CULTURA DIGITAL DEFINIÇÃO E DIMENSÕES CONSTITUTIVAS: UMA PROPOSTA PARA MAPEAR E DIAGNOSTICAR AS CONDIÇÕES DE USO DO DIGITAL NAS ORGANIZAÇÕES

Paulo Sérgio Araújo
Luis Gouveia

1 Introdução

Considerando o uso exponencial do digital, por meio de tecnologias disruptivas em todos os setores da atividade humana que estão transformando os modelos e processos de negócios (ROGERS, 2017) com grande eficiência laboral em modelos online, destaca a emergência de letramentos digitais nas organizações. Este é o primeiro estágio para o desenvolvimento da cultura digital. O que já advertia Kilpi ao escrever que "a forma e a lógica das entidades econômicas e organizacionais precisam necessariamente mudar! As principais empresas devem agora ser [...] ágeis com uma grande rede de colaboradores" (KILPI *apud* O'REILLY, 2017, p.143).

Mudança ágil e permanente em um contexto instável e fluido, uso do digital em larga escala para disponibilizar conteúdos educativos, transações econômicas, prestações de serviços de primeira ordem social, etc. "tempos interessantes" uma expressão do historiador

Hobensbawm (2002), uma estratégia positiva ao se referir a contextos de incertezas.

A compreensão de conceitos vinculados a sociedade da informação como a cultura digital, a literacia digital, as dimensões do digital e até mesmo a metamix, formam um substrato nestes tempos de transformações digitais em larga escala. Neste intuito, nos direcionaremos a partir da indagação: o que se entende por cultura digital como objeto do conhecimento e qual a relação com o letramento ou literacia digital?

2 A complementariedade entre literacia digital e cultura digital

A compreensão dos conceitos de literacia digital e cultura digital serão apresentados neste texto, em vista de indicarmos a relação intrínseca de complementariedade entre ambas e a identidade conceitual que cada qual possui.

Os conhecimentos constituídos em tendências tecnológicas que influenciam os comportamentos em todos os níveis e precisam ser entendidos como um fenômeno complexo em seus modos operantes. A construção na cultura de um fenômeno aparentemente novo, engendra conteúdos já existentes. Análoga a essa ideia Manovich (*apud* SILVA 2012), apresentou o conceito de metamix como esse fenômeno, para a identificação e operacionalização do que intitulou Infoestética, uma lente interpretativa ou categoria que designa "às práticas culturais que podem ser melhor compreendidas como uma resposta às novas prioridades da sociedade da informação: dar sentido à informação, trabalhar com ela e produzir conhecimento a partir da informação" (MANOVICH *apud* SILVA, 2012, p.5). Defendemos neste contexto o metamix como um processo de instanciação da cocriação.

Sentido, trabalho e produção de conhecimento, a partir da informação, são dispositivos para a construção e reprodução da cultura, que podem ser ou costumam ser "*várias formas de estilo de vida culturais: música, moda, design, arte, aplicações Web, mídia criada pelos usuários, comida, estão cheias de remixagens, fusões, colagens e "mashups*" como destaca Manovich (*apud* SILVA, 2012, p.7).

Com a construção do conceito de metamix, este autor possui a ferramenta necessária para a construção de uma fenomenologia, a partir das diversas produções culturais no geral, dentre as quais, aquelas remixagens da web. A observação constitui um dos elementos deste método, como podemos perceber em sua afirmação.

> Em "*metamix*" eu procuro primeiro observar os momentos chaves na história do que pode ser chamado de "*computação cultural*" – em particular, a história de como os computadores foram gradualmente permitindo a habilidade de simular quase todos os tipos de mídia previamente existentes e formas artísticas, como impressão, fotografia, pintura, filme, vídeo, animação, composição musical, edição e gravação, modelos 3D e espaços 3D. Como resultado dessa tradução da mídia física para o software, a mídia adquiriu inúmeras propriedades novas e fundamentais. [...] Em outras palavras, a partir de agora, o que estamos cotidianamente em nossa rotina mixando são os vocabulários e as gramáticas das mídias previamente separadas, cada uma em seu suporte. Esse fenômeno eu denomino "*metamix*". (MANOVICH *apud* SILVA, 2012, p.9).

Do ponto de vista objetivante, ou seja, de observação do fenômeno pode ser uma perspectiva interessante como instrumento para análise em um tempo que crescemos de uma bússola interior, para navegar em mar informacional. Para descrição e compreensão das transformações culturais em seus diversos âmbitos, no entanto, precisaremos ainda de alguma compreensão dos aspectos do uso que os sujeitos fazem da tecnologia digital, em seus espaços de trabalho e a maneira como agem intuitivamente diante de uma questão, ou problema a ser solucionado, já utilizando a tecnologia digital. De fato, isso envolvem aspectos de aprendizagem técnica relacionado primeiramente a literacia digital. Em um segundo momento, quando intuitivamente as pessoas passam a utilizar em suas questões cotidianas, ou seja, passam a compor o *ethos* hábito e *ethos* costume passamos a analisar na perspectiva da construção de uma cultura digital.

2.1 Literacia digital

O conceito literacia é considerado neologismo, aproxima-se da palavra letramento ou pode ser aplicado como uma alternativa, a palavra alfabetização no contexto digital. Esta palavra deriva do latim *litteram,* que também deriva a palavra letramento*, que* na cultura portuguesa, desde o século XV, quer dizer a capacidade que um sujeito desenvolveu de ler e escrever (SOARES, 2002).

É interessante o fenômeno que tem ocorrido em nossas sociedades contemporâneas, percebe-se que, por mais diferentes socioeconomicamente e culturalmente, apresenta-se a necessidade de reconhecer e nomear práticas sociais de leitura e de escrita mais avançadas e complexas, ligadas ao digital. Assim, em meados dos anos de 1980 e, esse dá, simultaneamente, a invenção do letramento no Brasil, do *Illetrisme*, na França, da literacia, em Portugal, para nomear fenômenos distintos daquele denominado, alfabetização ou letramento (SOARES, 2002).

O engenheiro desse conceito literacia digital foi Gilster (1997), segundo ele, esta expressão idiomática, refere-se a "tensão lógica da própria literacia da mesma forma que o hipertexto é uma extensão da experiência da leitura tradicional" (GILSTER, 1997, p. 230). Sendo que, este autor a define "como a habilidade de entender e utilizar a informação de múltiplos formatos e proveniente de diversas Fontes quando apresentada por meio de computadores" (1997, p .1). Assim, este conceito se amplia quando todo um contexto associado às tecnologias da informação em correlação ao aprimoramento do aprendizado dessas ferramentas do ciberespaço (LÉVY, 2011).

Letramentos digitais podem ser também definido como: "habilidades individuais e sociais necessárias para interpretar, administrar, compartilhar e criar sentido eficazmente no âmbito crescente dos canais de comunicação digital" (DUDENEY; HOCKLY; PEGRUM, 2016, p. 17).

A possibilidade de ser letrado digitalmente poderá não garantir a construção de uma cultura digital. O simples fato de conhecer ferramentas e aplicações de tecnologia da informação e comunicação, não implica a inserção em seu *ethos* hábito na utilização diária diante de qualquer situação em que essas tecnologias podem ser uteis a facilitar

o próprio trabalho. A literacia digital comporta o estágio de conhecimento técnico, ou seja, refere-se a capacitar indivíduos para o uso de editores de texto, planilhas, navegação e pesquisa na Internet, aprender a encontrar e aplicar o que se deseja ou precisa.

Embora Castells (2012), em dossiê publicado pela revista Telos, define a cultura digital em seis tópicos:

> *1. Habilidade para comunicar ou mesclar qualquer produto baseado em uma linguagem comum digital;*
>
> *2. Habilidade para comunicar desde o local até o global em tempo real e, vice-versa, para poder diluir o processo de interação;*
>
> *3. Existência de múltiplas modalidades de comunicação;*
>
> *4. Interconexão de todas as redes digitalizadas de bases de dados ou a realização do sonho do hipertexto de Nelson com o sistema de armazenamento e recuperação de dados, batizado como Xanadú, em 1965;*
>
> *5. Capacidade de reconfigurar todas as configurações criando um novo sentido nas diferentes camadas dos processos de comunicação;*
>
> *6. Constituição gradual da mente coletiva pelo trabalho em rede, mediante um conjunto de cérebros sem limite algum. Neste ponto, me refiro às conexões entre cérebros em rede e a mente coletiva (CASTELLS, 2012, p.2).*

Essas definições, reportam aspectos da literacia digital, indicam condições de letramento e conhecimento das tecnologias digitais. Já as condições e a construção do uso do digital, como elemento engendrado na cultura no *ethos* hábito e *ethos* costume do digital refere-se a cultura digital propriamente conteúdo que será apresentado, a seguir.

2.2 Cultura digital

Embora Levy (2011), se mostre contrário à metáfora do impacto das tecnologias de informação sobre a sociedade ou a cultura, por ser esta interpretação, segundo ele, um contrassenso que revelaria uma ideia de profunda passividade por parte da cultura, como se a tecnologia

não fosse produzida, e reproduzida a partir de seu âmago e se perpetuaria nos hábitos e depois de maneira macro nos costumes, construindo um novo *ethos* e com isso, um novo *nomus* ordenador de contexto.

Contrário à ideia de que a tecnologia digital se mostra na condição de um asteroide, que impactando o espaço onde caísse, transformaria todos os espaços que receberam este impacto. Todavia, ele destaca que "a emergência do ciberespaço acompanha, traduz e favorece uma evolução geral da civilização. Uma técnica é produzida dentro de uma cultura, e uma sociedade encontra-se condicionada por suas técnicas" (LEVY,2011, p.25).

O que se constata é um processo de significativa alteração social, tendo em vista o uso que as tecnologias de comunicação e informação já estão incorporadas na nossa vida e delas recebemos inúmeros benefícios e alterações que nos afetam fortemente e que entre outras realidades, se repercutem no mundo e nas relações humanas, no trabalho, na saúde, na economia, na educação e nos mais diversos aspectos das relações pessoais e sociais compondo, de fato uma nova forma de ser e estar (CASTRO, 2016). O fato é que as novas possibilidades criadas pelas TIC conectividade global e o surgimento de redes desafiam nossas formas tradicionais de entender a cultura, estendendo-a também, para a cultura digital (BY; CYJETIÈANIN; UZELAC, 2008).

A junção de dois conceitos categóricos, o primeiro é o de cultura e o segundo é o digital. A concepção universalista da cultura foi sintetizada por Edward Burnett Tylor (1832-1917), que, segundo Cuche (2002), é considerado o fundador da antropologia britânica. Ele escreveu a primeira definição etnológica da cultura, em 1817.

> Tomando em seu amplo sentido etnográfico [cultura] é este todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade (Tylor *apud* LARAIA, 2006, p.25).

Esse conceito passou a ser reconhecido, segundo Cuche (2002), como sendo o primeiro conceito científico de cultura.

Tomaremos como referência fundamental esse significado, devido a sua abrangência.

A cultura é considerada como uma "*segunda natureza*", posto que a espécie humana integrada à primeira natureza, a partir de um equipamento biológico, não se deixa moldar à uma esquemática determinística de um contexto instintivo puro e, simplesmente, estabelecido pela primeira natureza, mas transcende as circunstâncias reais, criando condição de possibilidade, a partir da construção de artefatos concretos e estratégias abstratas, que permitam diversificar as formas de habitar o mundo em grupos sociais ao decorrer dos tempos históricos. Dessa maneira, a cultura é transmitida pela socialização na formação dos sujeitos, nos seus respectivos meandros nucleares de entrada no mundo e será reinterpretada, quando exteriorizada por esse mesmo sujeito socializado. Por isso, nenhum sujeito é passivo recebedor de um arcabouço cultural apresentado pelo seu grupo de origem, mas sim, intérprete e nessa direção faz sentido a afirmação de Lévy (2011), ao destacar a participação direta dos sujeitos na produção da cultura e do digital.

O conhecimento sobre o humano passa profundamente pelo *lócus* em que ele está situado. Nessa perspectiva, a tentativa de conceituação de quem é esse ser perpassa, segundo Geertz (1978), pela cultura. Ela toma consistência em estruturas de significação socialmente estabelecidas e partilhada intersubjetivamente.

A cultura tornou-se, portanto, um conceito hermenêutico ou o substrato, segundo o qual se é possível examinar a constituição de um povo. Nessa direção, a contribuição de Franz Boas (1858-1942), demonstrou-se primorosa, por ter sido um dos pesquisadores que mais influenciou o conceito contemporâneo de cultura na antropologia americana.

Ao tomarmos a cultura como hábitos adiquiridos ou seja, ações individuais repetidas e na medida que temos um conjunto de sujeitos com hábitos definidos, podemos dizer que há neste grupo um costume, ou um conjunto de comportamentos relativamente repetido e compartilhado por todos em um determinado contexto e, nesse sentido, que atua a cultura digital.

De certa forma, Geertz (1989) já havia indicado nessa direção a sua interpretação das culturas, onde acentua as fontes linguísti-

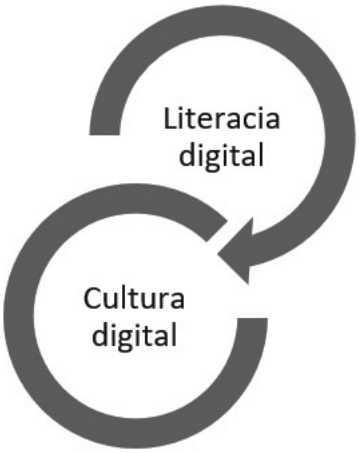
cas como pressupostos interpretativos para o entendimento do *ethos* cultural (Geertz, 1989, p.9). A cultura se produz "através da interação social dos indivíduos, que elaboram seus modos de pensar e sentir, constrói seus valores, manejam suas identidades e diferenças e estabelecem suas rotinas", como ressalta Botelho (2001, p.2). Chauí (1995), também chama a atenção para a necessidade de ampliar o conceito de cultura, tomando-o no sentido de invenção coletiva de símbolos, valores, ideias e comportamentos, "de modo a afirmar que todos os indivíduos e grupos são seres e sujeitos culturais" (p.81). Valoriza-se o patrimônio cultural imaterial – os modos de fazer, a tradição oral, a organização social de cada comunidade, os costumes, as crenças e as manifestações da cultura popular que remontam ao mito formador de cada grupo.

Alguns dos elementos em destaque no nosso contexto cultural é "a digitalidade pode ser pensada como um marcador da cultura, porque abrange os artefatos e os sistemas de significação e comunicação que demarcam mais claramente o modo de vida contemporâneo dos outros" (GERE, 2002,p. 12).

O digital é definido como "a representação de base eletrônica da informação, com recurso a computadores e rede" destaca Gouveia (2012, p.44).

Com esta junção conceitual, temos a compreensão de que a cultura + digital constitui-se as perspectivas do conhecimento do digital ligado a literacia e o segundo passo quando o conhecimento técnico já está inserido no cotidiano da vida das pessoas temos uso de recursos digitais presente como hábito e costume e se tornando comuns para a sociedade da informação constituida como "uma nova ecologia social que condiciona hoje as experiências e oportunidades dos cidadãos, onde o ambiente da rede digital trouxe novas práticas, possibilidades e ameaças" (BY; CYJETIÈANIN; UZELAC; 2008, p.12) o que podemos concluir que este percuso indica a interrelação entre literacia digital e cultura digital. Esta nova ecologia social é o mesmo que a construção e percepção do surgimento de uma cultura digital.

Figura 01: Ciclo de complementariedade entre os dois conceitos



Fonte: os autores

No que se refere a valoração da cultura digital, ou seja, a cultura de uso do digital em uma sociedade da informação, By, Cyjetièanin e Uzelac (2008) apresentam um panorama de autores e conceitos interconectados a cultura digital.

> Uma sociedade da informação é uma sociedade em que a criação, distribuição, difusão, uso e manipulação de informação é uma atividade econômica, política e cultural significativa. Kahn e Kellner definem uma sociedade da informação como "*um espaço dinâmico e complexo no qual as pessoas podem construir e experimentar experiências de identidade, cultura e práticas sociais*" (KAHNAND KELLNER, 2008, p. 23). Segundo Castells (1996), uma sociedade em rede é uma sociedade em que as principais estruturas e atividades sociais são organizadas em torno de redes de informação processadas eletronicamente. De um modo geral, o termo "*sociedade do conhecimento*" refere-se a qualquer sociedade em que o conhecimento é o principal recurso de produção, em vez de capital e trabalho. A "*sociedade do conhecimento*" se origina de obras de Peter Drucker, Robin Morgan e Nico Stehr. A UNESCO (2005) introduziu o termo "sociedades do conhecimento" (plural enfatizando a aceitação do elemento diversidade) para enfatizar a importância do conhecimento como recurso compartilhado e a importância de promover novas formas de solidariedade, bem como enfatizar a diferença de conceito – sociedade da informação baseada em

> avanços tecnológicos; sociedades do conhecimento que abrangem dimensões sociais, éticas e políticas muito mais amplas (BY; CYJETIÈANIN; UZELAC; 2008, p.12).

Esta sociedade da informação constituída por uma característica *sui generis* de permanente transformação e alteração do registro sociocultural identitário, para uma perspectiva por meio da qual se constitui um *nomos* cambiante, onde não podemos ter como referência, a ideia de *mutatis mutandis,* a expressão latina que significa mudando o que tem de ser mudado. Ora muda-se constantemente o dever ser e o fluxo de informação que se mostra cada vez mais veloz, de difícil processamento e fluido (BAUMAN, 2007). Pode-se dizer, de fato, que esta mudança vem acompanhada por um grande impacto.

> Quando se discute o impacte do digital – entendido como a representação de base eletrônica da informação, com recurso a computadores e redes – devem ser tomados dois dos conceitos essenciais ao indivíduo e a sua percepção de realidade: espaço e tempo. [...] De facto, verifica-se que um dos corolários do recurso ao digital é uma mudança profunda nos hábitos e na forma como os indivíduos manipulam a informação. (FREITAS; GOUVEIA; REGEDOR, 2012, p. 44).

Em se tratando de estruturas empíricas digitais, que advém da cultura e que podemos por meio das mesmas entender um pouco desta mesma sociedade e das alterações causadas nela, podemos dizer "[...] a técnica é um ângulo de análise dos sistemas sociotécnicos globais, um ponto de vista que enfatiza a parte material e artificial dos fenômenos humanos, e não uma entidade real, que existiria independente do resto, que teria efeitos distintos e agiria por vontade própria" (LÉVY, 2011, p.22).

Mesmo tentando visualizar a não independência ou a dissociação da técnica do humano, assistimos constantemente e cada vez mais, a processos de automação com o uso maciço de tecnologia em substituição, com maior eficácia, da presença humana nos processos produtivos de mercado (FRANÇOSO, 2016). Por esse caminho, teríamos muitos pontos para explicitar e discutir, todavia, a nossa perspectiva

reveste-se de outra significância no contexto da cultura digital, que dedutivamente se apresenta como um tema geral incorporado e reproduzido na pragmática das circunstâncias cotidianas e particulares das vidas das pessoas.

O nosso interesse, a seguir, está em discutir a temática do uso do digital e os processos de interação, que por meio dele poderá se constituir a cultura do digital, com o recurso ao uso e exploração de estruturas digitais e a possibilidade de dimensões que possam servir como critério para o mapeamento e diagnóstico em uma organização.

3 Dimensões da cultura digital

As 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). O documento intitulado: "The CIGREF digital culture reference framework. An evaluation tool to optimize the digital transformation of your business" (GIANDOU, 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.

Retomando a questão motivadora que é: como diferenciar cultura digital e literacia digital e como os membros de uma organização percebem a cultura digital em si mesmos, tendo em vista a realização de projetos colaborativos, utilizando para isso ferramentas digitais? Destacamos que a primeira parte da pergunta, no que se refere a definir e diferenciar cultura digital e literacia digital, já foi respondida. Cabe respondermos a segunda parte desta questão.

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 subjetiva-

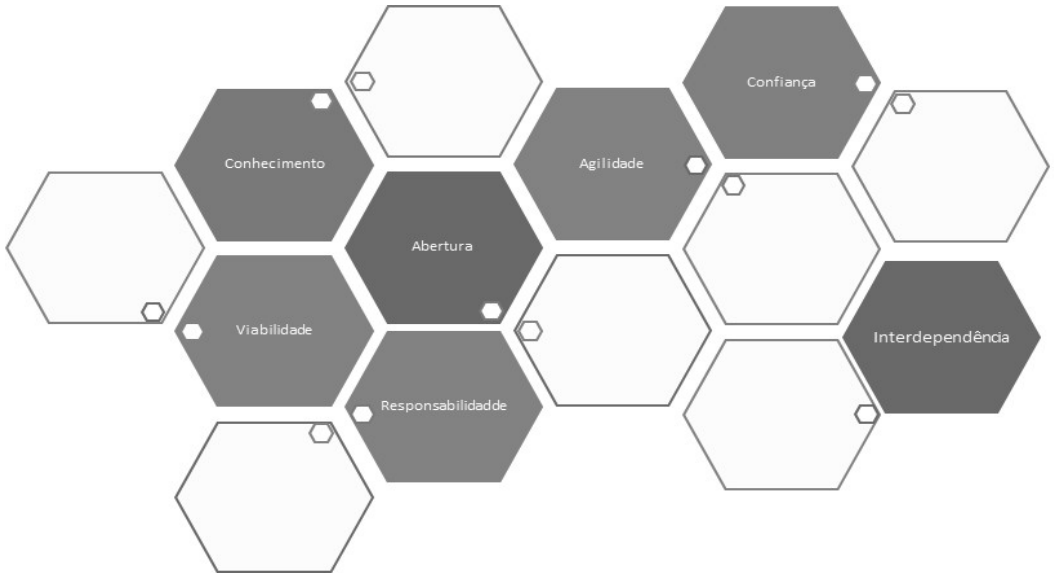
ção e dos padrões que cada um construiu para si na elaboração de sua ação profissional.

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 elas 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 cinco 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 poderá ser montado na ferramenta digital Google formulários e elas podem ter acesso de diversas formas, sendo por meio de links e ou questionários impressos.

3.1 As sete dimensões da cultura digital: definições e questões para o diagnóstico da cultura de uso do digital para organizações

Figura 02: As sete dimensões da cultura digital formato interligadas



Fonte: os autores

3.1.1 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 (GIANDOU, 2014).

Questões referenciais para diagnóstico dessa dimensão:

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

3.1.2 Abertura: capacidade de gerenciar e fazer bom uso de diferentes tipos de informações, disponíveis em grandes quantidades, dentro e fora da organização (GIANDOU, 2014).

Questões referenciais para diagnóstico dessa dimensão:

- Consegue gerenciar e fazer bom uso em sua atividade profissional de diferentes tipos de informações fornecidas por ferramentas digitais em seu espaço de trabalho?
- A instituição em que trabalha oferece acesso simples a plataforma digital de gestão da informação dos conteúdos em que trabalha?

3.1.3 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 (GIANDOU, 2014).

Questões referenciais para diagnóstico dessa dimensão:

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

3.1.4 Agilidade: a capacidade de transformar e experimentar constantemente, o que implica, por sua vez, permitir a iniciativa individual e o aprendizado por tentativa e erro (GIANDOU, 2014).

Questões referenciais para diagnóstico dessa dimensão:

- Pensa sempre diante de uma demanda de trabalho, em explorar e experimentar constantemente, ferramentas digitais para agilizar a sua resolução?
- O digital e tecnologias, construídas por sua instituição são flexíveis e responsivas (podem ser acessadas em qualquer dispositivo, celulares, tablets, etc) para responderem de maneira ágil à demanda de tempo?

3.1.5 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 (GIANDOU, 2014).

Questões referenciais para diagnóstico dessa dimensão:

- Novas formas de trabalhar utilizando ferramentas digitais são encorajadas e implementadas pela sua instituição?
- Considera possível o seu engajamento em um projeto que envolva metas e valores compartilhados, utilizando para isso ferramentas digitais?

3.1.6 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 (GIANDOU, 2014).

Questões referenciais para diagnóstico dessa dimensão:

- O trabalho colaborativo virtual com o uso de ferramentas digitais é prática atual em sua instituição?
- Considera importante trabalhar cooperativamente para criar inovação e soluções mútuas e satisfatórias entre as várias partes interessadas, utilizando uma ferramenta digital?

3.1.7 Responsabilidade: a 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 (GIANDOU, 2014).

Questões referenciais para diagnóstico dessa dimensão:

- 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?
- 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?

As dimensões valorativas 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.

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.

5 Considerações finais

O conceito cultura digital como o objeto do conhecimento, ou seja, como uma categoria para a interpretação e compreensão das construções dos hábitos e costumes em contextos de uso das tecnologias digitais, tem-se revelado um desafio para a sua definição, nas diversas referências bibliográficas que encontramos na multiplicidade de autores e abordagens realizadas. Reconhecemos que este conceito se mistura e se confunde com o de literacia digital.

Definir conceitos, instituir categorias e definições de ideias são condições fundamentais para construir identidade nas áreas que envolvem a ciência da informação ou a qualquer área das ciências, constitui condições *sine qua non* para estabelecer os fundamentos interpretativos, assegurando confiabilidade e critérios de análise na construção do conhecimento.

Ao definir letramento digital, como o conhecimento e operacionalização das tecnologias digitais, tendo em vista a utilização das mídias à aplicação de habilidades de uso eficiente em todos os âmbitos da vida, seja profissional ou pessoal, identificamos este percurso o primeiro estágio para a construção da cultura digital, ou seja, a cultura de uso das tecnologias digitais.

Cultura digital quer dizer a inserção ou aplicação do letramento 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,** 2012. Disponível em: <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero077/un-mapa-de-sus-interacciones/> Acesso em: 30/03/2020.

CASTRO, L. G. F. de. **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, 2016. Disponível em:< http://www.ciberpub.com.br/ebook2015/#_txtpr>. Acesso em: 10/02/2020.

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.

DUDENEY, 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: <ht-

tps://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.

HOBSBAWM, 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. Disponível em: <file:///E:/Área%20de%20Trabalho%20Paulo/DOUTORADO/DOUTORADO/TESE%20EM%20CONSTRUÇÃO/TESE/Artigo%208/232-229-1-PB1.pdf> Acesso em 30/03/2020.

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.