

TARAPANOFF, K. (Org.). **Análise da informação para tomada de decisão: desafios e soluções.** Curitiba: InterSaber, 2015. 365p.

Marta Lúcia Pomim Valentim*

* Livre Docente em Informação, Conhecimento e Inteligência Organizacional pela Universidade Estadual Júlio de Mesquita Filho, Brasil. Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, Brasil. Líder do Grupo de Pesquisa Informação, Conhecimento e Inteligência Organizacional. Bolsista de Produtividade do CNPq.

O livro organizado por Kira Tarapanoff nos apresenta a temática inteligência organizacional e competitiva no contexto da *Web 2.0.*, a partir de quatro distintos enfoques: I. *Web 2.0*: novas oportunidades para a atividade de inteligência e *Big Data*; II. Novas arquiteturas informacionais; III. Desenvolvimento de estratégias por meio da *Web 2.0*; IV. Metodologias. O livro reúne nove capítulos elaborados por quinze autores brasileiros e um finlandês, este último traduzido para o português, alinhados ao tema principal do livro.

Um dos aspectos debatidos no livro se refere a *Web 2.0*, cujo enfoque se direciona a evolução tecnológica e as múltiplas possibilidades proporcionadas por esse ambiente, em especial a interação com os usuários, no que tange ao acesso, recuperação e compartilhamento de informação e conhecimento, e introduz o conceito 'Inteligência Organizacional e Competitiva' (IOC) pautado em duas novas dimensões organizacionais: *sustentabilidade* e *legitimidade*. No contexto da IOC, a sustentabilidade abrange a prosperidade econômica inter-relacionada à qualidade ambiental e à justiça social; e a legitimidade abrange os princípios da governança corporativa [transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa]. Nessa perspectiva, apresenta o conceito de

'Empresa 2.0' nomeadamente àquela que aderiu a *wiki* [*websites* colaborativos] e as tecnologias específicas para atuar nas redes sociais. Além desses aspectos, destaca também que a Empresa 2.0 atua por meio de 'equipes auto-organizantes', ou seja, que se auto organizam em relação ao trabalho que deve ser desenvolvido.

Os fenômenos tecnológicos e sociais relacionados ao *Big Data* são objeto de discussão, em especial apresenta suas contribuições para a geração de diferenciais competitivos. Nessa perspectiva, destaca algumas características do *Big Data*, quais sejam: variedade de fontes e formatos de dados; geração de dados por distintas organizações; velocidade de geração de dados; volume de dados; e complexidade técnica. Apresenta o conceito de 'prossumidor' de McLuhan (1966) ([produtor e consumidor] presente no cenário do *Big Data*, uma vez que há uma inter-relação dinâmica e retroalimentadora. Nesse contexto, destaca a interação homem-máquina, mais especificamente a inteligência artificial, compreendida como a capacidade "[...] de realizar processos mentais, tal como de fato eles ocorrem, em dispositivos não cerebrais que os suportem". A arquitetura da informação destacada como fundamental para desenvolver e modelar ambientes de informação é revelada sob diferentes enfoques: tecnológico, humanístico e organizacional. A partir dessas considerações,

evidencia os impactos, riscos, benefícios e desafios do *Big Data*.

Os desafios tecnológicos, econômicos, políticos, legais, sociais e culturais enfrentados pelas organizações contemporâneas são explorados sob o enfoque da inteligência organizacional. Apresenta as diferenças entre organizações inteligentes e organizações não inteligentes, caracterizando-as em relação a percepção do ambiente externo, criação de significado, tomada de decisão, erros e inovação. Destaca os elementos que compõem a inteligência organizacional: monitoramento ambiental; comunicação organizacional; cognição organizacional; raciocínio organizacional; aprendizagem organizacional; e memória organizacional, detalhando e explicando o papel de cada um no processo de inteligência organizacional. Além disso, apresenta o *Framework Cynefin* formado por quatro domínios: conhecido; conhecível; complexo; e caos. Em cada um dos domínios são desenvolvidas ações que contribuem para gerar inteligência organizacional, no intuito de prover os sujeitos organizacionais de competências para lidarem com distintos tipos de situações advindas do ambiente externo.

A gestão de conteúdo no ambiente *Web 2.0* enfocando a arquitetura informacional e as linguagens documentárias utilizadas não apenas para o acesso e recuperação dos conteúdos, mas principalmente no que tange a reduzir os riscos de desinteresse e abandono de *sites* nesse ambiente se constitui em um dos capítulos do livro. Ressalta a importância das linguagens documentárias [listas, anel de sinônimos, taxonomias e tesouros], para representar o conhecimento e propiciar a interação entre o usuário e o conteúdo. Em especial destaca a aplicação dos tesouros para a melhoria da recuperação da informação, por parte dos usuários que interagem com *sites* temáticos. Nessa perspectiva, apresenta alguns exemplos que podem servir para a gestão de conteúdos em *sites*, evidenciando a complexidade dos processos que envolvem a arquitetura para a *Web 2.0*.

Apresenta uma reflexão sobre a aplicabilidade do *software* social à inteligência competitiva, em especial no ambiente *Web 2.0*. Nessa perspectiva, descreve quatorze possibilidades: *bookmark* compartilhado ou agregadores de *sites*; gestão de conteúdo e

compartilhamento de registros; notícias sociais; *sites* de opiniões; *wikis*; compartilhamento e colaboração de conteúdos gráficos e audiovisuais; agregadores de *feeds*; *blogs*; eventos; gestão de citações e pesquisas; redes sociais; jogos *online*; mundo virtual; transmissão de programas sonoros. Evidencia que o *software* social enfoca a colaboração e a comunicação. A partir dessas considerações estabelece a relação entre *software* social e as fases do ciclo de inteligência competitiva, explicando quais as possíveis contribuições em cada fase. Outro aspecto abordado se refere a compreensão do *software* social como fonte de informação estratégica para o ciclo de inteligência competitiva, demonstrando as vantagens proporcionadas por meio do seu uso e aplicação.

Os modelos de negócios contemporâneos exigem novas estratégias de marketing, principalmente, no que tange ao ambiente *Web 2.0*. Sendo assim, as redes sociais digitais se apresentam como um desafio, mas também trazem benefícios e agregam valor à organização. Destaca as transformações do consumidor que, por sua vez, impactam no marketing aplicado ao ambiente *Web*, em especial às mídias sociais. Descreve a aplicação do *software* social no âmbito das redes sociais digitais para transmitir, publicar, criar, discutir, informar, relacionar e compartilhar informações sobre produtos e serviços. Nessa perspectiva, apresenta estratégias de marketing aplicadas às redes sociais digitais baseadas na avaliação do perfil do consumidor, no estabelecimento de objetivos e na definição de qual *software* social deve ser adotado. Além disso, descreve o 'consumidor social', notadamente um sujeito que deseja conhecer, trocar informações, interagir, participar, coparticipar, cooperar, cocriar e coproduzir. Explica alguns conceitos nesse âmbito como, por exemplo: 'marketing viral'; 'formadores de opinião'; 'evangelistas de marca'; e 'trendsetters'. Apresenta, também, os principais riscos das campanhas de marketing e algumas estratégias de monitoramento realizados nas redes sociais digitais.

As pesquisas e estudos desenvolvidos no âmbito da saúde pública no mundo é significativo tanto em termos qualitativos quanto quantitativo. Nesse intuito, apresenta algumas ferramentas de acesso livre na *Web 2.0*, que podem subsidiar políticas públicas em países em desenvolvimento e subdesenvolvidos, no que tange a melhoria

das condições de vida da população. Evidencia a importância do *Big Data* no campo da Saúde, em especial os conteúdos existentes sobre os estudos relacionados a malária. Nessa perspectiva, destaca a aplicação da inteligência competitiva na área da Saúde, em especial a prospecção e monitoramento de patentes. Ressalta que o *Big Data* faz parte de um ecossistema maior do que um conjunto de *software* de análise de dados, uma vez que há a interconexão com dispositivos móveis e outros recursos conectados à rede Internet, presentes no cotidiano das pessoas. Dessa maneira, aplica ferramentas da *Web 2.0* no *Big Data* da área da Saúde e, assim, realiza uma análise bibliométrica sobre malária na base de dados *PubMed Central* do *The National Center for Biotechnology Information* e na base de dados de patentes da Organização Mundial da Propriedade Industrial (OMPI), cujos resultados podem gerar inovação em saúde, beneficiando um grupo de risco e em última instância a própria sociedade.

Em termos metodológicos aborda a evolução dos estudos métricos: da Bibliometria à Almetria. Nesse intuito, apresenta os conceitos de Bibliometria, Webmetria, Cientometria, Informetria, cujo enfoque é dado a Almetria. A Almetria se refere ao uso de dados da *Web 2.0* para estudos científicos que, por sua vez, envolvem simultaneamente distintas ferramentas. A Almetria enfoca outros aspectos da comunicação científica, propiciando informações diferenciadas, no que tange ao uso e aplicação dos estudos e pesquisas acadêmico-científicas disseminados na *Web 2.0*. A Almetria mensura outros aspectos da comunicação acadêmico-científica, enfocando a audiência dos distintos produtos gerados a partir das pesquisas realizadas.

O *social bookmarking* um tipo de *software* social disponibilizado no ambiente *Web 2.0* para uma comunidade de usuários *online*, auxilia no gerenciamento de *links*, propicia a seleção, organização e armazenamento de itens favoritos, gerando uma coleção particular que pode ser compartilhada na rede. Além disso, este recurso proporciona a etiquetagem (*tagging*), ou seja, atribuição livre e pessoal de palavras-chave para o futuro acesso e recuperação dos *links*. Destaca que a *folksonomia* é uma forma de classificação não hierárquica de conteúdos do ambiente *Web*, caracterizada por sua construção colaborativa.

Nessa perspectiva, apresenta a inter-relação entre o *social bookmarking* e a *folksonomia*, evidenciando que a popularidade desta última se deve ao primeiro. Em especial apresenta o *CiteULike* como um serviço *online* gratuito, cuja aplicação se volta à organização de documentos acadêmicos-científicos, bem como possibilita o compartilhamento de referências, mostrando aos pares o que está sendo objeto de leitura. Por último, apresenta as funcionalidades dos guias de literatura na *Web* estabelecendo a inter-relação com o *social bookmarking*, destacando as vantagens que essa relação propicia, tanto no que tange a produção quanto no que tange ao gerenciamento dos guias e listas neste ambiente.

Apresenta um glossário no intuito de auxiliar o leitor na compreensão de conceitos e definições referentes ao jargão especializado presente nos diversos capítulos do livro. Apresenta também um índice de assunto remetendo o leitor às páginas em que poderá encontrar elementos relacionados ao assunto em questão.

Os capítulos que compõem o livro “Análise da informação para tomada de decisão: desafios e soluções” atendem a uma lacuna no âmbito da inteligência competitiva organizacional, uma vez que demonstra a necessidade de as organizações perceberem o potencial dos recursos e ferramentas tecnológicas para a análise da informação, ampliando significativamente as perspectivas para a tomada de decisão e a definição de estratégias de ação.

A leitura do livro é fundamental para pesquisadores e profissionais que estudam os fenômenos relacionados a informação e ao conhecimento na sociedade contemporânea, em especial os aspectos relacionados ao ambiente *Web 2.0* e ao *Big Data*, sob o ponto de vista do potencial da análise da informação para gerar inteligência organizacional.

A pesquisadora Kira Tarapanoff, organizadora da obra, possui larga experiência profissional, tanto como professora em universidade pública brasileira, quanto como consultora de organismos nacionais e internacionais. Sua contribuição para o estado da arte dos estudos sobre inteligência competitiva organizacional no País é significativa.