

Working Paper nº 3

**O uso estratégico da Informação:
uma abordagem larga e conceptual**
José António Pinheiro

Working Paper nº3

ISSN: 0872 - 895X

Depósito Legal nº: 76335/94

Setembro 1994

Trabalho apresentado no âmbito do Mestrado em Estatística e Gestão de Informação,
ano lectivo de 1992/93, na disciplina de Gestão de Informação.

Sumário

Neste artigo percorrem-se símbolos, conceitos, percepções e ícones que o Mundo e a Visão do Mundo permutam através do homem enquanto observador qualificado. O autor defende o limiar de uma nova interpretação da realidade e do conhecimento profundamente transformados pela revolução informática. Compara-a às mudanças da Renascença, aborda a sua importância no dia a dia, nas empresas, na cultura.

Palavras chave: informação, informação estratégica, Renascença, investigação operacional, sistemas de informação, empresas, energia, tecnologias de informação.

Abstract

This paper gives an insight into symbols, concepts, perceptions and icons that the world and our world vision permute through men and women as conscious observers. The author stands on the threshold of a new interpretation of reality and knowledge, which are being profoundly changed by the computer revolution. Not only are comparisons made with the Renaissance changes, but also reference to this revolution's importance in daily, business and cultural life.

Keywords: Information, strategic information, Renaissance, operations research, information systems, business, energy, information technologies.

"Na minha opinião há um mercado mundial para cinco computadores"
Thomas Watson, Presidente da IBM, 1943

"Não há razões para que as pessoas tenham computadores em casa"
Kenneth Olson, Presidente da Digital, 1977

I - Das preocupações presidenciais e das coisas do espírito	1
1. Informação	1
2. Energia	1
3. Artes	2
4. Música	2
5. Renascença	2
6. Isomorfismo	3
7. Percepções	3
II - Da política e da vida das empresas	4
1. Bom dia PM	4
2. Então a investigação operacional já não chega?	4
3. Não sabia que você já sabia que eu não sabia	5
4. Cá dentro não chove, logo, está bom tempo!	6
5. Que nova disciplina é esta?	7
6. Estou tão sobrecarregado que não consigo analisar mais informação	7
7. O carteiro (chinês...) no desemprego	8
III - Da reflexão própria em torno de uma nova visão do mundo	8
1. Um texto sobre detergentes	9
2. Uma nova ordem informativa ou o mercado e os neurónios vão estabilizar o caos?	10

I - Das preocupações presidenciais e das coisas do espírito

1. Informação

Em 1982 o então recém-eleito presidente da França, François Mitterrand, desencadeava um processo de investimentos humanos e tecnológicos com vista a munir a França de meios de primeira linha nas tecnologias de informação.

Mitterrand respondia assim a um relatório que lhe fora apresentado por um conjunto de especialistas segundo os quais a França se arriscava a não poder responder com eficiência aos novos desafios tecnológicos no campo da informação, fragilizando ou mesmo privando o país do controlo do seu destino nos novos jogos políticos e nas contínuas tensões internacionais.

2. Energia

Anos antes, o General de Gaulle apadrinhara um programa, igualmente ambicioso, para reduzir a menos de 50% a dependência energética externa, nomeadamente de origem petrolífera, da França. Esse objectivo foi conseguido no decorrer dos anos 80. A França produz cerca de 55% da energia que consome.

Hoje podemos reservar por Minitel, com dias de antecedência, uma mesa numa esplanada de um restaurante de Deauville e deleitarmo-nos "avec des moules et puis des frites, des frites et puis des moules et du vin de Moselle", numa noite de Novembro. A um metro da nossa mesa estão zero graus, talvez menos. Uma instalação de ar condicionado, discretamente instalada por debaixo do toldo, projecta um sopro de ar tépido sobre a nossa mesa.

Os dois esforços foram enormes, mas os objectivos conseguidos. A medalha tem o seu reverso, por vezes penoso de observar. O bem estar chega a parecer egoísmo.

A energia e a informação, duas preocupações maiores, dois elementos de progresso muito peculiares que concitam as preocupações dos políticos ao mais alto nível.

3. Artes

Em 1956, numa manhã de Julho, a polícia da estrada do Estado de Nova Iorque tomava conta de mais uma ocorrência que, de banal, perdia o trágico: um homem morrera num brutal desastre de viação. Ao recolher os elementos identificativos anotou: Jackson

Pollock, 44 anos, pintor. Morreria um artista americano que alcançara a glória e o reconhecimento públicos em vida. Era impensável que vinte e cinco anos depois Pollock fosse o inspirador dos "after dark" dos Apple Macintosh.

4. Música

Em 1965 morreu de morte natural - apesar de que, como diz Jorge de Sena, "de morte natural nunca ninguém morreu"... -o músico de origem francesa, mas desde há muito fixado nos EUA, Edgar de Varèse. Como muitos outros músicos, morreu no anonimato do grande público. Apesar de ser um homem de inequívoco valor. Apesar de ter composto a música oficial para a grande exposição de Bruxelas de 1958 (a do "atomium"). E apesar de a sua música ter muito a ver com a era da electrónica, da aceleração das percepções, da interpretação do caos, ela está a uma infinita distância do homem comum. Mesmo nos grandes centros cosmopolitas, a execução das suas obras é feita em salas pequenas para melómanos militantes. Nenhum interesse foi manifestado para que sonorizasse os "after dark" dos Apple Macintosh.

5. Renascença

Tal como Carlos I, rei de França, só foi chamado de Magno muitos anos depois de ter morrido, também a designação de Renascença só é consagrada no Dicionário Universal de Larousse em 1875. Quinhentos anos depois...

O termo é francês. Os italianos importaram-no, apesar de que a Renascença é, de início, italiana.

Segundo Michelet é algo mais do que um movimento cultural ou artístico: é um momento específico da história da civilização; tem que ver com a política, a técnica, a economia, as mentalidades e as ideologias. Segundo Burckardt, a Renascença é o Estado considerado como criação de arte, o desenvolvimento do indivíduo, a descoberta do homem e do indivíduo.

O século XVI é formidável. É uma nova idade do Mundo. A Humanidade instala-se na justiça e na razão. Lutero defronta o Papa e rouba-lhe metade da Europa. Colombo dilata os limites do universo. Copérnico e Galileu submetem as conjecturas à evidência e negam tradições e dogmas.

Nietzsche escreveria que a Renascença continha os princípios fundadores do pensamento moderno: a libertação do pensamento e do indivíduo, a recusa do autoritarismo, a vitória da cultura sobre a escuridão original, o entusiasmo pela ciência, a ardente busca da verdade.

6. Isomorfismo

Quantas destas frases, carregadas por vezes de um dramatismo q.b. que as tornam lapidares, poderiam ser escritas, com meras alterações de circunstância, a propósito da revolução que a informação trouxe ao século XX?

7. Percepções

A percepção visual é infinitamente maior do que a auditiva. É por isso que a pintura moderna **teve sempre** mais êxito do que a música moderna de via erudita. É por isso que nos anos mais recentes toda a artilharia visual de que a informação se muniu a tornaram muito popular. O sistema Windows, os CAD, os SIG, os programas amigáveis que mostram opções e acompanham a aprendizagem com imagens e comentários sugestivos, contribuíram de forma indiscutível para a popularização dos meios sofisticados de tratamento e gestão de informação. Esta é, na **minha opinião**, uma das causas que levaram à nova visão do mundo. A "teletela" de George Orwell existe mas nós é que olhamos para ela.

II - Da política e da vida das empresas

1. Bom dia PM

Todas as manhãs, muito cedo, um grupo restrito de colaboradores dos Chefes de Governo de todo o mundo lê a imprensa nacional e prepara um resumo. É raro que o próprio Primeiro Ministro folheie, ele mesmo, todos os jornais. O seu tempo será sempre escasso. A sua distribuição mais do que parcimoniosa.

O resumo a preparar e a apresentar constitui um dos exemplos mais precisos do que deve ser o uso estratégico da informação: não se pode comunicar **tudo** (para isso o PM leria, ele próprio, os jornais), mas nada do que é **relevante** deve ser omitido. Durante o dia o PM pode ser confrontado com situações perante as quais deva exibir conhecimento de uma notícia ou prefira, conhecendo-a, declarar que os seus afazeres não lhe permitiram ainda ler os jornais.

Todas essas manhãs um dos assessores de um certo PM, de certo país, pensa se poderá construir de forma científica uma espécie de filtro, uma caixa negra para onde

ele atire todos os artigos e que lhe devolva apenas aqueles que nesse dia sejam importantes.

O desejo deste acesor é o de muito boa gente por esse mundo fora que quer saber muito, mas não quer saber demais.

2. Então a investigação operacional já não chega?

No final dos anos 80 a maior parte das grandes organizações, mesmo as que já incorporavam na sua actividade uma componente tecnológica de ponta, perceberam que a gestão tecnológica e o uso estratégico da informação se deviam autonomizar do campo de acção tradicional da investigação operacional.

É o próprio "Journal of Operational Research Society" (Mar 89) que reconhece que "novas áreas das tecnologias da informação oferecem maiores possibilidades de sucesso do que as até então desenvolvidas pela IO". Ao mesmo tempo realinha o papel dos especialistas da IO como sendo os feitores dos elementos de suporte à decisão, no curto prazo, e os pioneiros de uma nova multidisciplinaridade no longo prazo.

A especificidade desta posição vem bem explicada no número de Verão de 88 do "Journal of Information Systems Management", onde o carácter de interface das tecnologias de informação é bem definido ao afirmar-se que os sistemas de gestão de informação devem aplicar princípios e conhecimentos do marketing no design e implementação dos sistemas de informação. E enumera:

- i) aprendizagem do negócio para facilitar a comunicação;
- ii) observação dos sistemas de informação da concorrência e das organizações afins;
- iii) identificação dos elementos chave para sucesso no negócio;
- iv) geração ideias para criar sistemas que satisfaçam as necessidades dos utilizadores e o bem estar dos clientes;
- v) abertura às críticas dos utilizadores;
- vi) actualização das variações no tipo de informação que o utilizador necessita.

3. Não sabia que você já sabia que eu não sabia

Um estudo de 1991 junto de 18 grandes companhias manufactureiras mostra que ainda há obstáculos a vencer na comunicação entre os gestores de informação e os gestores clássicos (do ponto de vista económico). A observação sugere que os analistas de informação não estão, em geral, ao corrente da estratégia dos "top managers". Os

planos de actividade de uma empresa não necessitam tanto assim de serem perfeitos (o que é um plano perfeito?...) mas a explicação da actividade de uma empresa ao departamento de gestão de informação tem que ser muito clara e precisa. Mais ainda: a participação dos gestores de informação no planeamento global da empresa revela-se potenciadora para ambos.

Há menos de um ano Richard Diener (um apelido premonitivamente próximo de um outro?...) no número de Outono do Bulletin of the American Society for Information Science, teorizava os três grandes domínios da Gestão de Informação numa empresa:

- i) estratégicos: tradições, dogmas, conceitos clássicos, pressupostos e outras assumpções julgadas indiscutíveis; o terreno do etéreo, passe o trocadilho;
- ii) analíticos: investigação, pesquisa, conceptualidade, percepção, interface com o factor humano;
- iii) operacionais: o funcionamento quotidiano de um ambiente, de uma envolvente informativa que, usando um francesismo para aliviar a carga anglo-saxónica, comporte o desenrolar normal das funções da empresa.

Se os três níveis se harmonizarem a empresa terá nesse conjunto uma espécie de "buffer" que só facilita a comunicação com outras envolventes; se assim não for pode-se cair rapidamente (e cai-se ainda muito, sei-o por diversas experiências próprias) na confusão que sugeriu o subtítulo desta parte...

4. Cá dentro não chove, logo, está bom tempo!

Já os anos 90 iam no seu segundo ano de existência e ainda um grande número de gestores, com boa experiência do meio, considerava que a informação de que dispunham para delinear as suas estratégias era, em geral, pobre.

A informação de gestão tradicional é sobretudo interna. Até que comece a incluir inputs sobre o estado geral da economia, dos mercados específicos, da concorrência, das previsões, etc, há que vencer uma natural inércia.

A informação para gestão estratégica deve incluir, segundo os próprios gestores, três tipos de dados:

- i) custos estruturais e operacionais
- ii) controlo de qualidade e inovação
- iii) nível de satisfação do cliente
- iv) desenvolvimentos recentes da gestão
- v) comportamento do mercado

Estes itens propiciam uma orientação externa hoje em dia indispensável à compreensão global dos fenómenos e das actividades. Um aforismo muito conveniente para certos encontros sociais diz "boas empresas seguem os indicadores, más empresas seguem a multidão".

Repare-se que dos cinco tópicos referidos apenas o primeiro é estritamente interno. A informação externa vem impor ao gestor que se preocupe menos com questões de direcção e mais com questões de mercado.

A diferença entre fazer depressa e fazer diferente também não é ainda apercebida por muitos gestores. É facto que grande número de empresas se computadorizou. Umas mais cedo, outras mais tarde. Mas muitas não fizeram senão isso: automatizaram a contabilidade, o tratamento de texto, a secção de pessoal... Daí que aquelas que incorporaram as tecnologias da informação na sua actividade (produção ou serviços) ganharam evidentes vantagens comparativas. Em Portugal há alguns exemplos modelares, um dos quais é o BCI.

A interface entre a existência da tecnologia e a sua utilização como suporte à informação passa pelo cumprimento de três condições:

- i) tomar melhores decisões baseadas em melhores informações;
- ii) economizar todo o tempo possível das operações meramente contabilistas e repetitivas;
- iii) prestar melhores serviços aos clientes tendo informação precisa das suas preferências.

5. Que nova disciplina é esta?

Se o meu contabilista é honesto e eficiente, se as minhas dactilógrafas cometem poucos erros, se o meu director de marketing é empenhado, se os meus adjuntos nada me escondem... para que preciso eu de investir nessa coisa das tecnologias para gerir informação?

Alguém fará ainda perguntas destas?

A gestão de informação é uma nova disciplina que agrega conhecimentos de outras esferas sob um único chapéu: software, hardware, bases de dados, catalogação, análise financeira, legislação, marketing, telecomunicações...

Num artigo de 1990 Mark Freund (Financial Executive) alerta para os custos de não investir nas novas tecnologias.

O artigo desilude um pouco pela ausência de, pelo menos, um exemplo quantificado, mas vale por uma história saborosa.

Certo dia perguntaram a Enzo Ferrari o que distinguia os automóveis que a sua fábrica produzia. Depois de uma breve reflexão, respondeu: é que os outros constroem carros de corrida como suporte à produção em série enquanto nós produzimos em série carros que já são de corrida.

Freund aproveita esta inversão de perspectiva para analisar a inovação no mundo das TI: *"acredito que não possamos continuar a ter a visão clássica sobre os sistemas de informação como mais um custo para a nossa estrutura; devemos antes reflectir sobre quais são as tecnologias de sucesso para a nossa estratégia e qual o acréscimo de operacionalidade que vão trazer a nossa empresa"*.

6. Estou tão sobrecarregado que não consigo analisar mais informação

Aguentar a pedalada imposta pela revolução da informação é um problema novo para os directores já tão sobrecarregados com compras, vendas, marketing, pessoal, almoços de negócios, jantares sociais e a revisão do BMW.

Aos executivos é imposta uma actualização permanente do ponto de vista da indústria mas também numa perspectiva global.

Rose Horowitz, no artigo "High Anxiety" (World Trade, Verão 92) é categórica afirmando que os executivos não têm de se queixar porque devem compreender que não têm que saber tudo. E refere algumas condições para o não pânico e o bem-estar dos executivos, que eu cito acrescentando algo da minha experiência:

- i) escolha alguém que pesquise os media e faça sínteses periódicas (semanais, mensais...);
- ii) crie uma atmosfera em que os empregados se sintam na obrigação profissional de fazer circular a informação;
- iii) saiba junto dos consumidores as suas opiniões sobre o produto;
- iv) folheie, pesquise; não leia;
- v) dê ênfase à compreensão, mas não acumule artigos;
- vi) guarde quadros estatísticos; serão os últimos elementos desta disciplina que um dia serão uniformizados, se algum o dia o forem; tente guardar um ou dois números de referência para conversas incidentais;
- vii) reveja anualmente as publicações assinadas e esteja atento às que surgem; não despreze nenhuma inovação tecnológica; pode ser um gadget, mas pode ser o embrião de algo;
- viii) não deite fora todas as news letters; obrigue-se a ler algumas com atenção; lembre-se que um dia as mandou ou mandará.

Parecem mezinhas. E são.

7. O carteiro (chinês...) no desemprego

Parece absurdo investir em grandes meios informáticos e humanos para preparar um projecto que depois se envia pela pachorrenta via postal englobando românticos comboios nocturnos e ronceiras bicicletas de pacientes carteiros.

Na melhor das hipóteses o projecto vai acompanhado de uma disquete e umas notas para facilitar a sua leitura.

Mas se na empresa do destinatário a densidade das drives não for a mesma, se o programa não existir, se a configuração do sistema não for a apropriada, se o projecto estiver em formato ASCII mas o receptor estiver a espera de que esteja em EBCDI, se...

Há alguns anos atrás julgaríamos que, pesar de alguns contratemplos ainda valeria a pena...Mas actualmente achamos que, sim senhor, ainda vale a pena mas por favor já não estamos habituados a objecções técnicas: se há contratemplos, resolvam-nos! Aliás estamos tão habituados a facilidades e a inovações que já não nos espantam, que ficamos algo surpresos ao saber que só agora é que o EDI (pois é ele o culpado do desemprego do nosso carteiro) esta a ser implementado!

III - Da reflexão própria em torno de uma nova visão do mundo

A informação no século XX, como a energia no século XIX, é um bem de tipo novo que exige e exigirá formas de gestão e técnicas de manuseamento novas; levará a posições éticas, analíticas e filosóficas sobre as quais muito há que reflectir; e está a provocar uma viragem na visão do Mundo comparável à da Renascença.

Eis a ousada ideia que me propus desenvolver, com a modéstia própria de um trabalho desta envergadura.

Todas as histórias que contei nas folhas anteriores introduzem-nos ao objectivo.

1. Um texto sobre detergentes

Desde que, há mais de 15 anos, li o texto que segue que ele me ficou na lembrança.

"A publicidade OMO utiliza dois estados bastante novos no domínio dos detergentes: o profundo e o espumoso. Dizer que OMO limpa em profundidade é supor que a roupa é profunda, o que nunca se tinha pensado; é incontestavelmente valorizá-la, estabelece-la como objecto de lisonja para as obscuras vagas de envolvimento e de carícia que existem em todo o corpo humano. Quanto à espuma, a sua significação de luxo é bem conhecida: antes de mais ela tem uma aparência de inutilidade; depois a sua proliferação abundante, fácil, quase infinita, deixa supor que há na substância donde procede um germe vigoroso, uma essência de saúde e de poder, uma grande riqueza de elementos activos dentro de um pequeno volume originário; (...) A espuma pode mesmo ser o signo de uma certa espiritualidade na medida em que se reputa que o espírito pode tirar tudo do nada, uma grande superfície de efeitos de um pequeno volume de causas..."

Pode parecer que não é elogioso, elevado, trazer detergentes para um trabalho destes. Mas não é. O excerto pertence à notabilíssima colecção de ensaios "Mitologias", de Roland Barthes, publicadas pela primeira vez em 1956.

Barthes, ele próprio entronizado em vida como mito, toca particularmente bem na influência da imagem, da comunicação, da forma da mensagem sobre o modo como nos informamos sobre o mundo e a percepção que dele adquirimos. Barthes intercepta parcialmente, e de forma muito interessante, o percurso de McLuhan.

Um, o canadiano, de uma vaidade exuberante, prolixo, demagogo. Chegou a representar-se a ele próprio (um pouco ao modo de Hitchcock) no filme Annie Hall, de Woody Allen.

O outro, o francês, contido, austero, quase monástico, torneando sempre o comportamento mediático de um outro francês muito dado ao jet-set intelectual, Sartre.

Morreram os três no mesmo ano, 1980.

De 1956, data do escrito acima citado, até hoje, quantos progressos na análise, quantas inovações técnicas, sociológicas e psicológicas ocorreram em todo este campo. E quão actual é essa visão de Barthes em como a informação nos leva a ser protagonistas da viagem à profundidade das fibras na companhia dos grãos de detergente, donos de um mundo novo, potente, jovem, participado.

A teoria de McLuhan baseia-se em que o que importa não é o conteúdo do meio, mas a técnica ou o próprio meio.

A passagem dos livros únicos (ou com um reduzido numero de cópias , que é o mesmo) para a multiplicação do livro impresso em tipografia, impôs uma atitude intelectual linear, lógica, sequencial. Na sua opinião, daqui resultaram a ciência moderna e a burocracia. Ao mesmo tempo perdeu-se o sentido de harmonia com o mundo, dada a relativa limitação do canal livro-olhar.

A mudança da cultura baseada na impressão para uma outra baseada nas formas eléctricas e electrónicas, repôs um padrão multifacetado (em vez de linear) , reflexivo (em vez de estritamente lógico), simultâneo (em vez de sequencial) e envolvente de todos os nossos sentidos, em particular a audição e o tacto, e o muito maior aproveitamento do potencial da visão.

O sentimento comunitário entre pessoas e nações conheceu um "boom" sem par.

A utopia, que vinha sendo prometida pela tecnologia desde a revolução industrial, instalou-se

2. Uma nova ordem informativa ou o mercado e os neurónios vão estabilizar o caos?

Deixei intuido no texto de apresentação um dos pontos mais sensíveis e menos elogiosos de toda esta revolução: a alteração da visão **do** mundo, mas não necessariamente **o** mundo.

As melhores comunicações mundiais têm mantido ou aumentado as tensões e as assimetrias. Frase perigosa porque deixa mais que explícita uma possível causalidade ou uma possível culpabilidade. Isso parece-me injusto, ainda que muito se pudesse teorizar se por ai pudesse enveredar.

A importância a que chegou o status político das tecnologias de informação resulta de três circunstâncias:

- i) quase todos os países compreenderam muito cedo que não podem competir no domínio da informação sem tecnologias de informação
- ii) as tecnologias do computador e da comunicação convergiram para zonas tão comuns que cresceram no terreno uma da outra;
- iii) a rede mundial de empresas multinacionais, bancos, companhias de aviação, agências noticiosas, cadeias de televisão etc, criaram um padrão de integração, de ordem informativa a que só casos extremos conseguem escapar sem resultados positivos, aliás (a Albânia antes da actual fase de abertura, por exemplo).

Diziam os marxistas puros e duros (muitos deles hoje em dia ocupando com razoável desempenho cargos públicos e políticos em diversos países democráticos) que o capitalismo trazia consigo os germes da sua própria destruição. Sejam quais forem os defeitos do capitalismo, os marxistas enganaram-se e, um mal nunca vem só, deixaram por provar as virtudes da sua doutrina.

Diziam os "novos filósofos" (Bernard Henry Levy) que o marxismo cairia por si porque Marx e Lenine não tinham previsto as consequências da electricidade e da tecnologia.

Agora já pouca gente se arrisca agora a prever o que quer que seja para a prazo mais longo do que o ano... E mesmo assim...

A visão do mundo mudou, disse e relembro. Esta mudança, que reputo semelhante à acontecida na Renascença, vai encontrar o seu perfil na viragem do milénio.

De momento os protagonistas ainda estão (estamos) muito ligados à comparação com "o nosso tempo", à contemplação da rapidez, ao desenvolvimento das capacidades das tecnologias, ainda procuramos adjectivos para as inovações.

Nos próximos anos vão chegar aos diversos centros de poder e decisão, conjuntos de jovens lobos nascidos e criados num mundo diferente do nosso. Já não foi num mundo de transição, foi num mundo coerente, que eles cresceram e se educaram. Vão-se espantar menos, mais eficientes serão!

Aspectos sociológicos há, no entanto, que ainda são interrogações.

Muito mais do que com a informação escrita tradicional, a informação moderna (visual, integrada) cria-nos a impressão de que aquilo a que assistimos é a realidade. Pode-se desprezar a palavra escrita, como se pode desprezar a palavra falada porque a parafernália de objectos que nos dão inputs nas nossas salas de estar é enorme. Assistimos a novelas e a bombardeamentos. Assistimos à queda de bolsas e a tomadas de reféns. Assistimos a paradas presidenciais e a filmes de longa metragem. Ligamos os nossos computadores em rede com bases de dados internacionais e obtemos centenas de informações, como vemos os correctores fazer nas Bolsas. Enviamos informação por uma rede e vivemos a chegada ao terminal. Como se tudo fosse um mesmo filme. Como se tudo fosse o mesmo mundo.

De momento o homem culto é o que criou uma cultura imprecisa, de contornos mutantes, de visão múltipla, na busca de uma forma equilibrada de gerir todo este mercado.

O seu equilíbrio vai surgir de duas frentes:

- i) as leis clássicas do mercado, devidamente adaptadas ao produto
- ii) a capacidade do cérebro humano para não querer saber tudo mas saber como pode saber tudo.

Até lá a gestão de informação vai enfermar sempre de um handicap aparentemente contraditório: a dificuldade de explicar o momento presente como um todo e a impossibilidade de construir tendências de longo prazo.

O texto vai longo, não acabaria se não mo impusesse.

Lembro-me de Umberto Eco que dizia há alguns anos que a imagem do filósofo clássico terminara. Silencioso, austero, monástico, talvez casto, refugiado numa torre como Montaigne ou amarrado a uma cadeira de pregos como Pascal. Hoje os filósofos são os primeiros, no final dos congressos internacionais, a correr para as boites. Não ousou duvidar de Eco mas não sou filósofo, frequento poucos congressos e nas boites sinto-me a perder tempo.

Creio que a grande imagem da mudança não é essa, é uma outra. O que está de facto vazio é o comportamento do intelectual tipo Hemingway empedernido, cachimbando calmamente através do mundo com um baú cheio de recordações fétiche e, é indispensável, uma máquina de escrever Remington portátil. Todos aqueles que não se transferiram para os computadores portáteis que possam ligar a redes de informação o mais próximas possível do aeroporto onde chegam, vão ficar sem admiradoras.