

A CULTURA DA ESTRATÉGIA NA VIA JAPONESA DA CRIAÇÃO DO SABER

Pierre-Marie Fayard

RESUMO

O Japão sempre ressaltou a importância da informação no desenvolvimento econômico, continuidade que hoje se define no conceito mobilizador de criação do saber, versão japonesa da administração do saber (*knowledge management*). Esse conceito dá origem a certas práticas, cujo desejo é o de responder positivamente e de maneira original à globalização das trocas na sociedade dita da informação (Castells, 1998). Essas inovações, ainda em estado nascente, parecem perfilar-se como ponto de apoio de uma verdadeira reorganização da Casa do Japão no início deste século. O artigo que segue pretende ser uma primeira abordagem desse fenômeno, colocado na perspectiva da cultura japonesa da estratégia. Este trabalho dá seguimento a várias missões de gestão do conhecimento no Japão, de 2000 a 2002, mantidas pelo Serviço para a Ciência e Tecnologia da Embaixada da França no Japão. Mais globalmente, ele explica um eixo de pesquisa dirigido às estratégias da informação e da comunicação em suas relações com as culturas da estratégia no contexto da revolução digital.

Palavras-chave: estratégia, cultura da estratégia, T.I.C., interação, gestão do saber.

ABSTRACT

Japan has always emphasized the importance of information in economic development, a continuity that is defined today in the mobilizing concept of knowledge creation, the Japanese version of knowledge management. This concept gives rise to certain practices whose wish is to answer positively and in an original way to the globalization of exchanges in the so-called information society (Castells, 1998). These innovations, still in a nascent state, seem to be the support of a true reorganization of the House of Japan in the beginning of this century. The paper intends to be a first approach to this phenomenon, put into the perspective of the Japanese culture of strategy. This work follows various knowledge management missions in Japan from 2000 to 2002, kept by the Science and Technology Service of the French Embassy in Japan. More globally, it explains a research axis directed to information and communication strategies in their relationships with cultures of strategy in the context of the digital revolution.

Keywords: strategy, culture of strategy, T.I.C., interaction, knowledge management.