



I Seminário de Gestão da Informação e do
Conhecimento
Rialde - BR
COPED - BNDES

*Perspectivas para a Inteligência Organizacional e Competitiva
na Web 2.0*

*Prof^a Dr^a Kira Tarapanoff
25.11.2014 - 14:00h*

Sumário



Perspectivas para a IOC - Inteligência Organizacional e Competitiva na Web 2.0

- 1. Contexto**
- 2. Desafios para a IOC**
- 3. Soluções para a IOC**

1. Contexto – Sociedade em rede



❖ **Maior expressão nas chamadas**

Redes sociais

1. Contexto



Sociedade em rede

1. Redes sociais

2. Web 2.0

1. Contexto



Sociedade em rede

Redes sociais

1.Contexto



Redes Sociais

- ❖ Compartilham significados em nível local, nacional e global por meio da geração e troca de informações

1. Contexto



Redes Sociais

- ❖ Atualmente uma importante estrutura para alavancar mudanças sociais e econômicas

1. Contexto



Web 2.0

1. **Características sociais**
2. **Características tecnológicas**

1.Contexto



Web 2.0

Características sociais

Comunicação multidirecional e interativa em grande escala: “comunicação de muitos para muitos”.



1. Contexto



Web 2.0

Características sociais

- ❖ Conexão de ou para um número infindável de redes transmitindo informações em formato digital, em nível local, nacional e global, gerando *Big Data*.

1. Contexto

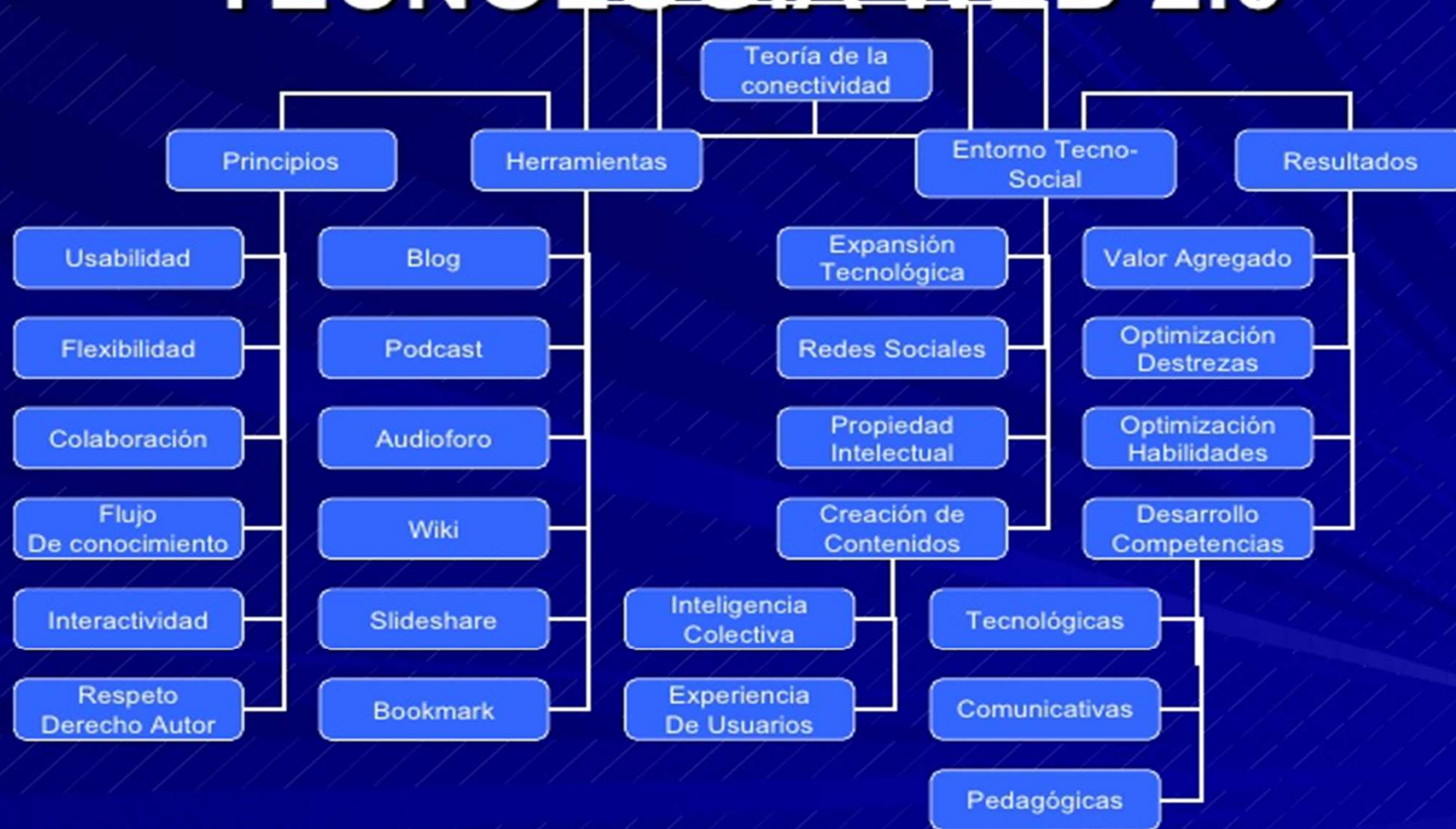


Web 2.0

Características tecnológicas

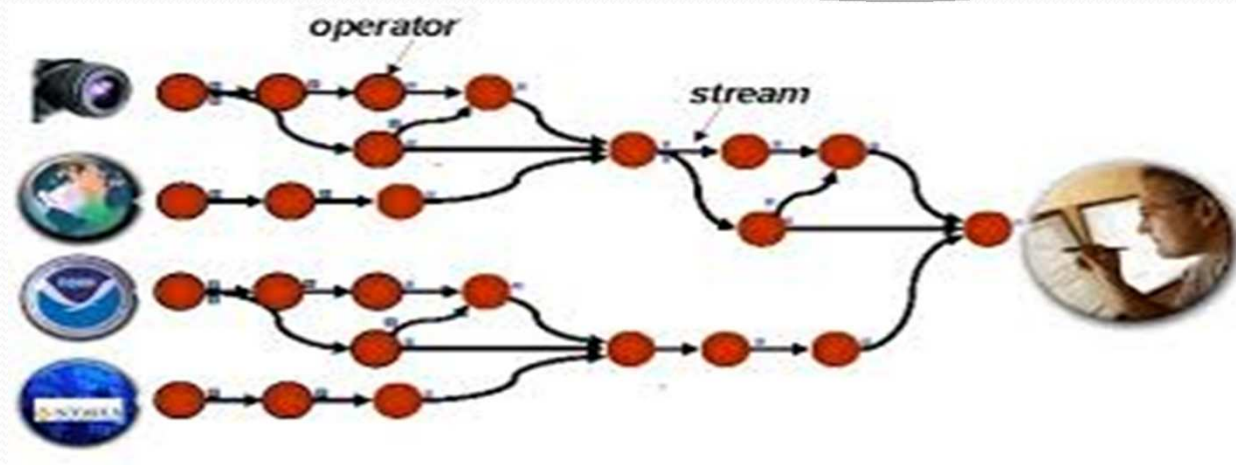
1. Contexto

TECNOLOGIA WEB 2.0



Humberto Sparano

1. Contexto



Recursos para processar *Big Data*

- ❖ ***Stream computing*** e técnicas de inteligência artificial

1. Contexto



Web 2.0

Características tecnológicas

Pela proposta do *stream* (fluxo) processam-se os dados à medida que estão sendo gerados, isto é, o processamento se dá em tempo real.

1. Contexto



Características tecnológicas

Inteligência Artificial:

- a) processamento da linguagem natural;
- b) reconhecimento de padrões;
- c) aprendizado de máquina.

1. Contexto

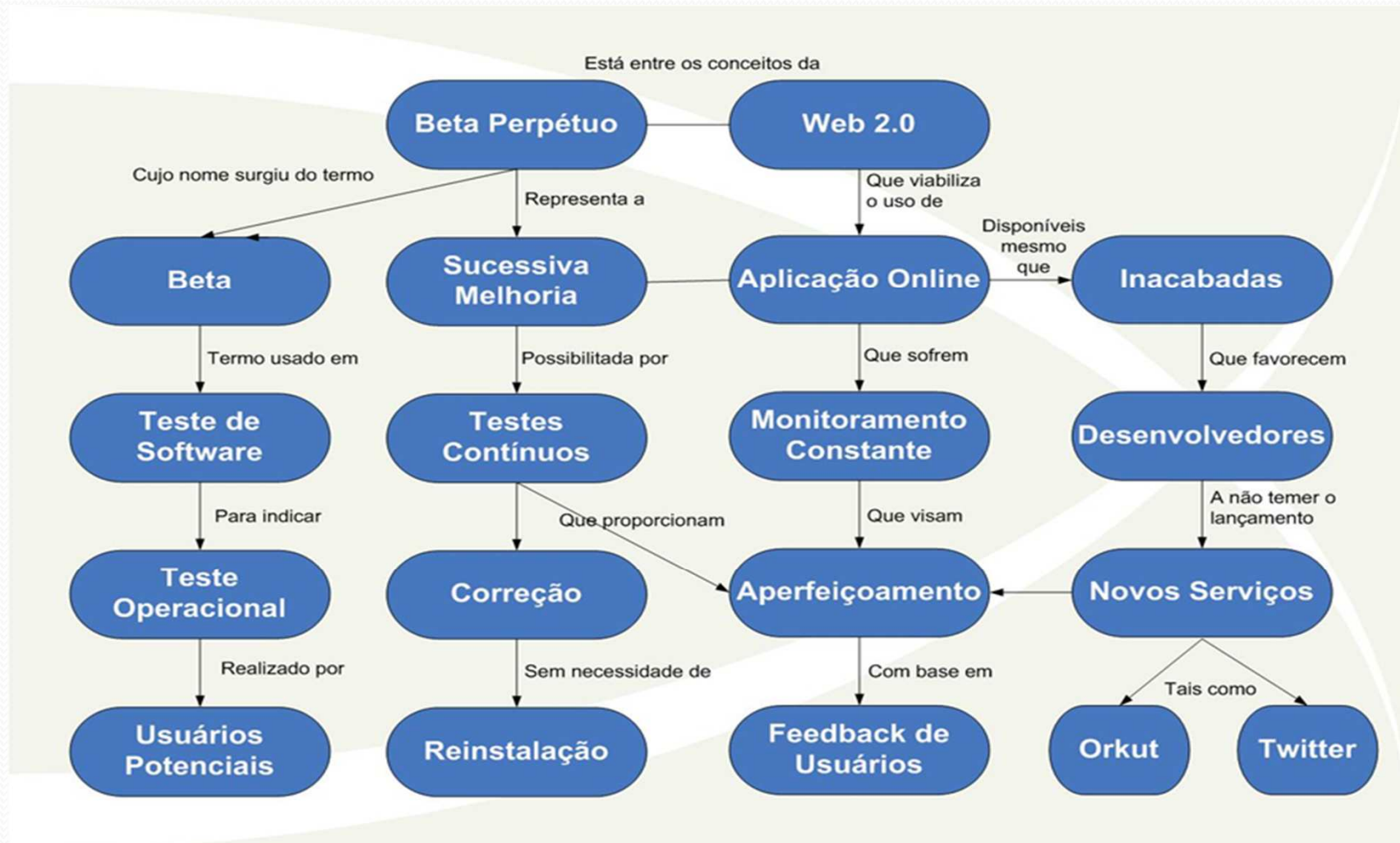
Web 2.0

Características tecnológicas

- ❖ Opera em regime de processamento contínuo (*“beta perpétuo”*), em que programas são alterados, corrigidos e aperfeiçoados continuamente.

1. Contexto

Web 2.0 - Características tecnológicas



2. Desafios para a IOC



2. Desafios para a IOC

Big Data

Características

- ❖ *Variedade de fontes e formatos* de dados, com massiva predominância de dados não estruturados;
- ❖ *Geração de dados* por empresas, por organizações e pelo cidadão;

2. Desafios para a IOC

Big Data

Características

- ❖ *Velocidade de geração* - alta em relação aos sistemas transacionais tradicionais, em vários casos de forma contínua, determinando assim a necessidade de processamento em tempo real

2. Desafios para a IOC

Big Data

Características

- ❖ *Volume de dados* - resulta principalmente da presença de dados não-estruturados e de suas taxas de geração por usuários

2. Desafios para a IOC

Big Data

Características

- ❖ **Complexidade técnica** - resultante da combinação de fatores como: volume e variedade de fontes de dados; necessidade de processamento em tempo real; reconhecimento e análise de padrões

2. Desafios para a IOC

Big Data

Características

Grandes volumes de informação necessitam de:

- ❖ **especialistas para sua localização;**
- ❖ **ferramentas para análise e aproveitamento em tempo hábil.**

2. Desafios para a IOC – Big Data



- ❖ **Armazenamento**
- ❖ **Análises**
- ❖ **Utilização de grandes conjuntos de dados de diferentes origens**

2. Desafios para IOC- Big Data



Muita informação:

1) leva à redução da atenção (“paradoxo da plenitude”);

2) Dificulta a convergência para o essencial

2. Desafios para a IOC

Como organizar informação e conhecimento obtidos a partir da inteligência coletiva, conhecimento coletivo, entendimento compartilhado, e *know-how* colaborativo ?

2. Desafios para a IOC

Exemplo:



Sistema de Inteligência

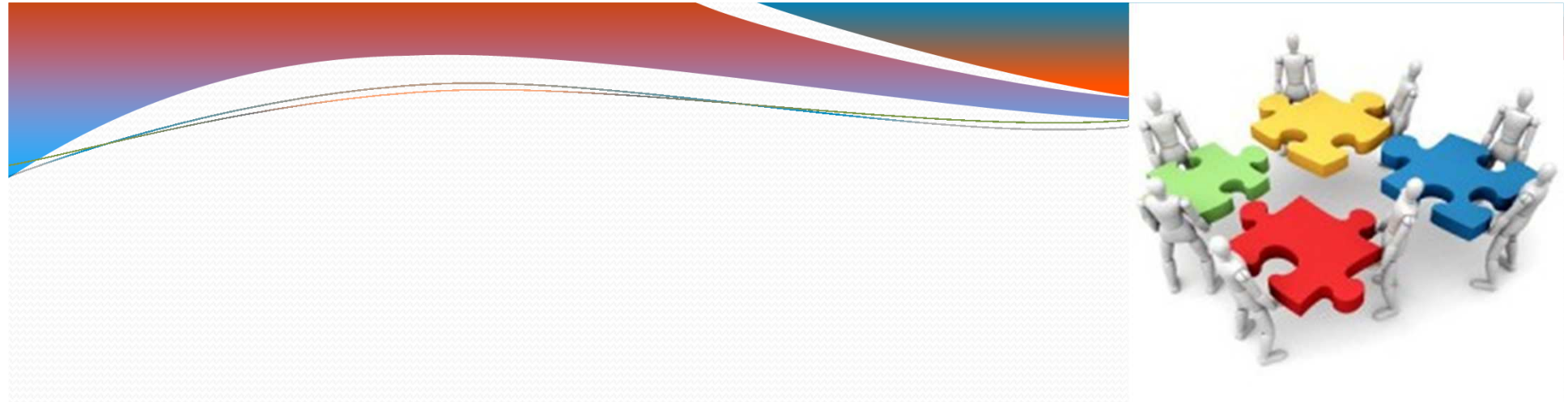




3. Soluções para IOC



3. Soluções para IOC Arquiteturas



3. Soluções para a IOC

❖ Arquiteturas

❖ Rede social como fonte de
informação

3. Soluções para a IOC



Arquiteturas – nível macro

❖ Participativa

❖ Aplicativa

❖ Social

3. Soluções para a IOC

Arquitetura participativa

Depende:

- ❖ dos recursos de interconexão e compartilhamento de dados;
- ❖ da gestão coletiva do trabalho;
- ❖ do compartilhamento de conhecimento entre os participantes;
- ❖ da participação dos usuários externos

3. Soluções para IOC

Arquitetura aplicativa

Nova geração de tecnologias e padrões com ênfase em serviços sediados na web;

- ❖ **Aplicativos aproveitando efeitos da rede para tornar-se mais eficientes (*beta perpétuo*)**

3. Soluções para a IOC

Arquitetura social

- ❖ Obter resultado final tríplice em relação aos pilares da sustentabilidade: prosperidade econômica, qualidade ambiental e justiça social;
- ❖ **Aproveitamento estratégico da inteligência coletiva.**

3. Soluções para a IOC



3. Soluções para a IOC



Arquiteturas em nível tático e operacional

❖ **Arquitetura de Inteligência organizacional**

(AIO)

❖ **Arquitetura de gestão da informação**

(AGI)

3. Soluções para a IOC - AIO

Fonte: Moresi & Lopes, 2015



3. Soluções para a IOC - AGI

- ❖ **Modelos de estruturas de dados;**
- ❖ **Modelos de catalogação e acesso às fontes de informação;**
- ❖ **Esquemas de organização da informação;**
 - ❖ **Taxonomias;**
- ❖ **Modelos de gestão de conteúdo.**

3. Soluções para a IOC - AGI



Taxonomia

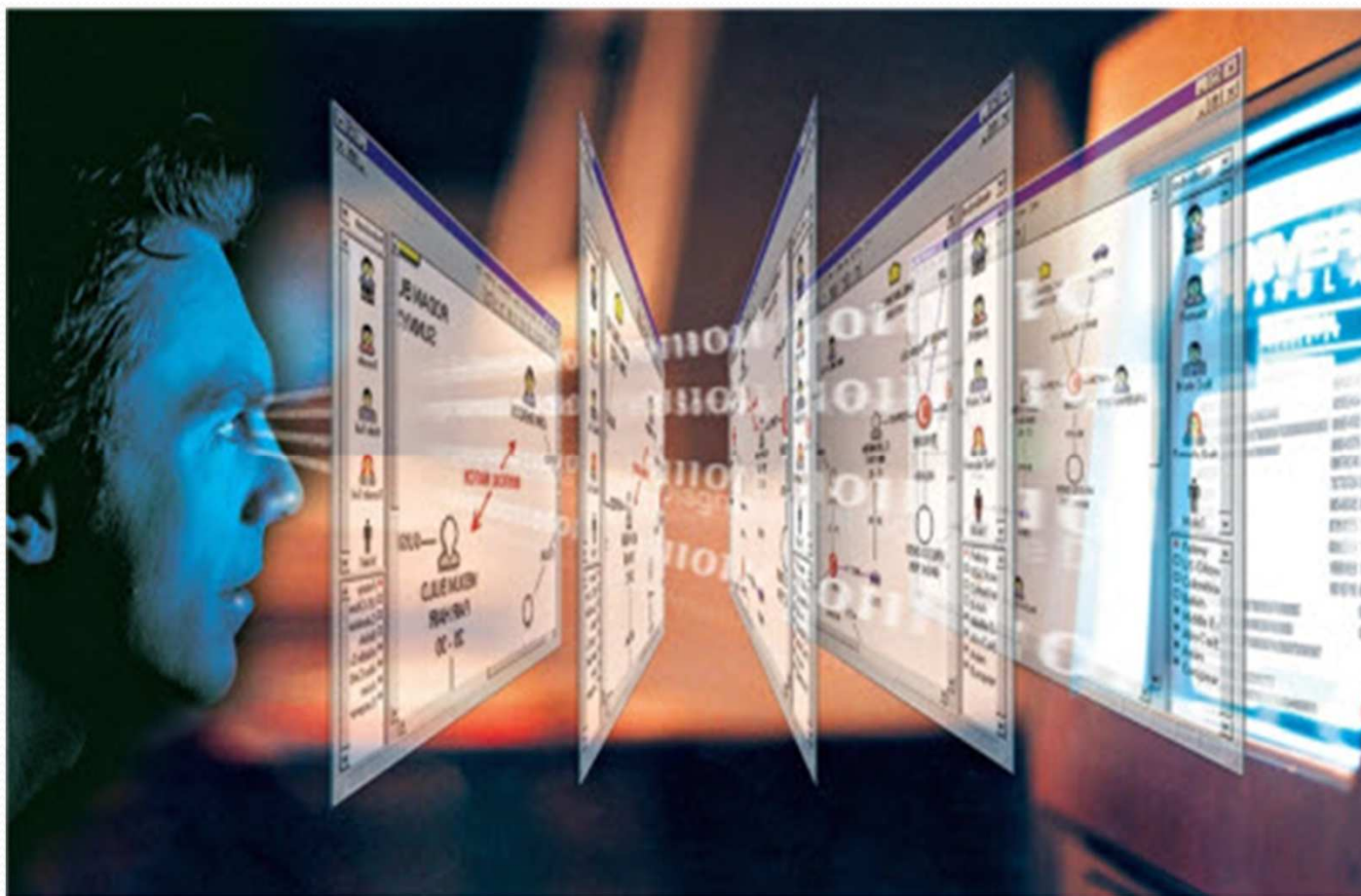
3. Soluções para a IOC



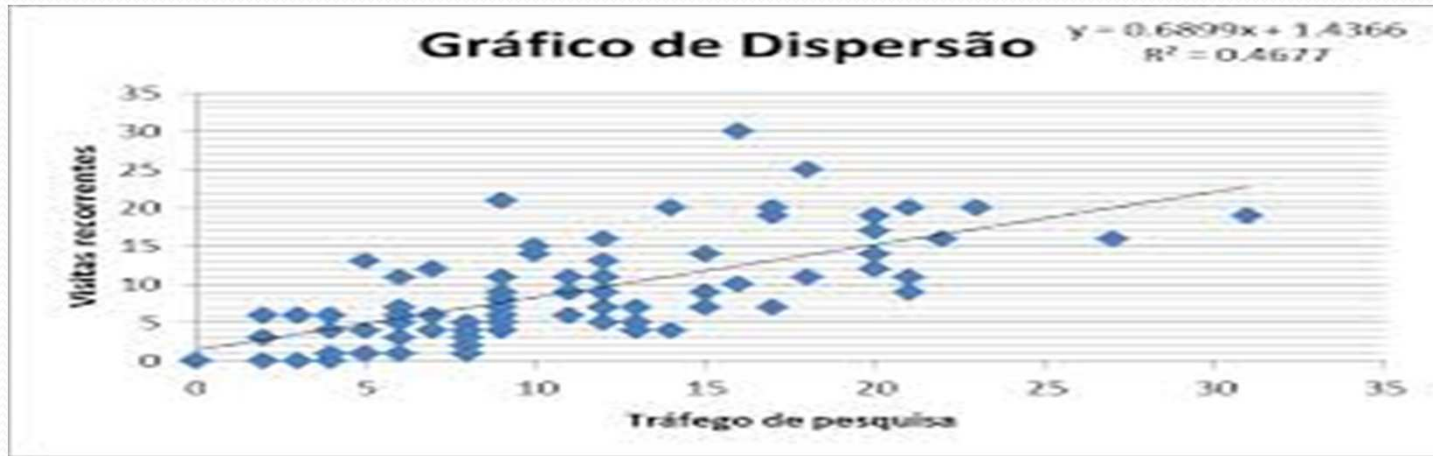
Rede social como fonte de
informação

3. Soluções para a IOC

Técnica de Análise de Vínculos



3. Soluções para a IOC



Técnicas

- ❖ Utilizando o *conceito de dispersão, aplicado* por ex. à estrutura dos relacionamentos de uma pessoa no *Facebook*, possibilita prever aspectos de sua vida com alto grau de certeza

(Antecedente: Lei de Bradford, 1934)

3. Soluções para a IOC



**Software Social como fonte de
informação estratégica**

3. Soluções para a IOC

Software Social como Fonte de Informação Estratégica

Fonte: Miranda, 2015		
Tipo de Informação Estratégica	Informação Coletada	Software Social (Fonte)
Cliente	Tendências quanto aos comportamentos de consumo (atitudes de compra/acesso a serviços, hábitos, frequência), às demandas não atendidas, ao nível de qualidade requerida, ao perfil, ao potencial de crescimento, à resistência a inovações, a nichos mercadológicos, reclamações etc.;	As redes sociais são pródigas em focar observações, comentários e considerações úteis à visão das organizações com as quais se relacionam. É manifestação livre que dever ser avaliada detidamente por profissionais de IC

3. Soluções para a IOC

Fonte: Miranda, 2015 Software Social como Fonte de Informação Estratégica		
Tipo de Informação Estratégica	Informação Coletada	Software Social (Fonte)
Concorrente	Tendências quanto ao perfil dos concorrentes, à imagem no mercado, a preços praticados e prazos concedidos, a número e participação no mercado, a faturamento, à lucratividade, ao orçamento de publicidade, aos salários e comissões pagas, à força de venda, ao endividamento a curto, médio e longo prazo, à estrutura gerencial, ao perfil dos executivos, à história empresarial, à política de investimentos, à qualidade dos produtos/serviços ofertados etc.;	Tanto a concorrência quanto a própria empresa podem ser vistas “lado a lado” em um software social, lançando produtos ou apresentando anúncios que os internautas se interessaram em comentar, por qualquer motivo, podem indicar tendências de interesse sobre o uso de um produto/serviço em detrimento de outro. Além disso, ações desenvolvidas pelas organizações começam a ganhar maior espaço de divulgação nos <i>software</i> sociais

Referências

1. MIRANDA, Roberto Campos da Rocha. **Software Sociais aplicados à Inteligência Competitiva na Web 2.0**. In: TARAPANOFF, K. (Org.). **Análise da informação para tomada de decisão: desafios e soluções**. Curitiba: Intersaberes, 2015. (no prelo).
2. MORESI, Eduardo Amadeu Dutra; LOPES, Daniel Farias. **Plataforma de Inteligência Organizacional**. In: TARAPANOFF, K. (Org.). **Análise da informação para tomada de decisão: desafios e soluções**. Curitiba: Intersaberes, 2015 (no prelo).
3. TARAPANOFF, K. (Org.). **Inteligência, Informação e Conhecimento em Organizações**. Brasília: IBICT: UNESCO, 2006. Disponível em:
<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001469/146980por.pdf>
4. TARAPANOFF, K. (Org.) **Aprendizado organizacional**. Curitiba: IBPEX, 2011. 2.v.
5. **TARAPANOFF, K. (Org.). Análise da informação para tomada de decisão: desafios e soluções. Curitiba: Ed. Intersaberes, 2015 (no prelo).**
6. TARAPANOFF, K; FERREIRA, J. R; ALVARES, L. **Government strategies of territorial intelligence 2.0: support to SME-TPE**. In: QUONIAM, L. (Ed.). **Competitive intelligence 2.0: organization, innovation and territory**. London: ISTE and John Wiley & Sons, 2011. p.333-350

Obrigada pela
atenção!

ktarapanoff@gmail.com
kat309@unb.br

