

CULTURA DIGITAL DEFINIÇÃO E DIMENSÕES CONSTITUTIVAS: uma proposta para mapear e diagnosticar as condições de uso do digital nas organizações

- **Paulo Sérgio Araújo**

Doutorando em Ciências da Informação na UFP, Porto, Portugal, Gestor de projetos do Núcleo de Tecnologia Municipal de Betim - MG – profaraujosergiopaulo@gmail.com

- **Luis Borges Gouveia**

Professor Catedrático da Faculdade de Ciência e Tecnologia da Universidade Fernando Pessoa, Porto, Portugal – lmbg@ufp.edu.pt

QUESTÃO DE INVESTIGAÇÃO

- 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?

Estrutura

1. Introdução – o contexto de discussão
2. A complementariedade entre literacia digital e cultura digital
3. As dimensões da cultura digital e um instrumento para medir a cultura digital em uma organização
4. Considerações finais
5. Referências

1 Introdução – o contexto

- Desenvolvimento do uso exponencial do digital, por meio de tecnologias disruptivas; (ROGERS, 2017)
- Transformação das organizações nas esferas econômicas, políticas, sociais, educativas e políticas; (KILPI *apud* O'REILLY, 2017, p.143).

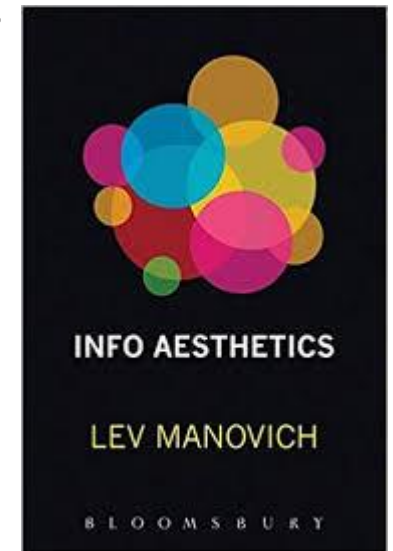


2 A complementariedade entre literacia digital e cultura digital

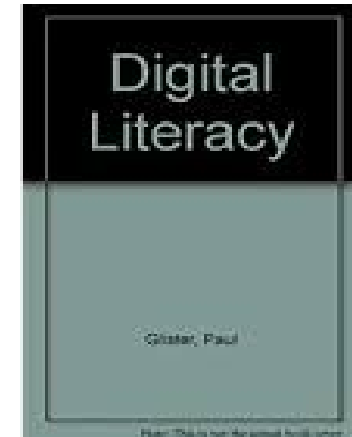
- A compreensão dos conceitos de literacia digital e cultura digital;
- Os conhecimentos constituídos em tendências tecnológicas que influenciam os comportamentos em todos os níveis e precisam ser entendidos como um fenômeno complexo em seus modos operantes;
- Manovich (*apud* SILVA 2012), apresentou o conceito de metamix como esse fenômeno, para a identificação e operacionalização do que intitulou Infoestética.

- **Infoestética**

- *“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).*



- **Metamix**
- “*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).
- 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).



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.
- 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.

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).



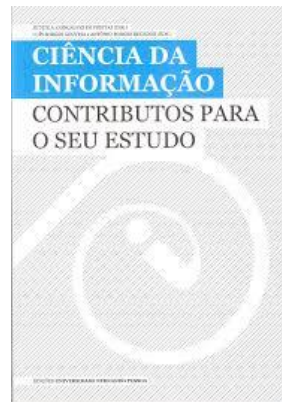
2.2 Cultura digital

- **Cultura:** todas as manifestações humanas refletidas nos hábitos e costumes das pessoas.
- 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).
- A cultura é considerada como uma “segunda natureza” .



Digital

- “a representação de base eletrônica da informação, com recurso a computadores e rede” destaca Gouveia (2012, p.44).
- 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).



Cultura + Digital

- Perspectivas do conhecimento do digital: ligado a literacia.
- 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 constituída.



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).

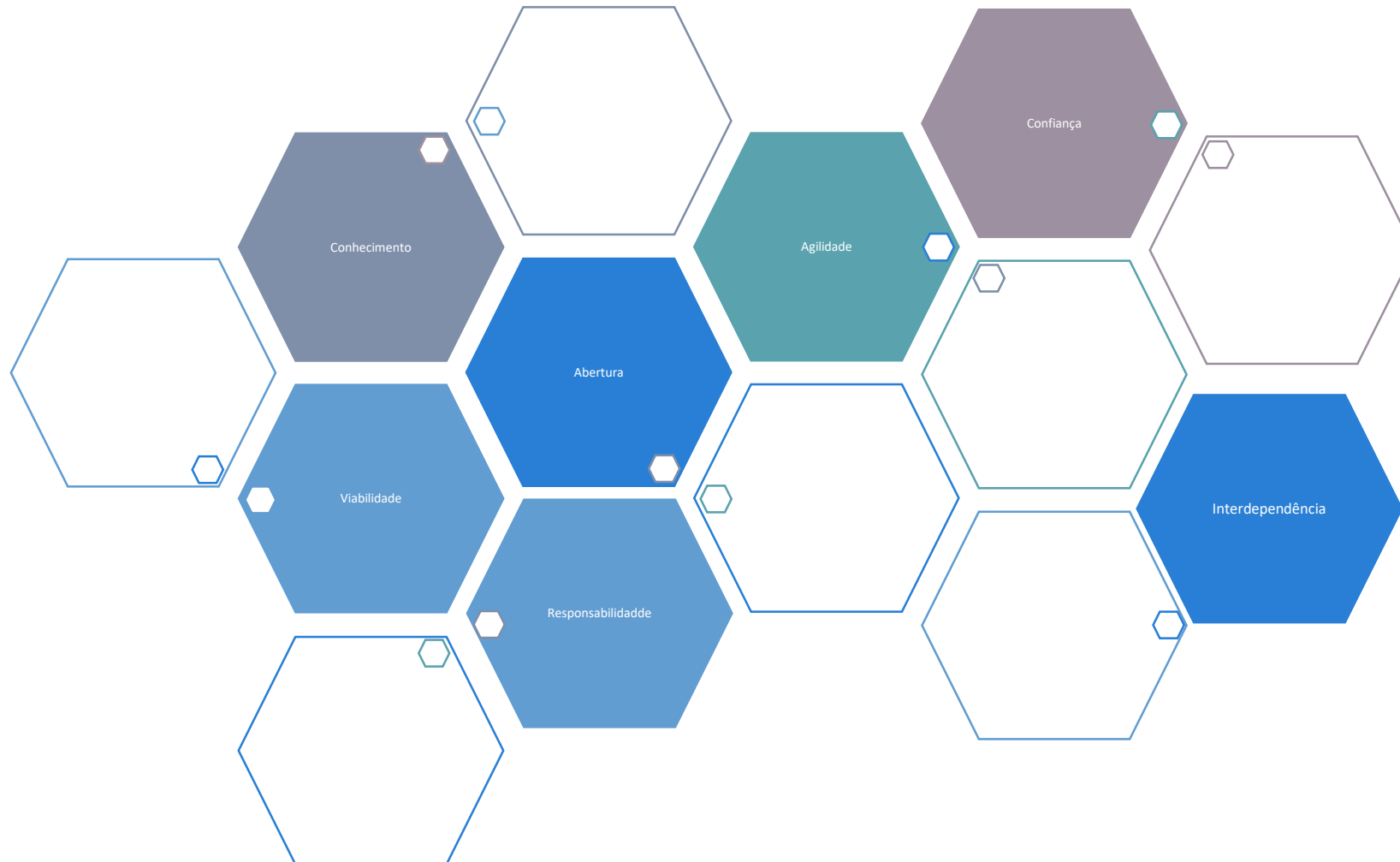


O documento intitulado:



A estrutura de referência da cultura digital do CIGREF. Uma ferramenta de avaliação para otimizar a transformação digital do seu negócio ”

3.1 As sete dimensões da cultura digital:



Questionário - 14 questões – duas por dimensão

- **Objetivo:** "*capturar*" a maneira como os atores da empresa percebem a cultura digital de sua organização em suas próprias mentes.

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?

4 Considerações finais

- 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,
- letramento digital, como o conhecimento e operacionalização das tecnologias digitais,
- Cultura digital quer dizer a inserção ou aplicação do letramento digital na vida diária.

- 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.
- 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.

5 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.

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 International 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: <<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. Disponível em: <file:///E:/Área%20de%20Trabalho%20Paulo/DOCTORADO/DOCTORADO/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.