

Interação para gerar conhecimento

Rafael Sigollo

Para especialista, novas gerações contribuem para agilizar o fluxo de informações.

A nova geração é mais aberta tanto para receber informações quanto para ensinar o que sabe. As empresas, porém, precisam incentivar também os profissionais veteranos a compartilhar seu conhecimento antes de se aposentarem. Para tanto, nada mais eficiente do que as redes sociais internas e externas. Esta é a opinião de Giora Hadar, israelense radicado nos Estados Unidos e responsável há dez anos pela área de gestão do conhecimento da Federal Aviation Administration (FAA), órgão federal que controla todo o tráfego aéreo do país. Especialista no tema, Hadar implementou o uso das redes sociais na FAA e defende a interação entre os colaboradores para melhorar processos e buscar soluções. Em recente passagem pelo Brasil, ele participou do Global Make Conference 2010 e concedeu a seguinte entrevista exclusiva ao Valor:

Valor: Qual a maior diferença entre a geração atual e as passadas na gestão do conhecimento?

Giora Hadar: A nova geração é mais aberta tanto para receber conhecimento quanto para compartilhar o que sabe. Os nascidos a partir de 1982, que formam a chamada geração Y, compartilham informação até mesmo com quem não conhecem, pela internet. É impressionante o número de jovens que se dispõe a te ajudar a resolver problemas e a transmitir seus conhecimentos. Tudo o que você precisa para conseguir isso é fazer contatos e pedir educadamente.

Valor: De que maneira isso afeta as empresas?

Hadar: De forma positiva. Uma vez que o profissional tem a possibilidade de compartilhar e adquirir informações nas redes sociais, inclusive as internas, inevitavelmente ele aplicará esses conhecimentos no trabalho e terá mais suporte para tomar as melhores decisões. Ele melhora, assim, sua performance e, conseqüentemente, a da companhia.

Valor: As empresas estão preparadas para lidar com isso?

Hadar: Elas estão sendo obrigadas a aprender, pois é um caminho sem volta. Antes, o departamento de TI controlava todas as informações que circulavam nas empresas. Hoje, porém, é bastante comum os funcionários terem estações de trabalho em casa mais modernas do que dispõem no escritório. Essa interação acontece fora do controle da companhia e a custo zero para ela. As que conseguirem gerenciar isso serão muito beneficiadas.

Valor: E no caso das pessoas de outras gerações, que não estão acostumadas com essa prática?

Hadar: Geralmente, as pessoas mais velhas se recusam a dividir conhecimento, pois ainda têm a ideia de que informação é poder. Eles podem não ser nativos digitais, mas precisam ser imigrantes digitais. É dever dos funcionários compartilhar conhecimento e dever das empresas incentivar e dar condições para que eles façam isso. Caso contrário, um colaborador que é demitido, se aposenta ou troca de emprego, leva consigo todas as informações adquiridas durante seus anos naquela companhia.

Valor: Como essa troca de informações deve ser incentivada?

Hadar: As pessoas devem fazer conexões e interagir primeiramente em um sistema de intranet, acessado somente por funcionários. Elas disponibilizam seu perfil na rede e passam a colaborar mutuamente. Depois, pode-se abrir a participação na extranet, onde participam também fornecedores, parceiros e representantes. Por fim, vai-se para a própria internet.

Valor: Nesse caso, todo o conteúdo seria de livre acesso?

Hadar: Sim. As empresas precisam falar com seus consumidores e muitas já fizeram grandes avanços nesse sentido. Elas propõem problemas para o público e recebem sugestões valiosas em troca. A Dell e a Starbucks, por exemplo, costumam ouvir seus clientes e melhoram seus processos e produtos com base nesse feedback. Chegam até a criar produtos de forma conjunta por meio de "mash-ups". Isto é, cruzam informações de diferentes fontes, que a princípio não conversariam entre si, para desenvolver algo novo. Se minhas conexões forem apenas as do trabalho, meu universo será muito limitado.

Valor: A forma mais eficiente de gerir conhecimento é por meio das redes sociais?

Hadar: Sim, especialmente em grandes companhias. Em uma plataforma colaborativa é possível localizar rapidamente o que se precisa pesquisando por assuntos e expertises. Além, é claro, de você ter a adesão maciça dos mais jovens.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 31 maio 2010, Eu & Investimentos, p. D10.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais