inovadoras, quer ao nível dos produtos, quer dos processos.

### **a4) Público**

O público não constitui um critério por direito próprio, a sua inclusão, justifica-se pelo facto deste texto se destinar a futuros profissionais de R.P..

Assim, uma visão pró-activa das R.P, deve levar em consideração que as relações com os públicos não são pré-determinadas, antes pelo contrário, elas evoluem e reflectem a dinâmica do próprio tecido social.

Por isso, compete aos R.P., não só seleccionar e escolher os melhores instrumentos para comunicar com os seus públicos, mas também tomar consciência das mutações pelas quais eles vão passando, para que seja possível, facilitar-lhe o tipo de informação que eles necessitam, no formato mais adequado e usando os meios mais eficazes.

## **B) Aplicação do modelo**

Os elementos caracterizadores de cada uma das variáveis devem, tanto quanto o possível, ser embebidos nos produtos ou processos das organizações, pode, se assim se entender, considerar-se esses itens como uma "check list".

De facto, em cada opção deve ser considerada uma constelação de itens, a analisar minuciosa e criticamente, pesando o prós e os contras, pois tem os seus custos, que devem, obrigatoriamente, ser equacionados em termos de proveitos.

Obviamente, este objectivo não pode ser prosseguido em termos absolutos, em última análise, nada é mais penalizante que o uso da tecnologia pela tecnologia.

Pode ainda acontecer, que os recursos disponíveis inviabilizem certas soluções, por mais interessantes e justificáveis que se apresentem.

É ainda fundamental uma perfeita adequação dos meios aos fins, por vezes, soluções brilhantes do ponto de vista técnico, de conteúdos e estética, esbarram com questões tão mezinhas como o facto dos destinatários não disporem de uma determinada versão de *software*, ou não estarem disponíveis para dispensar algum do seu tempo, numa tarefa que resultaria objectivamente em seu proveito (por exemplo, ler instruções de utilização).

Ponderadas estas considerações, deve avaliar-se para cada processo e/ou produto, de que forma se podem contemplar o maior numero de elementos apresentados na tabela. Sublinhe-se, ainda, que não existe nenhuma correspondência entre os elementos de um coluna e os elementos da coluna ao lado.

No tocante à articulação de cada uma das variáveis, visto que Componentes e Público são variáveis exógenas às organizações (que as organizações não podem alterar), deverão ter primazia hierárquica, isto é, devem ser consideradas em primeiro lugar.

Segundo essa lógica, antes de definir o perfil de um produto ou processo, será desejável, definir-se as suas funcionalidades e a sua pertinência em termos do público alvo.

Uma vez estabelecidos estes objectivos, passar-se-á à coluna das Tecnologias de Informação, para escolher quais entre elas se aplicam aos objectivos e a forma como essa aplicação será levada a cabo.

Por fim, o desenvolvimento de novas soluções e tecnologias, pode exigir a reformulação (estrutural ou conjuntural) do modelo de organização, convém pois contrastar os requisitos na coluna Organizações, com a especificidade das decisões anteriormente tomadas.

Embora esta avaliação não seja muito frequente, ela é decisiva e pode em muitos casos ditar o sucesso ou o insucesso de um projecto.

176

Questões como: Quais são os requisitos necessários em termos de massa crítica? Existe suficiente coordenação nas equipas de trabalho? Existe capacidade de antecipar problemas? Existe a iniciativa individual necessária? Existe uma cultura organizacional compatível? São fundamentais para a boa execução de um projecto, sobretudo quando ele pressupõe inovação e soluções versáteis.

Apresentado o funcionamento básico do modelo, é chegada a altura de abordar a sua aplicabilidade, são três as situações previstas para a aplicação do modelo:

#### **b1) Vertente Operacional**

Seja qual for a actividade ou processo a desenvolver, a utilização do quadro, deverá permitir a uma análise do ponto de vista da sua operacionalidade, isto é, a partir da tabela, poderão ser colocadas sistematicamente questões como?

- É possível acedê-lo independentemente da localização?
- Processo encurta a “distância” com o cliente?
- A interacção com o cliente é dinâmica?
- De que forma podem ser ajustáveis às suas necessidades específicas?
- Posso distribuí-lo no maior número de plataformas possível (internet, tv inter-activa, telemóvel, consolas de jogos, etc)?
- Quais os processos inteligentes que posso integrar-lhe?
- Está a organização dimensionada para as questões que tal produto ou processo colocam?
- Existe a massa crítica necessária?
- Preciso de estabelecer novas parcerias?

Considere-se, a título de exemplo, que uma organização que pretende fazer uma apresentação institucional.

Pode fazê-lo no formato tradicional, isto é em papel, ou em formato digital, formato que facilmente poderá cobrir um conjunto mais vasto de funções, por de exemplo, poder distribuí-la e actualizá-la quase imediatamente pelos seus públicos.

Se admitir no seu desenvolvimento, a possibilidade de o destinatário ter uma base de dados para recolher informação, não será desejável possibilitar que a informação do meu recurso de informação seja directamente exportável para essa base de dados? Permito-lhe ganhar tempo, tornar a informação dinâmica e criar relações de interdependência.

E se em vez de se estruturar a apresentação segundo a lógica definida pela empresa, se criar um "mundo virtual", onde o destinatário define, ele próprio, os recursos que pretende visitar?

E se se for um passo mais além, dotando recurso da possibilidade do marcar uma vídeo conferência, ou mesmo de um agente inteligente, que vai colocando questões e orientando o visitante, ao mesmo tempo que envia por e-mail para o seu computador documentação pertinente (repare-se que a decisão passa para o destinatário, propicia-lhe um suporte inteligente, um ambiente colaborativo,,,)?

O exemplo poderia ser muito mais desenvolvido, deixo esse exercício para o leitor, caso o julgue interessante, o que importa notar, é que embora não se trate de soluções vulgares, elas são perfeitamente exequíveis, pois existe a tecnologia necessária e a preços razoáveis para as implementar, contudo, é necessário desenvolver a massa crítica para as conceber e desenvolver.

## **b2) Vertente Interpretiva**

A presente tabela, pode também ser usada numa vertente interpretativa, isto é, utilizada para tentar perceber e caracterizar o que a concorrência anda a fazer, ou se já o fez e foi bem sucedida, o porquê desse sucesso.

Poderá ainda permitir-nos antecipar os caminhos que se lhe abrem e quais serão os seus próximos passos, etc.

Por exemplo:

"... os fabricantes esperam atingir uma cota de 50% do mercado com novos equipamentos digitais, mudando radicalmente a forma como fazemos fotografia..."

No final de umas férias de verão, o jovem casal partiu do Algarve ao cair da tarde, chegando a casa já a noite ia longa. Largados os sacos, ligaram o computador e, em alguns minutos, colocaram as fotografias de férias no disco

rígido, de onde as passaram depois para um CD gravável. Pouco depois, enviavam os ficheiros digitais para o serviço central da Fugi, para serem impressos em papel fotográfico, indicando o estabelecimento onde pretendiam receber as ampcópias no formato 10X15....

Os utilizadores podem assim, colocar as suas imagens na Web, para mostrar aos amigos e familiares, mas também ordenar ao laboratório a sua impressão” (Antunes 2001:129)

Este excerto, citado da “Revista” de “O Expresso”, refere-se a um novo serviço da Fugi, convida-se leitor a analisá-lo à luz da tabela e monitorizar o impacto desse novo serviço na organização.

**178**

Se são permitidas algumas questões:

- Trata-se de um simples serviço ou de uma mudança no relacionamento com os clientes?
- Terá implicações no modelo organizacional?
- Obrigará à incorporação de novas tecnologias?
- Quais as vantagens que trás ao público?
- De que forma responde os seus padrões de consumo?

### **c3) Vertente Prospectiva**

A vertente prospectiva, relaciona-se com a utilização do modelo, para identificar de que forma as organizações, podem condicionar o desenvolvimento futuro das suas áreas de actividade e antever, em função das circunstâncias actuais, de que forma vão evoluir.

Embora correndo-se o risco de abusar da boa vontade do leitor, propõe-se um exercício suplementar: com recurso à tabela, de que forma é que a vulgarização, a curto prazo, da TV interactiva e a introdução de papel digital<sup>1</sup>, a médio prazo, poderão influenciar este novo serviço agora oferecido pela Fugi?

### **Conclusão**

Ao rere o presente texto, assaltou-me uma preocupação: será que a aplicação do modelo a casos práticos não deveria ter sido mais explorada?

---

<sup>1</sup> Trata-se de um produto em desenvolvimento por diversas empresas, que consiste numa folha, que cabe dobrada numa vulgar carteira e que disponibiliza funcionalidade similar aos actuais computadores, incluindo armazenamento processamento de dados e comunicações pessoais.

Não o fiz conscientemente, pois os modelos, são uma espécie de obra aberta, a sua interpretação e utilização cabe ao seu utilizador, no presente caso, essa aceção é ainda é mais reforçada, dada a abrangência e complexidade da matéria em análise.

Gostaria de solicitar, caso o leitor considere, que o esforço colocado na definição deste modelo, merece a sua atenção e é digno da sua crítica, que enviasse as suas contribuições pelo *e-mail* f.bandeira@mail.telepc.pt.

#### BIBLIOGRAFIA

- Antunes, José. "A imagem no século XXI", *Revista/O Expresso*, nº 1494 (16 Junho 2001) pp 128:130.
- Bandeira, Fernando, "Economia Informacional, a mudança de paradigma e seu impacto nas sociedades modernas", *Revista da UFP*, nº5 (2000): pp: 409:422.
- Burrus, Daniel (1994). "Techno Trends", Harper Bussiness, New York, EUA.
- Cunning P., Froschl, F. (1999). "Electronic Bussiness Revolution" Springer, NY.
- Davis, S. (1998). "Blur : the speed of change in the connected economy", Addison Wesley, NY.
- Gibson, Rowan et al (1997). "Rethinking the future", Nicholas Brealy Publishing NY, EUA
- Heidjen, Kess van, (1997). "The Art of Strategic Conversation", John Wiley and Sons, NY, EUA
- Kelley, Kevin (1998). "New Rules for the New Economy", Viking Penguin, Middlesex, England.
- Marques, José Manuel (1994) "As tecnologias de Informação e Electrónica em Portugal", DGI, Lisboa.
- Negroponte, Nicholas (1996), "Beeing Digital", First Vantage Books, New York, EUA.
- Price Waterhouse Co (1999) "Technology Forecast, Entertainment Media and Communications", Price Waterhouse World Firm Services BV, Menlo Park, CA.
- Ridderrstrale, Jonas, Norddstrom, Kjell (1999). "Funky Bussiness", Perason Education Limited, London England.
- Tapscott, Don and Caston, Art (1993). "Paradigm Shift", The New Promise of Information Technology, McGraw-Hill, Inc., New York, EUA.
- Wang, C., (1997). "Techno Vision", Mcgraw Hill, NY.