

Organizações devem se preparar para viver a revolução da web

“Web: a verdadeira revolução está apenas começando, inclusive na área corporativa” é o tema da palestra que o consultor de empresas Luciano Martins Costa ministrará no 4º Congresso Brasileiro de Jornalismo Empresarial, Assessoria de Imprensa e Relações Públicas, que acontece neste mês, em São Paulo. Nesta entrevista, ele expõe os motivos da revolução estar apenas no início.

QUEM É O ENTREVISTADO?

Luciano Martins Costa é diretor da Amana – Key Desenvolvimento e Educação e, como editor executivo do Jornal Estado de S. Paulo, foi responsável pela criação, em 1995, do Estadão Multimídia e pelo desenvolvimento do projeto até maio de 1999. Foi, ainda, repórter da revista Veja e editor de fascículos da Abril Cultural

QUAIS EXEMPLOS DO USO DA INTERNET COMO FERRAMENTA EFICAZ DE COMUNICAÇÃO?

A ABB foi uma das pioneiras, interligando 1,2 mil escritórios ao redor do mundo. A Telemar criou a Unite (Universidade Telemar) e, com isso, conseguiu, via web, em prazo surpreendentemente curto, dar uma uniformidade a suas 16 unidades espalhadas pelo País, fazendo-as compartilhar linguagem, valores e metas. O governo paulista integrou seus serviços e está fornecendo muitos documentos pela Internet. A Receita Federal é modelo para o mundo

Por que o processo está apenas começando na área corporativa?

Os computadores não são adequados, pois foram feitos para processar dados e, progressivamente, adaptados para comunicação via web. Só, recentemente, começaram a receber processadores habilitados a lidar com informações mais complexas, como imagens em 3D; a lógica de busca e passagem de uma função a outra é linear, embora sua operação interna seja em rede, por atalhos; eles não são capazes de criar novas conexões internas; exigem mais ações para entrar em operação do que um automóvel de 1929. Além disso, para criar conteúdo, usamos uma linguagem linear, como se estivéssemos presos à metáfora do papel. Na área corporativa, a rapidez do desenvolvimento de softwares não foi acompanhada pela educação dos gestores.

Como fazer essa revolução acontecer?

Há três vertentes principais. Uma delas está nas mãos das empresas de tecnologia, que precisam trocar a estratégia da melhoria de produtos e assumir a necessidade de revolucionar o setor. Outra vertente está com a mídia. Enquanto os jornalistas continuarem deslumbrados com essa ficção que chamam de Nova Economia, pouco vai mudar. Uma terceira vertente fica com as instituições. Governos, empresas e sociedade precisam se esforçar para levar a Internet a todos os setores sociais, ampliando a base para o crescimento da rede. Enquanto a web for uma replicação dos outros meios elitistas, ela não poderá ser levada completamente a sério.

Como preparar as organizações?

Quebrando as barreiras hierárquicas e aprendendo a lidar com um sistema completamente aberto de comunicações. Acho que o primeiro passo é propor uma reflexão ampla sobre o sentido de sua existência. Não estou falando daqueles estatutos e missões que se costuma gravar em bronze à porta da diretoria. Falo de partilhar conhecimento dos valores e do significado da organização. Para viabilizar a mudança, é necessário repensar todas as relações humanas dentro das organizações e começar com a pergunta: “O que estamos fazendo aqui?”. Poucos terão coragem para isso e essa é uma das causas do atraso no desenvolvimento da Internet. É preciso também pensar de maneira simples, não deixar que uma solução tecnicamente complexa demande processos complicados. É necessário repensar a

organização – até mesmo a expressão “colaboradores” precisa ser substituída por algo como “co-autores”. Nunca escorregar na armadilha dos especialistas, que estão fazendo a tecnologia parecer mais complicada do que realmente é. Quem define o processo tem que mirar o usuário. Esse é o segredo do sucesso dos criadores de tecnologia para a web: tudo que é amigável vence.

Para que tipo de corporação a web mais traria benefícios?

Para todo o setor público, com ênfase na área de educação. Por extensão, os setores de serviços têm grande vocação para o uso da web, mas ela está revolucionando até mesmo as áreas de agricultura e pecuária. Os empreendedores privados têm a possibilidade de reduzir custos e aumentar a eficiência, desde que reinventem processos e entendam que novos protocolos estão se impondo. Legisladores podem enriquecer e legitimizar seus projetos com pesquisas via web e consultas a setores afetados por eles.

A Intranet revela-se um importante instrumento de comunicação interna, diminuindo os boatos de corredor e democratizando o acesso às decisões. Como estimular seu uso?

Muitas situações de risco para as empresas têm sido superadas graças aos boatos de corredor. Portanto, não subestimemos o chamado rádio-peão, pois é um dos melhores sensores para detectar problemas. A Intranet não resolve o problema dos gestores insensíveis ou excessivamente centralizadores, mas ajuda a educá-los para a mudança e permite a economia em reuniões e viagens. Muitos projetos podem amadurecer por meio da Intranet até ficarem prontos. Nada substitui o contato direto, mas certamente ela tem trazido vantagens. No começo, é inevitável a troca de mensagens irrelevantes e até o excesso delas, mas, aos poucos, as pessoas foram criando os hábitos e os códigos foram adequados. O correio eletrônico ou o papo no cafézinho serão preenchidos pelo conteúdo que os usuários considerarem mais relevante. Se a organização não consegue engajar seus funcionários em temas relevantes nos encontros informais, eles não irão usar o correio para isso. Antes da tecnologia, está a cultura, antes do meio, está o conteúdo, antes dos processos, estão as pessoas.