
Recompensas e desafios da Cibercultura

Por Antônio Linhares

“Os homens criam as ferramentas e as ferramentas recriam os homens.”

McLuhan

Em homenagem aos 20 anos do Livro Cibercultura de Pierry Lévy, vou abordar o tema e seus impactos na sociedade e organizações. Utilizarei nas análises, reflexões de Carlos Nepomuceno sobre o assunto.

Segundo Pierry Lévy, quando mudam as mídias na sociedade, seja com o advento da oralidade, da escrita, da escrita impressa ou com o advento do digital, ocorre sempre uma nova era civilizacional.

Uma organização que busca ir para o mundo digital, não pode usar o mesmo paradigma de uma era civilizacional anterior, ou seja, organizações que tendem a replicar o modelo de comando e controle da mídia passada, oral e escrita, ficam incompatíveis com a era digital. Se olharmos o modelo do Uber, como exemplo, percebemos que é um modelo no qual não existe mais o vínculo empregatício para a maioria dos seus associados e não existem mais vários níveis de gestão, como existiam no paradigma de comando e controle. O Uber só é viável em uma nova linguagem.

A transformação para o digital é mais fácil de ser percebida de forma comparativa. Vide as redes de TV quando buscam a digitalização, visando virarem um Netflix, por exemplo. É uma transformação de tecnologia, pois o Netflix é o modelo de gestão na Internet. Já o YouTube é um modelo de curadoria, “uberização”, aonde não há controle restrito do conteúdo, como há no Netflix e nas redes de TV. Dessa forma, percebemos que há a necessidade de digitalizar e de “uberizar” para a transformação digital realmente ocorrer. Para tal, é necessário quebrar a cadeia de comando e controle, realizando uma alteração do “mind set” para o novo contexto. Sendo assim, concluímos que as redes de TV são gestão não digitalizada, o Netflix é gestão digitalizada e o YouTube é curadoria, ou seja, a transformação completa pela “uberização”.

As pessoas hoje estranham o fato dos relacionamentos estarem calcados em aparelhos, como celulares, porém, se formos analisar detalhadamente, perceberemos que sempre foi assim. Quando do surgimento da escrita impressa,

percebíamos de forma mais evidente as pessoas perdidas em devaneios sobre um livro. Quanto mais rápida é a alteração técnica, mais ela parece estar em um mundo paralelo. Quando surgem novas tecnologias, passamos um período incorporando essas tecnologias em nossa cultura. Assim que elas ficam invisíveis, dizemos que não são mais tecnologias e vemos como tecnologia tudo o que é novo. As novas tecnologias também levam a modismos, como as “selfies” exageradas ou como ficarmos no celular de forma demasiada, entre outras. Isso tende a ser minimizado com o tempo, quando incorporamos de vez essas tecnologias em nossa cultura.

Ao olharmos todas as mudanças que ocorreram na sociedade, em cada alteração das mídias, conseguimos melhor enxergar padrões, percebendo o que tende a não mudar e o que provavelmente mudará, de forma a elaborar uma projeção do futuro de mais longo prazo e mais consistente. A interação humana sempre será necessária, mas as tecnologias para tais interações serão cada vez mais sofisticadas, flexíveis e personalizáveis.

Nós somos seres que mudam a toda vez que novas tecnologias se massificam, resolvendo assim, de maneira mais efetiva, tanto os novos quanto os velhos problemas. Enquanto as demais espécies evoluem através da genética, adaptando seu corpo físico às novas necessidades do ambiente, os seres humanos criam ferramentas (tecnologias) para evoluir em quaisquer circunstâncias de forma mais rápida e complexa que as demais espécies.

Com o aumento demográfico, aumenta a complexidade e percebemos alterações de mídia na informação e comunicação, logo depois assistimos ao surgimento de novas linguagens e, por fim, vemos um novo modelo administrativo, cada vez mais a descentralizado, como indica Carlos Nepomuceno. Percebemos assim, que em tudo que está ligado ao futuro, a diminuição do número de intermediários ocorre, desde bancos on line até Airbnb ou o próprio Uber.

No atual momento histórico da humanidade, vemos a população com uma grandeza demográfica sem precedentes. Cada vez mais tecnologias são inventadas para conectar quem antes vivia isolado. Aos poucos a nossa espécie Sapiens fica mais parecida com um formigueiro do que com um bando de mamíferos que se relacionavam através da linguagem sonora.

Em um formigueiro, necessitamos de uma nova linguagem que não tenha limitação de tempo e lugar e não possua um líder alfa. No formigueiro, cada indivíduo troca com os demais substâncias químicas e essa linguagem química é a linguagem dos rastros. No Uber vemos essa nova linguagem aonde, através das avaliações dos motoristas (linguagem dos rastros), dispensamos a necessidade do presença permanente de

um gestor, pois temos o feedback com os rastros digitais. O Uber é um curador e não um gestor.

A administração é a capacidade do ser humano se organizar para resolver os seus problemas. A administração é algo perene, mas a gestão não é sinônimo de administração e sim um modelo administrativo que foi construído baseado nas linguagens que possuíamos antes da internet (linguagem oral/escrita). Esse modelo ficou obsoleto e está em processo de substituição pela linguagem dos rastros. É uma nova filosofia administrativa. Não devemos olhar a transformação como uma transformação para o digital mas sim, como uma transformação por causa do digital, em direção a um novo modelo administrativo.

O modelo administrativo nesta transformação parte para estruturas ágeis formatadas em times multidisciplinares, pequenos e auto organizados nas chamadas "Squads" que em seu conjunto formam as ditas Tribos, em uma formatação completamente dispare do que existia no antigo paradigma piramidal e que demandarão novas formas de atuarmos frente à realidade.

Alguns mercados estão em situações mais emergenciais que outros nesse processo de transformação. Alguns fatores distanciam a "uberização" de determinados mercados como: complexidade do processo no mercado, segurança do consumidor para dado produto ou serviço e proteção existente em dado mercado.

Independente da distancia ou não da sua empresa/mercado para o modelo da curadoria/"uberização", essa nova realidade bate às nossas portas e mais cedo ou mais tarde estará completamente internalizada à nossa cultura. Quando esse momento chegar, perceberemos as tecnologias que vieram com ela como algo muito próximo a nós e estaremos surpresos com novas mudanças de mídia, tecnologia e modelos administrativos que estarão por vir. A espiral continuará a girar, até o fim dos tempos.

As opiniões apresentadas neste artigo são do autor e não refletem necessariamente os pontos de vista da organização global EY ou das suas firmas-membro.