

A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO: NOVAS POSSIBILIDADES PARA A HUMANIZAÇÃO DA ECONOMIA

THE INFORMATION SOCIETY: NEW POSSIBILITIES FOR HUMANIZING THE ECONOMY

[10.29073/e3.v9i1.769](https://doi.org/10.29073/e3.v9i1.769)

Receção: 18/06/2023 Aprovação: 27/06/2023 Publicação: 30/06/2023

Elena Makeeva ^a;

^a Saint-Petersburg State University of Economics, Russia; elena.makeeva@gmail.com;

RESUMO

Baseando-nos em uma revisão de literatura científica multidisciplinar (económica, filosófica, psicológica, sociológica), definimos o objetivo de revelar novas possibilidades para a humanização da economia que têm surgido no seio da sociedade da informação para a terceira década do século XXI. Em primeiro lugar, apresentamos a nossa interpretação do conceito da humanização da economia utilizando as noções de humanidade, humanismo, oportunismo e alienação. Depois, destacamos a contribuição de tecnologias computacionais e digitais para a superação do oportunismo. Por último, esboçamos alguns caminhos da desalienação que decorrem do ambiente virtual.

Palavras-chave: Sociedade da Informação; Digitalização; Humanização da Economia.

ABSTRACT

Based on a review of multidisciplinary scientific literature (economic, philosophical, psychological, sociological), we set the objective to reveal new possibilities for humanizing the economy that have emerged in the information society by the third decade of the 21st century. First, we present our interpretation of the concept of humanizing the economy resorting to the notions of humaneness, humanism, opportunism, and alienation. Then, the contribution of computing and digital technologies towards overcoming opportunism is highlighted. Finally, several paths to disalienation that stem from the virtual environment are outlined.

Keywords: Information Society; Digitalization; Humanizing the Economy.

1. INTRODUÇÃO

Até meados do século XX, na ciência económica não houve uma distinção rigorosa entre as noções de crescimento e desenvolvimento (Maréchal, 2008). Quanto ao termo “desenvolvimento sustentável”, só começou a entrar no thesaurus científico no final dos anos 70 (Da Veiga, 2010). Porém, já na virada do século XX para o XXI, desenrolou-se uma busca ativa de novos instrumentos que deixassem reconciliar os objetivos económicos quantitativos e qualitativos e viu a luz uma grande reflexão multidisciplinar sobre os imperativos ecológicos e culturais do capitalismo moderno. A Agenda 21 adotada na ECO-92 no Rio de Janeiro (1992), o Protocolo de Quioto (1997), o Acordo de Paris (2015) e as práticas ESG (do inglês “Environmental, Social and Governance”) são alguns exemplos de respostas institucionais aos conflitos da economia com a natureza e as comunidades. Além disso, em 2002, durante a Cimeira de

Joanesburgo, a diversidade cultural foi proclamada o quarto pilar da sustentabilidade, juntamente com os fatores económicos, sociais e ecológicos (Barré, 2012). Aliás, este princípio tornou-se um dos alicerces da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais (UNESCO, 2005).

No contexto citado, parece-nos pertinente a tarefa do aprofundamento e da atualização do conceito da humanização da economia que foi elaborado, entre outros, por Louis-Joseph Lebret (1897–1966), Deirdre McCloskey (nascida em 1942), Jean-Paul Maréchal e que sublinha a última importância da manifestação de solidariedade em agentes económicos (Berthelot, 2014; Lebret, 1961; Maréchal, 2008), assim como da consideração de todas as suas virtudes (incluindo o amor, a fé, a esperança, a justiça, a temperança, a prudência, a coragem) (McCloskey, 2016). Destaca-se também a meta da realização do potencial humano (Lebret, 1961).

Através de uma revisão de literatura científica multidisciplinar (económica, filosófica, psicológica, sociológica), no seio da nossa pesquisa concentramo-nos em analisar as novas possibilidades para a humanização da economia que têm surgido na sociedade da informação para a terceira década do século XXI. Por um lado, tentamos entender se a proliferação de tecnologias computacionais e digitais para (ou pelo menos enfraquece) de algum modo o oportunismo e estimula o cumprimento dos valores morais universais, assim como das normas da deontologia profissional. Isso seria a faceta da humanidade (Chebunin, 2021). Em relação às normas jurídicas correspondentes, partilhamos a ideia de James Buchanan (1919–2013) segundo a qual estas são secundárias no sentido de derivarem da ética de reciprocidade e não ao contrário (Buchanan, 2005).

Por outro lado, ponderamos a natureza do Homem e o impacto dos processos da digitalização na sua realização completa desviando a alienação (que é com frequência intrínseca ao trabalho). Desta perspetiva tratamos a faceta do humanismo percebendo-o, em traços gerais, como uma visão do mundo antropocêntrica (Chebunin, 2021; Mejuev, 2013).

2. A FACETA DA HUMANIDADE: SUPERAÇÃO DO OPORTUNISMO

Por mais concretas e contextualizadas que sejam a moral e a deontologia profissional,¹ existirão também valores eternos, tais como a integridade, a consciência, a honestidade, o respeito pelos quais facilitará os negócios, reforçando a confiança e reduzindo os custos de transação. Entretanto, nas palavras do psicólogo Steven Pinker (nascido em 1954), as novas tecnologias de informação e comunicação dinamizaram o crescimento

espiritual da gente difundindo a empatia (Pinker, 2021).

Em termos do nosso tema deveríamos levar em conta os múltiplos websites dedicados à avaliação de práticas empresariais que fomentam a transparência e ajudam a denunciar casos de oportunismo afetando indivíduos, a sociedade e/ou o meio ambiente. É importante que, segundo o empreendedor Julian Richer (nascido em 1959), a gente não costume publicar falsos comentários negativos, mas, sendo prejudicada realmente, possa exagerar as dimensões dos danos no calor da raiva ou da frustração (Richer, 2018).

Ao mesmo tempo, para que haja sucesso enfrentando o oportunismo na Internet, é preciso que os usuários que leem os comentários tenham, sempre que possível, os critérios mais ou menos homogêneos do bom e do mau, do aceitável e do inadmissível. Senão, como enfatizou o filósofo Fernando Savater (nascido em 1947) (2018), “os transgressores”, “os que se atrasam a pagar ou os vigaristas”, paradoxalmente, poderão “chegar a ser considerados ases dos negócios”, tendo “a admiração de espontâneos partidários” (pp. 166–167).

Haverá vários canais da sensibilização de pessoas para as normas da integridade. Incluirão, primeiro, medidas imperativas (como, por exemplo, uma proibição da batota e um uso de programas informáticos antiplágio em instituições de ensino (visto que “de pequenino se torce o pepino”)). Além disso, farão sentido instrumentos dispositivos, uma certa “cutucada” (do inglês “nudging”) para o comportamento honesto e decente, através da rodagem de filmes (curtas- e longas-metragens, documentários e de ficção) e da publicação de livros que estigmatizem tais flagelos do mundo económico e laboral como, por exemplo, a pirataria ou o mobbing²

¹ Da mesma maneira será complicado unificar as normas jurídicas que garantem os direitos humanos universais. É notável que além da Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948) existam também, por exemplo, a Carta Africana dos Direitos Humanos e dos Povos

(1981), a Declaração dos Direitos Humanos no Islã (1990), a Carta Árabe dos Direitos Humanos (1994, 2004).

² Na ficção moderna, os enredos sobre as vicissitudes laborais consideram-se subestimados

(Bouzou & De Funès, 2018; Mazar & Ariely, 2006; Molina, 2021). Hoje em dia uma ampla divulgação desta produção seria possível graças à disponibilidade de diferentes plataformas digitais (Chantepie & Le Diberder, 2019).

3. A FACETA DO HUMANISMO: DESALIENTAÇÃO

Quanto à superação da alienação, seguindo as ideias filosóficas de Aristóteles (384–322 a.C.) e de Karl Marx (1818–1883), supomos que a natureza humana é criativa e social (Damásio, 2012; Marx, 2010; Russell, 2001). Indubitavelmente, o ambiente digital — redes sociais, assistentes virtuais, messengers — tem trazido novas oportunidades para a expansão do círculo de amizades, a luta contra a solidão, a autoapresentação e a autorrealização (bem como para a obtenção de lucro). É curioso que entre 2012 e o início de 2022, o número de usuários de redes sociais à escala global aumentasse de 1,4 bilhão para 4,6 bilhões de pessoas (Gramatchikov, 2022). Aliás, a Internet permite ficar dentro do seu próprio “eu”, evitando o anonimato e o disfarce, ou, ao revés, deixa fomentar a versatilidade artística, conceber pseudónimos e até heterónimos (como se fosse uma tentativa de emular os grandes poetas e pensadores Antonio Machado (1875–1939), Fernando Pessoa (1888–1935), Vladimir Vysotsky (1938–1980) (Abramovskikh, 2000)).

Os outros caminhos da desalienação mediada pelo Digital que destacámos estão vinculados à delegação de uma parte de operações rotineiras em locais de trabalho à inteligência artificial (IA) (Tchernigovskaya, 2018) e igualmente às iniciativas solidárias presentes na Internet. A estas pertencem plataformas de ajuda mútua e angariação de fundos, a assim chamada “wikinómica”, diferentes fóruns (Lipovetsky & Serroy, 2013), licenças copyleft, projetos e programas fazendo arteterapia e

desenvolvendo a inclusão e a acessibilidade cultural.

Ao mesmo tempo, entre as “armadilhas” do Virtual podemos mencionar o ócio, o desemprego, a obsessão pelos “likes” e as frustrações correspondentes, a ostentação e a provocação da inveja. Esta, segundo um dos autores da reaganomics William A. Niskanen (1933–2011), no Ocidente contribuiu para o enfraquecimento de economias de mercado (Niskanen, 1998). Provavelmente tiveram-se em conta os altos impostos, já que, nas palavras do sociólogo Helmut Schoeck (1922–1993), no aumento destes a inveja exerce uma grande influência (Schoeck, 2008). Ainda por cima, permanecem pendentes tais problemas como a desigualdade digital, falhas de comunicação, erros técnicos, uma insuficiente proteção de dados, controvérsias ao redor da virtualização de práticas artísticas e criativas (por exemplo, da sua “tokenização”).

4. CONCLUSÃO

Portanto, a humanização da economia pode ser associada, por um lado, à superação do oportunismo e ao cumprimento das normas da integridade e da honestidade (a faceta da humanidade) e, por outro lado, à desalienação de pessoas da sua própria natureza criativa e social (a faceta do humanismo). A revisão da literatura revelou que na sociedade da informação estes processos são facilitados por uma maior transparência do mundo, pelo aumento do tempo livre graças à delegação de uma parte do trabalho à IA e pelo surgimento de um espaço alternativo para a criação, a comunicação e o diálogo.

Contudo, deveríamos também considerar os riscos e os desafios da nova realidade: uma sucessão acelerada de profissões (incluindo uma eventual extinção de algumas), o desemprego, o ócio, os cibercrimes, a desigualdade digital, as tensões sociais — e enfrentá-los de maneira adequada.

Para continuarmos a nossa pesquisa, havemos de estudar todos estes problemas

(Bouzou & De Funès, 2018), embora até sobre este tema hajam de encontrar-se bestsellers (veja, por exemplo, (Des Isnards & Zuber, 2008)).

com base em dados empíricos. Em particular, através de sondagens sociológicas, da análise linguística de publicações e comentários na Internet (medindo a sua tonalidade / o seu sentimento) e da modelagem econométrica, poderíamos tentar saber como os habitantes de diferentes países utilizam o tempo livre; se encaram uma concorrência com a IA pelos empregos; se no ambiente virtual aumentou o seu capital social; qual é a dinâmica de casos de oportunismo no mundo empresarial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abramovskikh, E. (2000). *100 poetov XIX–XX vekov [100 Poets of the XIX–XX Centuries]*. Ural LTD.
- Barré, H. (2012). L'approche de l'UNESCO de la question du rôle du patrimoine culturel et de la culture dans le développement durable [UNESCO's Approach to the Question of the Role of Cultural Heritage and Culture in Sustainable Development]. In D. Audrerie (Ed.), *Patrimoine et développement durable. Septièmes Rencontres Patrimoniales de Périgueux [Heritage and Sustainable Development. Seventh Heritage Meetings of Périgueux]* (pp. 11–23). Presses Universitaires de Bordeaux.
- Berthelot, Y. (2014). Louis-Joseph Lebre (1897–1966), acteur d'une économie plus humaine [Louis-Joseph Lebre (1897–1966), Actor of a More Human Economy]. In L. Loty, J.-L. Perrault, & R. Tortajada (Eds.), *Vers une économie "humaine"? Desroche, Lebre, Lefebvre, Mounier, Perroux au prisme de notre temps [Towards a "Human" Economy? Desroche, Lebre, Lefebvre, Mounier, Perroux Through the Prism of Our Time]* (pp. 51–59). Hermann Éditeurs.
- Bouzou, N., & De Funès, J. (2018). *La comédie (in)humaine [The (In)human Comedy]*. Éditions de l'Observatoire / Humensis.
- Buchanan, J. (2005). *Why I, Too, Am Not a Conservative. The Normative Vision of Classical Liberalism*. Edward Elgar.
- Chantepie, Ph., & Le Diberder, A. (2019). *Économie des industries culturelles [Economics of Cultural Industries]*. La Découverte.
- Chebunin, A. V. (2021). Smysl i funkzii gumanizma [Meaning and Functions of Humanism]. *Bulletin of Buryat State University. Philosophy*, 2, 3–16. <https://doi.org/10.18101/1994-0866-2021-2-3-16>
- Da Veiga, J. E. (2010). Indicadores da Sustentabilidade [Sustainability Indicators]. *Estudos Avançados*, 24(68), 39–52. <https://doi.org/10.1590/S0103-40142010000100006>
- Damásio, A. (2012). *Au Encontro de Espinosa — As Emoções Sociais e a Neurologia do Sentir [Looking for Spinoza: Joy, Sorrow, and the Feeling Brain]*. Temas e Debates — Círculo de Leitores.
- Des Isnards, A., & Zuber, T. (2008). *L'open space m'a tuer [The Open Space Killed Me]*. Hachette Littératures.
- Gramatchikov, A. (2022). Griadiot li zakat sotsialnykh setei? [Is the End of Social Media Coming?]. *Expert*, 47, 42–46.
- Lebre, L.-J. (1961). *Dynamique concrète du développement [Concrete Dynamics of Development]*. Économie et humanisme, Les Éditions Ouvrières.
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2013). *L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste [The Aestheticization of the World. Living in the Age of Artist Capitalism]*. Éditions Gallimard.
- Maréchal, J.-P. (2008). *Humaniser l'économie [Humanize the Economy]*. Éditions Desclée de Brouwer.
- Marx, K. (2010). *Ekonomicheskoe-filosofskie rukopisi 1844 goda [The Economic and Philosophic Manuscripts of 1844]*. In K. Marx, *Ekonomicheskoe-filosofskie rukopisi 1844 goda i drugie rannie filosofskie raboty [The Economic and Philosophic Manuscripts of 1844 and Other Early Philosophical Works]* (pp. 303–358). Akademicheskii proekt.
- Mazar, N., & Ariely, D. (2006). Dishonesty in Everyday Life and Its Policy Implications. *Journal of Public Policy & Marketing*, 25(1),

117–126.

<https://doi.org/10.1509/jppm.25.1.117>

McCloskey, D. (2016). Max U versus Humanomics: a critique of neo-institutionalism. *Journal of Institutional Economics*, 12(1), 1–27. <https://doi.org/10.1017/S1744137415000053>

Mejuev, V. M. (2013). Gumanism i sovremennaiia tsivilizatsia [Humanism and Modern Civilization]. *Tchelovek*, 2, 5–13.

Molina, C. A. (2021). *¡Qué bello será vivir sin cultura! [How Lovely It Would Be to Live Without Culture!]*. Ediciones Destino.

Niskanen, W. A. (1998). *Policy Analysis and Public Choice: Selected Papers by William A. Niskanen*. Edward Elgar.

Pinker, S. (2021). *Lutchchee v nas. Potchemu nasiliia v mire stalo menche [The Better Angels of Our Nature: Why Violence Has Declined]*. Alpina Non-Fiction.

Richer, J. (2018). *The Ethical Capitalist. How to Make Business Work Better for Society*. Random House Business Books.

Russell, B. (2001). *Istoriia zapadnoi filosofii [A History of Western Philosophy]*. Azbuka.

Savater, F. (2018). *O Conteúdo Da Felicidade [The Contents of Happiness]*. Relógio D'Água Editores.

Schoeck, H. (2008). *Zavist: teoria sotsialnogo povedenia [Envy: A Theory of Social Behaviour]*. IRISEN.

Tchernigovskaya, T. V. (2018). Il protiv tchelovetchestva: chakh i... mat? [Al against humanity: check and... mate?]. *Journal Budget*, 3(183), 68–71.

UNESCO. (2005). *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246264?posInSet=1&queryId=85dde93e-9ef6-402b-bc9f-452e6a399382>

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus entes queridos a sua ajuda e o seu apoio.

PROCEDIMENTOS ÉTICOS

Conflito de interesses: Nada a declarar. **Financiamento:** Nada a declarar. **Revisão por pares:** Dupla revisão anónima por pares.



Todo o conteúdo da [e³ – Revista de Economia, Empresas e Empreendedores na CPLP](#) é licenciado sob *Creative Commons*, a menos que especificado de outra forma e em conteúdo recuperado de outras fontes bibliográficas.

