



ibict

Instituto Brasileiro de Informação
em Ciência e Tecnologia

Série Informação, Tecnologia e Inovação - ITI

VOCABULÁRIO TÉCNICO DA ORGANIZAÇÃO INTELIGENTE NA ERA DIGITAL

Kira Tarapanoff

ANO 2022

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

Jair Messias Bolsonaro
Presidente da República

Hamilton Mourão
Vice-Presidente da República

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÕES

Paulo César Rezende de Carvalho Alvim
Ministro da Ciência, Tecnologia e Inovações

INSTITUTO BRASILEIRO DE INFORMAÇÃO
EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA

Cecília Leite Oliveira
Diretora

Reginaldo de Araújo Silva
Coordenador de Administração - COADM

Gustavo Saldanha
Coordenador de Ensino e Pesquisa, Ciência e Tecnologia da Informação - COEPE

José Luis dos Santos Nascimento
Coordenador de Planejamento, Acompanhamento e Avaliação - COPAV

Marcel Garcia de Souza
Coordenador-Geral de Pesquisa e Desenvolvimento de Novos Produtos - CGNP

Bianca Amaro de Melo
Coordenadora-Geral de Pesquisa e Manutenção de Produtos Consolidados - CGPC

Tiago Emmanuel Nunes Braga
Coordenador-Geral de Tecnologias de Informação e Informática - CGTI

Milton Shintaku
Coordenação de Tecnologias para Informação - COTEC



**VOCABULÁRIO TÉCNICO
DA ORGANIZAÇÃO INTELIGENTE
NA ERA DIGITAL**

Kira Tarapanoff

© 2022 Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia

Esta obra é licenciada sob licença Creative Commons Attribution 4.0 (CC-BY 4.0), sendo permitida a reprodução parcial ou total, desde que mencionada a fonte.

Os autores são responsáveis pela apresentação dos fatos contidos e opiniões expressas nesta obra.

Comitê técnico científico

Lillian Maria Araujo de Rezende Alvares
Roberto da Rocha Miranda
Patrícia de Sá Freire

Design gráfico, diagramação e capa

Juliana Colem
Rafael Fernandez Gomes
Nuielle Medeiros
Victor Silva

Coleção organizada por:

Tiago Emmanuel Nunes Braga
Gustavo Saldanha
Milton Shintaku
Maria do Carmo Ribeiro

Normalização

Ingrid Torres Schiessl

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

T177v Tarapanoff, Kira
Vocabulário técnico da organização inteligente na era digital / Kira Tarapanoff. –
Brasília: Ibcit, 2022.

214 p.
(Informação, Tecnologia e Inovação; 2)
ISBN 978-65-89167-46-4
DOI 10.22477/9786589167464

1. Vocabulário técnico. 2. Organização Inteligente. 3. Administração estratégica.
4. Gestão da informação. 5. Gestão do conhecimento. I. Título

CDU 005.94:658 (03)

Bibliotecária: Ingrid Torres Schiessl – CRB-1ª/3084



www.gov.br/ibict/pt-br

Ibict – Brasília

Setor de Autarquias Sul (SAUS) Quadra 05
Lote 06, Bloco H – 5º andar
CEP 70.070-912, Brasília, DF

Ibict – Rio de Janeiro

Rua Lauro Müller, 455 – Botafogo
CEP 22.290-160, Rio de Janeiro, RJ

Como citar:

TARAPANOFF, Kira. **Vocabulário técnico da organização inteligente na era digital**. Brasília: Ibcit, 2022. 214 p. DOI: 10.22477/9786589167464

AGRADECIMENTOS

Agradecimento especial ao Prof. Dr. Ulf Gregor Baranow que nos acompanhou nesta jornada desde o início, sugerindo a temática e incentivando a construção deste vocabulário.

Nossos agradecimentos à Mestra Rejane Raffo Klaes, que incansavelmente pesquisou, recuperou e disponibilizou, a nosso pedido, do Portal CAPES, artigos que embasaram muitos conceitos neste trabalho, tendo atuado também como normalizadora das Referências.

Todo o conhecimento humano começou com intuições, passou daí aos conceitos e terminou com ideias. O conceito opera como um instrumento na condução da experiência inteligente.

*Immanuel Kant
(1724-1804)*

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

3D PRINTING	Impressão em Três Dimensões
ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
ABRAIC	Associação Brasileira dos Analistas de Inteligência Competitiva
ACRL	Association of College and Research Libraries
AI	Appreciative Inquiry Investigação apreciativa
ALA	American Library Association Associação Americana de Bibliotecas
ANSI	American National Standard Institute
API	Interface de Programação de Aplicações
ARP	Adress Resolution Protocol Padrão de Redes de Computação
ARPANET	Advanced Research Project Agency Agência de Projeto avançado de pesquisa
ASIS	American Society for information Science Sociedade Americana em Ciência da Informação
B2B	Business to business Negócio a Negócio ou Empresa a Empresa
BACEN	Banco Central do Brasil
BIT	Binary digit Dígito binário
BI	Business intelligence Inteligência de negócios
BOT	Robot Robô
BPM	Business Process Management Gerenciamento de Processos de Negócio
BSC	Balanced Scorecard Indicadores Equilibrados
CA	Canada
CAD	Computer Aided <i>Design</i> <i>Design</i> Auxiliado por Computador
CDI	Customer Data integration Integração de dados dos clientes
CE	Comunidade Europeia
CENTRIM	Center for Research in Innovation Management (University of Brighton)
CEO	Chief Executive Officer Profissional Executivo

CERTI	Fundação Centros de Referência em Tecnologias Inovadoras
CII	Confederation of Indian Industry Confederação da Indústria Indiana
CMS	Content Management System Sistema de Gestão de Conteúdo
CONTECSI	International Conference on Information Systems and Technology Management
CPU	Central Process Unit Unidade Central de Processamento de Computadores
CRM	Customer Relationship Management Gestão de Relacionamento com o Cliente
CSCITA	Circuits, Systems, Communication and Information Technology Applications Circuitos, Sistemas, Comunicação e Aplicações de Tecnologia da Informação
DBM	Database Marketing Marketing de Base de Dados
DCIM	Data Center Infrastructure Management Sistemas de Gestão da Infraestrutura da Central de Dados
DHS	United States Department of Homeland Security Departamento de Segurança Interna dos Estados Unidos
DIKW	Data, information, knowledge, wisdom Dado, informação, conhecimento, sabedoria
DLT	Distributed Ledger Technology Tecnologia de Ledger Distribuída
DM	Data Mining Mineração de dados
DNS	Domain Name System Sistema de Nomes de Domínio
DW	Data warehouse Armazém de dados
ENANCIB	Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação
ERP	Enterprise Resource Planning Sistema Integrado de Gestão Empresarial
ESG	Environment, Social, Governance Ambiente, Social, Governança
ESI	Enterprise Security Intelligence Inteligência de segurança empresarial
EUA	Estados Unidos da América
FAO	Food and Agricultural Organization Organização para a Alimentação e a Agricultura
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FH	Fator Humano Human Factor (HF)
FIW	Fator de Impacto da Web
FURB	Universidade Regional de Blumenau
GAAP	Generally Acceptable Accounting Principles Princípios de contabilidade aceitáveis em geral

GDPR	General Data protection Regulation Regulamento Geraç de Proteção de Dados
GED	Gerenciamento Eletrônico de Documentos
GEE	Gases de efeito estufa
GICI	Glossário do Institute of Competitive Intelligence (Alemanha)
GPC	Gestão de Pessoas por Competências
GTS	General System Theory Teoria Geral de Sistemas
HTML	Hypertext Markup Language Linguagem de Marcação de Hipertexto
HTP	Hypertext Transfer Protocol Protocolo de Transferência de Hipertexto
IA	Inteligência Artificial
IAM	Institute of Asset Management Instituto de Gestão de Ativos
IAENG	International Association of Engineers Associação Internacional de Engenheiros
IBDEE	Instituto Brasileiro de Direito e Ética empresarial
IBM	International Business Machines Corporation Corporação Internacional de Máquinas para Negócios
ICTIS	International Conference on Information Technology & System
IEA	International Ergonomics Association Associação Internacional de Ergonomia
IEC	International Electrotechnical Commission Comissão Internacional em Eletrotécnica
IEEE	Institute of Electrical and Electronics Engineers Instituto de Engenheiros Elétricos e Eletrônicos
IETF	Internet Engineering Task Force Força de Trabalho de Engenharia da Internet
IGR	Idea Group Reference Idea Grupo de Referência
IGI	Índice Global de Inovação Global Innovation Index
ILO	International Labour Organization Organização Internacional do Trabalho
IMF	International Monetary Fund Fundo Monetário Internacional
IP	Internet Protocol Protocolo da Internet
IPC	Índice de Preços ao Consumidor
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
ISO	International Standard Organization
IT	Information Technology Tecnologia da Informação (TI)
KIBS	Knowledge Intensive Business Sevices Serviços de Negócios Intensivos em Conhecimento

KITS	Key Intelligence Topics Tópicos Chave de Inteligência
KM	Knowledge Management Gerenciamento do Conhecimento
LAN	Local Interconnected Networks Redes locais interconectadas
LGPD	Lei Geral de Proteção de Dados
LMS	Labor Management System Sistema de Gestão do Trabalho
LOD	Linked Open Data Dados ligados de acesso livre
LOM	Learning Objects Metadata Metadados de Objetos de Aprendizagem
MD	Maryland
MP	Ministério Público
NASA	National Aeronautics and Space Administration Administração Nacional de Aeronáutica e Espaço (Estados Unidos)
NBR	Norma Brasileira
NHGRI	Human Genome Research Institute
NISO	National Information Standard Organization (Estados Unidos)
NIST	National Institute for Standards and Technology Instituto Nacional de Padrões e Tecnologia
NP08	Núcleo de Pesquisa Tecnologias da Informação e da Comunicação
NR	Norma Reguladora (Ministério do Trabalho e Previdência)
OAS	Objetos de Aprendizagem
OCR	Optical Character Recognition Reconhecimento Ótico de Caracteres
OECD	Organisation for Economic Cooperation and Development Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OWL	Web Ontology Language Ontologia da Linguagem Web
P2P	Peer to Peer Ponto a Ponto
PCT	Patent Cooperation Treaty Tratado de Cooperação sobre Patentes
PD&I	Pesquisa, Desenvolvimento, inovação
PDSI	(Associação à) Promoção e Desenvolvimento da Sociedade da Informação
PEO	Planejamento Estratégico Organizacional
PEST	Political, Economic, Social and Technological Analysis Análise Política, Econômica, Social e Tecnológica
PESTEL	Political, Economic, Sociocultural, Technological, Environment and Legal Analysis Análise Política, Econômica, Sociocultural, Tecnológica, Ambiental e Legal
PIB	Produto Interno Bruto
PUCRS	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

QTIP	Quick Technology Intelligence Processes Processos rápidos de inteligência tecnológica
RCIS	International Conference on Research Challenges in Information Science
RFID	Radio Frequency Identification Identificação por Radio Frequência
RSS	Real Simple Syndication Sindicação (Sindicância) Real Simples
RTC	Real Time Communication Comunicação em Tempo Real
SA	Sociedade Anônima
SAD	Sistema de Apoio à Tomada de Decisão Decision Support System (DSS)
SCIP	Strategic and Competitive Intelligence Professionals Profissionais de Inteligência Estratégica e Competitiva
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEGEP	Secretaria de Gestão Pública
SEM	France Semi Presidential System Sistema Semi Presidencial Francês
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SERPRO	Serviço Federal de Processamento de Dados
SGML	Standard Generalized Markup Language Linguagem Padrão Generalizada de Markup
SGQ	Sistema de Gestão da Qualidade
SIR	Susceptible infected recovered model Modelo Suscetível infectados ou recuperados
SQL	Structured Query Language Linguagem de Consulta Estruturada
SSM	Soft System Methodology Metodologia de Sistemas Flexíveis
STRL	Softer Technology Readiness Level Software de Níveis de Prontidão Tecnológica
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats Forças, Fraquezas Oportunidades, Ameaças
TCP	Protocolo da Internet
TI	Tecnologia da Informação
TIC	Tecnologia de Informação e Comunicação
TRL	Technology Readiness Level Nível de Prontidão Tecnológica
TT	Think Tank
UE	União Europeia
UN	United Nations Nações Unidas
Unesco	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura
URI	Uniform Resource Identifier Identificador Uniforme de Recursos

URL	Uniform Resource Locator Localizador Uniforme de Recursos
USA	United States of America
W3	World Wide Web
WWW	Rede Mundial de Computadores
W3C	World Wide Web Consortium Consórcio Mundial da Rede de Computadores
WEB OWL	Web Ontology Language Linguagem ontológica da Web
WET ICE	Workshop on Enabling Technologies: Infrastructures for Collaborative Enterprises Workshop sobre Tecnologias Facilitadoras: Infraestruturas para Empresas Colaborativas
WFMS	Workflow Management System Sistema de Gerenciamento de Fluxos de Trabalho
WIPO	World Intellectual Property Organization Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI)
XML	Extensible Markup Language Linguagem Markup Extendida
Z39.50	Protocolo de Comunicação entre Computadores

SUMÁRIO

Prefácio	15
Capítulo 01	18
1.1 Fundamentação teórica do trabalho	21
1.2 Elaboração do vocabulário	23
Capítulo 02	28
A	29
B	41
C	45
D	66
E	69
F	77
G	80
H	88
I	90
J	102
K	102
L	103
M	105
N	112
O	113
P	115
Q	122
R	123
S	127
T	136
U	142
V	143
W	145
X	149
Y	149
Z	149
Posfácio	151
Referências	153
Referências complementares	206
Sobre a autora, a comissão científica e os convidados do prefácio e posfácio	209

PREFÁCIO

Diante da complexidade do ambiente organizacional que é potencializado pela era digital, que dá maior rapidez aos desenvolvimentos metodológicos, investigações, experimentações e os avanços tecnológicos, faz-se necessário ter definições, conceitos e conhecimentos dos diversos termos e expressões e sua multidisciplinaridade de usos e aplicações para permitir melhor compreensão das mudanças e transformações neste vasto ambiente. Assim, esta obra composta por vocabulários técnicos da organização inteligente na era digital que são utilizados nos ambientes interno e externo das organizações e nas áreas especializadas da gestão estratégica, gestão do conhecimento, gestão da informação e inteligência competitiva vem ao encontro dos grandes desafios que as organizações estão enfrentando e enfrentarão no século XXI, como aborda Jorgen Randers (2012)¹ no seu livro “2052: Uma previsão global para os próximos quarenta anos”, em que discorre que o mundo passará por cenários críticos e, com isso, o mundo e as organizações terão que aprender a limitar as consequências negativas e superar seus desafios. O cerne desse processo de superação envolve em como atuar com grandes volumes de informação e as decisões com base no conhecimento.

Ao navegar por esta obra, “Vocabulário Técnico da Organização Inteligente na Era Digital”, extraordinária e importante, o que inspira e ao mesmo tempo é desafiador, é partir de um caminho simples através da descrição de termos e expressões técnicas, possibilitando ir compreendendo de forma gradual os caminhos complexos das organizações na era digital, suas nuances, suas definições, seus significados, suas aplicações, suas referências e ir descortinando a amplitude dos assuntos.

As organizações inteligentes, com intuito de promover e buscar formas de aumentar competitividade, por meio da reflexão, compreensão e utilização dos grandes volumes de informações e das diversas formas de conexão dos conhecimentos, apoiaram a construção deste glossário que integra de forma clara e com ótimas referências palavras, termos e expressões técnicas mais utilizadas nesse ambiente, abordando seus conceitos e definições, tornando-se, assim, um corpo de saberes úteis para os gestores e as organizações no processo de escolha de seus caminhos mais promissores, além de corroborar em colocar à disposição para a sociedade e para todos que se envolvem nas temáticas desta obra.

Esse glossário expõe termos e expressões globalmente difundidos e que foram, pela autora, explorados habilidosamente e com um olhar qualificado para a descrição e compreensão de diversos campos do saber que envolvem a rea-

1 RANDERS, J. 2052: uma previsão global para os próximos quarenta anos. Vermont: Chelsea Green Publishing, 2012. 424p. (Um relatório para o Clube de Roma comemorando o 400º aniversário de Os Limites do Crescimento).

lidade do ambiente organizacional, como a globalização na economia digital, as tecnologias da informação e comunicação, a sociedade da informação e do conhecimento, a gestão estratégica e a centralidade da informação e do conhecimento, e com a abrangência e o escopo da ciência da informação.

A globalização causou e causa mudanças constantes no ambiente organizacional, principalmente na era digital, com as conexões mais rápidas, a intensificação da competição internacional, os avanços tecnológicos, a busca pela criatividade e crescentes competências individuais e coletivas. Com isso, para acompanhar esses progressivos movimentos nos negócios e setores é essencial compreender sua linguagem, entender seus conteúdos e aplicações, fato imperativo para o processo de comunicação e atuação organizacional interna e externa.

As tecnologias da informação e comunicação robusteceram a transformação dos valores de produtos industriais para os serviços especializados. Um exemplo simples que demonstra o início dessa mudança é o caso do valor da produção do chip de computadores de sílica que excede o valor da produção do aço que é uma liga de ferro de uso industrial. Essa diferença não se deve aos componentes físicos ou seu peso e tamanho, mas ao conhecimento necessário para se produzir o chip, seu *design* e utilização, ou seja, o chip envolve mais tecnologia embutida e valorizada na era digital, pois revolucionou os sistemas de telecomunicações em diversos ramos da robótica à prestação de serviços.

A visão e a maturidade expressada pela autora dessa obra na seleção, explanação e acepção dos termos e expressões técnicas das áreas relacionadas às organizações na era digital são importantes para as reflexões e ações que ocorrem nas diversas possibilidades presentes nas conexões da sociedade da informação e do conhecimento.

Nesse contexto surge a gestão estratégica que incita a tomada de decisões através da compreensão de um futuro que abarca vários conceitos fundamentais, análises ambientais e as dinâmicas competitivas, que envolvem as organizações na era digital. Assim, entender as palavras, os termos e os conceitos, que envolvem e são explorados nessa área é imprescindível para a diversidade evolucionária gigantesca que se precisa promover na Gestão Estratégica, como forma de antecipar os desafios e de enfrentar as mudanças no ambiente de competição.

A organização inteligente na era digital guarda sua essência na centralidade da informação e do conhecimento, sendo cada vez mais visível na competitividade dos negócios. A Gestão da informação, a Gestão do conhecimento e a Inteligência competitiva compõem os métodos e a obtenção dos resultados promissores das organizações inteligentes. A Gestão da Informação fornece significado e conteúdo aos dados, envolvendo organizar as estruturas e seus relacionamentos. A Gestão do Conhecimento envolve os processos de aprendizagem e o desempenho de equipes criativas, dinâmicas e adaptáveis, potencializadas por trocas e experiências que se renovam à medida que se fortalecem as relações organizacionais internas e externas. A Inteligência Competitiva conduz a percepção da ambiência interna e externa da organização, decifrando os sinais desse ambiente, e que propicia sua adaptação às mudanças, rompendo tendências e realizando deci-

sões estratégicas necessárias à busca de inovações e às vantagens competitivas. Ademais, a organização inteligente é levada a adotar uma postura de competir e colaborar simultaneamente no seu ambiente.

O que pode abarcar de forma multidisciplinar tais áreas especializadas é a Ciência da Informação vista sem antolhos ideológicos e metodológicos, assim, podendo superar os diversos contornos emergentes de termos e linguagens que muito representam o caráter mutável da realidade das organizações inteligentes na sociedade da informação e do conhecimento.

Esta obra, com uma abordagem ampla e com a perspectiva de corroborar com as diversas facetas das organizações inteligentes, alcança áreas especializadas importantes e destina-se a leitores interessados em aprender, discernir e ampliar seus conhecimentos e entendimentos sobre termos, expressões técnicas, definições, conceitos que contribuem para preencher uma lacuna importante na integração dessas áreas.

O critério de apresentar em ordem alfabética os termos e expressões técnicas facilita a exploração e a pesquisa pelo leitor. A autora desta obra com muita dedicação, competência, domínio e experiência conseguiu realizar um desfecho coerente de termos e expressões técnicas, referendadas e utilizadas por organizações inteligentes, e valendo-se como fator facilitador o campo do vocabulário e do significado, mostrando a realidade e a praticidade desses campos para ampliar horizontes e agregar valor para as pessoas e organizações.

Profa. Dra. Wanda Aparecida Machado Hoffmann

Universidade Federal de São Carlos



Capítulo 01

INTRODUÇÃO



A presente obra se propõe a servir como um vocabulário técnico para ser utilizado nas áreas especializadas da Gestão Estratégica, Gestão do Conhecimento, Gestão da informação e pela Inteligência Competitiva nas organizações da Era Digital.

Parte-se do pressuposto de que a organização inteligente precisa observar tanto seu ambiente externo, quanto o ambiente interno. Externamente, ela prospera navegando no ambiente, por entre ameaças e oportunidades, enquanto internamente, indivíduos e grupos continuamente renovam e expandem os conhecimento e habilidades que possibilitam à organização agir e aprender.

Considera-se o ambiente externo da organização, em seu momento histórico atual, como sendo o da Era Digital, a que derivou da 3ª e 4ª revolução industrial. A 3ª surgiu a partir de meados do século XX, com o advento da eletrônica, do computador, da internet, das comunicações por satélite, dos robôs e da revolução nas tecnologias. Complementarmente, um novo impulso inovativo surge nos anos 2000, a chamada 4ª revolução tecnológica, aportando a inteligência artificial, realidade virtual, nanotecnologia, Internet das coisas, computação em nuvem, *blockchain*, veículos autônomos e 5G - tornando a mobilidade um fenômeno universal, no qual tudo se interliga ou se conecta. As tecnologias de informação e comunicação (TICs) também originaram a economia digital e a sociedade em rede, conectando todos a tudo. Ao mesmo tempo ressalta a importância do cliente como consumidor e produtor de informações e conhecimento, passando a ser o elo indispensável para o desenvolvimento dos sistemas organizacionais e seus produtos.

Com crescente intensidade, a realidade da Era Digital impactou o contexto externo e o interno das organizações. Além dos aspectos tecnológicos e de comunicação, interligando pessoas e coisas, há o fenômeno da globalização com a maior influência externa sobre as corporações, acirrando a competitividade em escala universal, exigindo respostas adequadas das organizações. Neste contexto, elas devem buscar vantagem competitivas e posicionar-se com diferencial no mercado, em nicho ou em escala, adquirindo competências, inclusive, em inteligência cultural. Este esforço global inclui ainda seguir orientações de entidades supranacionais no esforço de sua regulação e desenvolvimento. Orientações tais como as metas da Agenda de Desenvolvimento Sustentável- 2030, das Nações Unidas (UN, 2015). Em harmonia às orientações da Agenda as empresas devem desenvolver consciência coletiva para fatores sociais e ambientais, na sigla inglesa ESG.

O contexto interno das organizações se refere à sua cultura corporativa, estrutura e contexto político organizacional (incluindo a cadeia produtiva e todas as partes interessadas no negócio (*stakeholders*), através dos quais as mudanças e inovações se operam.

A preservação da cultura corporativa organizacional, se tornou também responsabilidade das universidades corporativas. Na obra de Jeanne Meister (1998, p. 39-41), esta é denominada “cidadania corporativa”. Implícita neste conceito está a construção de uma forte identificação entre os empregados e os valores e visão institucional. A premissa de que a identidade cultural permite preservar e compartilhar valores morais e adoção de postura ética, que se reflete na ação dos empregados da empresa. Importante ressaltar que treinamentos sobre os valores e cultura corporativos também são estendidos, em muitos casos, à cadeia produtiva. Nessa categoria, incluem-se: fornecedores, clientes e intermediários. A finalidade é fortalecer e compartilhar das mesmas abordagens e práticas.

O foco no fator humano, no caso os empregados das empresas, e também os da sua cadeia produtiva, vai ao encontro da meta nº 8 da Agenda de Desenvolvimento Sustentável, que destaca a necessidade do “desenvolvimento decente do trabalho e do crescimento econômico”. Sem as pessoas não há desenvolvimento de trabalho e nem crescimento econômico. Relacionada à esta temática está um dos objetivos essenciais da Organização Internacional do Trabalho, OIT (na sigla inglesa ILO – *International labour organization*) e também da Associação Ergonômica Internacional (na sigla inglesa IEA – *International Ergonomics Association*) que reconhece que “o trabalho decente” está fortemente ancorado no “fator humano”, (na sigla inglesa HFE *Human Factor Ergonomics*), também chamado de fator humano/ergonomia (ILO/IEA, 2021).

“Fator humano’ ou ergonomia é definido, principalmente, como a relação entre homem, máquina, sistemas, *design* de trabalho e ambiente de trabalho. Seu objetivo é adequar a tarefa ao indivíduo e não o indivíduo à tarefa. Reflete-se em novas estruturas de trabalho. Parte-se da premissa de que o bem estar do indivíduo na organização leva à sua maior participação no bom êxito das metas organizacionais. Estende-se este envolvimento também ao esforço de prospecção sobre o futuro da organização, como se apresenta na Teoria U.

No que diz respeito às estruturas internas de trabalho, essas, tradicionalmente, estruturavam-se em torno do planejamento, organização, coordenação e controle que derivou a sigla POCC. Com as novas possibilidades tecnológicas e de comunicação expande suas funções, incluindo fluxogramas de sistemas – como, por exemplo, do Sistema Integrado de Gestão (ERP), *data warehousing*, banco de dados relacionais e outros. Atualmente, cada vez mais organizações tem adotado trabalho de departamentos altamente especializados, muitas vezes pelo *home office*. Desta forma, tem surgido outros modelos de organizações, mais horizontalizados, tais como *coworking* e as *spin-offs*. Uma forma de trabalho, dentro da *gig economy*, o *crowd work* também tem se tornado bastante popular. Desta forma, mudanças organizacionais também se têm pautado pela teoria da coevolução, focada não apenas na influência do meio sobre a organização, mas também da organização influenciando sobre o meio ao qual pertence.



Ainda no contexto interno, organizações tem desenvolvido atividades de análise informacional e inteligência competitiva, visando subsidiar o processo decisório para garantir sua inovação, sobrevivência e melhor posicionamento e entrosamento com o seu sistema sociotécnico. Pela análise de dados complexa, em decorrência da superoferta de dados da sociedade atual, estas precisam ser convertidas em ativos estratégicos. É preciso reunir os dados relevantes e aplicá-los na geração de valor. Entretanto, observa-se hoje uma enxurrada de dados gerados sem planejamento adequado, usados como ferramentas analíticas de *big data*.

Alinhadas com as diretrizes da Sociedade da Informação e do Conhecimento, as contínuas revoluções das TICs, demonstraram que a tecnologia da informação deixou de ser uma função de negócios separada, passando a fazer parte vital da estratégia competitiva. Essas tecnologias se refletiram na estruturação de funções gerenciais como na gestão de desempenho, gestão de competências, gestão da informação, gestão do conhecimento, gestão do capital intelectual das empresas e também na segurança de dados, desenvolvendo uma arquitetura informacional sob medida, adequada aos propósitos organizacionais.

Para chegar à sua adequação no contexto externo e interno da Era Digital, e no sentido de obter um melhor posicionamento competitivo globalizado (multilateral), as corporações devem guiar-se pelas teorias e práticas da gestão da informação, gestão do conhecimento e da inteligência organizacional/competitiva, todas abarcadas pela Ciência da Informação. Como suporte às suas atividades, algumas organizações buscam o apoio das TICs ao lidar com *Big Data*, *Data Science* e *Analytics*.

Além de contar com o apoio das tecnologias de informação e comunicação, a administração estratégica da Era Digital deve também preocupar-se com sua legitimidade e sustentabilidade no ambiente global. Para isto, deve focar na inovação e criação de valor em toda a sua cadeia produtiva garantindo sua governança junto aos *stakeholders*.

♦ 1.1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA DO TRABALHO

São quatro eixos temáticos **externos** e **internos** que nortearam este trabalho. Em relação ao **contexto externo**, consideramos:

- 1) **Globalização**, concernente aos compromissos de sustentabilidade global, economia digital, normas e ética;
- 2) **Tecnologias de informação e comunicação**, que permeiam todas as atividades e processos organizacionais, oferecendo suporte, técnicas e metodologias para a execução dos processos administrativo e informacional;
- 3) **Sociedade da informação**, destacando a importância central da informação no desenvolvimento econômico e social desde o início da Era Digital;
- 4) **Sociedade do conhecimento**, que coloca o conhecimento como paradigma do desenvolvimento.

No **contexto interno** e viabilização dessas orientações consideramos:

a. **Gestão estratégica**, nos aspectos conceituais administrativos da tomada de decisão, estratégias, inovação, foco no cliente e nos detentores de interesse (*stakeholders*), o posicionamento organizacional em nível local e global;

b. **Gestão da informação** que enfatiza a importância do acesso à informação para todos, seu controle e recuperação por meio de sistemas informacionais e da arquitetura informacional;

c. **Gestão do conhecimento**, que enfatiza o desenvolvimento e compartilhamento do conhecimento por meio de redes sociais e dentro da organização, visando como fundamental o aprendizado ao longo da vida;

d. **Inteligência competitiva**, focada na análise informacional em suporte à tomada de decisão, fazendo uso de metodologias e tecnologias de *business intelligence* entre outras, para criar valor e facilitar a inovação.

Os eixos externo e interno se realimentam e completam reciprocamente. Considerou-se a interdependência dos vários campos do saber acima alinhavados, uma vez que não há uma só área do conhecimento autossuficiente para explicar ou caracterizar a Era Digital.

Em virtude da diversidade terminológica no presente vocabulário técnico pretende-se facilitar o uso das respectivas terminologias na Era Digital, facilitando ao mesmo tempo, a comunicação entre pessoas atuantes na área.

Figura 1 - Contexto e áreas contempladas



Fonte: Elaborado pela autora.



◇ 1.2 ELABORAÇÃO DO VOCABULÁRIO

1.2.1 FONTES

O presente trabalho teve sua motivação inicial ao longo das publicações do Grupo de Inteligência Organizacional e Competitiva da Universidade de Brasília. Apoiado na produção científica de seus membros em suas temáticas, tais como: economia da informação, educação corporativa, gestão da informação e do conhecimento, inteligência militar, inteligência territorial, monitoramento ambiental e inteligência competitiva, deu-se o início ao levantamento de termos, conceitos e definições em uso. Assim, formamos o *corpus* inicial do levantamento de termos e expressões do nosso vocabulário técnico ampliado pela consulta a um âmbito mais vasto de fontes especializadas.

A pesquisa para construção dos verbetes teve início em 2019, sendo a principal fonte de abonação as produções registradas na base SCOPUS, entre 2010 e 2021. Tal repositório de conhecimento oferece um panorama abrangente da produção de pesquisas nas diversas áreas científicas, inclusive nas áreas de humanas e sociais. Outras fontes consultadas para levantamento de termos foram congressos nas áreas de interesse, em especial, as temáticas mais recentes nos XIX e o XX Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (ENANCIB); nas 14th e 15th *International Conference on Research Challenges in Information Science* (RCIS); nas 16ª 17ª e 18ª *CONTECSI – International Conference on Information Systems and Technology Management*; e na 2022 *International Conference on Information Technology & System* (ICTIS).

Para identificação de fontes relevantes, foram acessadas as plataformas **Science Direct Topics** e a **Research Gate**. A **Science Direct Topics**, é mantida pela anglo-holandesa Elsevier, sediada em Amsterdam, trata-se de uma importante fonte mundial de pesquisa científica e técnica publicada. Esta fonte, ao aplicar o processamento de linguagem natural e técnicas de IA (Inteligência Artificial) ao conteúdo publicado, traz à tona os trechos de informações mais relevantes das obras de sua base, em páginas sucintas e resumidas. A plataforma pode ser consultada por meio de mecanismos de pesquisa, com hiperlinks de termos-chave em periódicos e capítulos de livros, além de poderem sere pesquisáveis diretamente no ScienceDirect. Nesta mesma linha também está a **Research Gate**, com sede em Berlin, Alemanha, uma rede social, com abrangência internacional, desenvolvida por cientistas para facilitar a colaboração, o compartilhamento e a comunicação entre pesquisadores.

Tendo em vista a dinâmica de temas de interesse, acrescentamos ainda uma busca pela literatura científica publicada, em trabalhos selecionados a partir do Portal da CAPES².

2 Todos os trabalhos consultados encontram-se referenciados ao final desta obra.

Em relação à literatura relacionada à administração estratégica, não ignoramos os chamados clássicos. Isto se refere em especial, às estratégias e novas abordagens que incluem a gestão da informação e do conhecimento, bem como à inteligência competitiva. Destacamos, por exemplo, o **Dictionary of Strategy: strategic management A-Z**, publicado por Louise Kelly e Chris Booth, editado pela Sage, em 2004, e também a **Encyclopaedia of e-business development and management in global economy**, editada por I. Lee, em 2010. Em 2021 foi lançada a **Encyclopedia of organizational knowledge, administration, and technology**. Hershey, PA: IGI, Global Editora, em 5 volumes. Oferece artigos inéditos de autoria dos principais especialistas sobre os mais recentes conceitos, questões, desafios, inovações e oportunidades que abrangem todos os aspectos das organizações modernas.

Na área acadêmica também se produziram glossários sobre tópicos de interesse para a Era Digital como, por exemplo, o **Glossarium Bitri** (edição em espanhol e inglês), uma proposta interdisciplinar que traz conceitos, metáforas, teorias e problemas centrados em informação, de autoria do Grupo de Pesquisa BITrum da Universidade de León, Espanha, publicado em 2010, sob a coordenação de José Maria Dias Nafria.

No caso brasileiro, uma contribuição de valor veio da Universidade de Brasília, pelo **Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia**, publicado em 2008, de autoria de Murilo Bastos Cunha e Cordélia Robalinho de Oliveira Cavalcanti, com os termos da biblioteconomia, ciência da informação, gestão da informação, do conhecimento, planejamento estratégico e tecnologias.

Dicionários e enciclopédias internacionais examinados, focados em biblioteconomia e ciência da informação, foram os de: J. M. Reitz - **Dictionary for Library and Information Science**, publicado em Connecticut pela editora Libraries Unlimited, em 2004; o **Dictionnaire Encyclopédique des Sciences de l'Information et de la communication**, de B. Lamizet e A. Silem, publicado em Paris, pela editora Ellipsés, em 1997; a **International Encyclopedia of Information and Library Science**. 2nd ed. London: Routledge, 2003; e a **Encyclopedia of information science and technology**, publicada em 2021, em sua 5ª edição (ed. Hershey, PA: IGI Global). Esta trata, em conjunto de três volumes, capítulos de pesquisa inéditas multidisciplinares com insights de especialistas sobre novos métodos e processos para entender ferramentas tecnológicas modernas e suas aplicações, bem como teorias emergentes e controvérsias éticas que cercam o campo da ciência da informação.

Além do âmbito dos dicionários e enciclopédias mencionados, foram compulsados vários dicionários, enciclopédias e glossários online, de livre acesso na internet, referentes às temáticas aqui abordadas. Muitos mantêm os seus conteúdos atualizados com termos e expressões correntes, mas, nas fontes utilizadas nenhum apresentou a sua última data de atualização. Da área de administração estratégica, destacamos o dicionário *online* da **Investopedia**, com conteúdo também da área financeira.

Na vanguarda das tecnologias relativas à gestão da informação, gestão do conhecimento e inteligência analítica e computacional, destacam-se os dicionários *online* do Grupo Gartner - **Information Technology Glossary; Business**



intelligence e o do portal corporativo da IBM o **Dictionary of IBM & Computer Terminology**. Do portal Techopedia também utilizamos o **Dictionary.com** o qual contribuiu para definir vários termos atualmente em uso. De grande utilidade para as áreas de segurança de dados e informações e normatização foi utilizado o *National Institute of Standards and Technology, NIST*, do Departamento de Comércio dos Estados Unidos – Centro de Segurança Computacional, e sempre que pertinentes, as Normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e normas internacionais da *International Standard Organization (ISO)*. A **Wikipedia** também aportou sua contribuição com definições pertinentes para as áreas de interesse desse vocabulário técnico.

Igualmente foram consultados o **Glossário da Sociedade da Informação**, de autoria da Associação à Promoção e Desenvolvimento da Sociedade da Informação (PDSI, em sua última edição de 2019; e o **Cybernetics Dicionary**, da American Society for Cybernetics, sem data de publicação ou atualização, ambos específicos em sua cobertura. Nesta mesma linha de vocabulários com propósito específico (*special purpose vocabularies*) está a **Encyclopedia of criminal activities and the deep Web**, da IGI Global, de Hershey, PA, publicada em 2020, em 3 volumes. Esta enciclopédia abrangente em sua temática, trata de novas metodologias para monitorar e regular o uso de ferramentas online, bem como em áreas ocultas da internet, incluindo a *deep* e a *dark Web*. Seus tópicos incluem termos como cyberbullying, discurso de ódio online e hacktivismo. Também oferece estratégias para a previsão e prevenção de atividades criminosas *online*, e examina métodos para proteger os usuários da internet e seus dados de serem rastreados ou perseguidos.

Nas fontes utilizadas foram incluídos os estudos terminológicos de Inteligência competitiva, da consultoria americana de Leonard Fuld de 2018; bem como o **Glossário de Inteligência Competitiva** produzido pela Associação Brasileira dos Analistas de Inteligência Competitiva (ABRAIC), publicada *online*, em 2002, sob a direção da Dra. Elaine Marcial. Da Alemanha consultamos e incorporamos a versão em inglês do **Glossary of terms used in competitive intelligence and knowledge management**, do *Institute of Competitive Intelligence (GICI)*, de 2010, s. l. Finalmente, aproveitou-se o trabalho francês em inteligência econômica, único que trata deste segmento como uma política de estado, organizado pelos pesquisadores Eric Delbecque e Jean Annet de Saint Rapt, intitulado **Dictionnaire de l'Intelligence Économique**, também sem data de concepção ou atualização.

Na área de gestão do conhecimento destacamos ainda o trabalho organizado por David G. Schwartz, **Encyclopedia of knowledge management**, publicada pela Editora *Idea Group Reference*, em 2011.

1.2.2 NOTAS EXPLICATIVAS

Por uma questão de prática, este trabalho foi organizado em ordem alfabética. Outra possibilidade poderia ser a ordenação por subáreas. Todos os termos e expressões técnicas utilizados em português, tem ao final do seu verbete o equi-

valente em inglês. Termos consagrados em língua inglesa (empréstimos) até hoje sem uma tradução consagrada no vernáculo, tem entrada apenas no original, por exemplo o termo *compliance*. Neste caso, após a entrada do verbete na língua original, segue a explicação dos mesmos em língua portuguesa.

Siglas em inglês e incorporadas à expressão verbal brasileira, representativas de seu conteúdo, tais como *CRM, ERP, ESG* tem entrada em ordem alfabética pela sigla, segue a descrição de seu significado em inglês, e, em seguida a tradução de seu conteúdo para a língua portuguesa.

Termos retirados dos glossários *online*, como Wikipedia, Techopedia, Investopedia, Infopedia, bem como os glossários do grupo Gartner, IBM, e NIST têm entrada, nas referências ao final da obra, pelo termo definido, complementados com a citação da fonte, o respectivo endereço eletrônico e data de consulta. Dicionários gerais, sem entradas específicas para cada termo, como os da Sociedade da Informação, Glossário e outros, tem entrada uma única vez pelo nome genérico, como exemplo a obra de PRIOR, V. *Glossary of terms used in competitive intelligence and knowledge management*. 2010.

Os verbetes oriundos da literatura científica na língua inglesa, eventualmente francesa e espanhola, foram traduzidos e adaptados pela autora. Ao final de cada verbete é feita a referência ao(s) número(s) da(s) fonte(s) consultada(s), remetendo às referências ao final do vocabulário. Para sua normalização foi usada a Norma Brasileira ABNT-NBR 6023, 2ª edição, de 14. 11. 2018.







Capítulo 02

VOCABULÁRIO TÉCNICO



◇ A

ABORDAGEM SISTÊMICA. Procedimento sistemático e analítico que examina e leva em consideração as interações entre pessoas, tarefas, ferramentas e tecnologias, ambiente físico e condições organizacionais, em vez de se concentrar em uma parte individual do sistema. (*SYSTEMIC APPROACH*). (60; 61; 119).

AÇÃO SOCIAL DA EMPRESA. Qualquer atividade realizada por empresas de forma voluntária, isto é, de caráter não obrigatório para atender comunidades nas áreas de assistência social, alimentação, saúde, educação, desenvolvimento comunitário, além de qualificação profissional, esporte, cultura, segurança e meio ambiente, entre outras). Esta postura vai ao encontro da orientação ESG. (*SOCIAL ACTION OF THE ENTERPRISE*). (343).

ACCOUNTABILITY. (1) Prestação de contas social e ética das empresas por suas atividades, responsabilizando-se por elas, além de disponibilizar os resultados de forma transparente aos seus *stakeholders* (grupos de interesse). Estes grupos têm necessidades informacionais que, assim como suas expectativas relativas ao desempenho organizacional, são bastante diferenciadas. **(2)** O significado do conceito envolve responsabilidade (objetiva e subjetiva), controle, transparência, obrigação de prestação de contas, justificativas para as ações que foram ou deixaram de ser empreendidas, premiação e/ou castigo. (343; 530; 594).

ACCOUNTABILITY GOVERNAMENTAL. Capacidade de resposta dos governos e de agentes públicos (*answerability*), comunicarem e esclarecerem seus atos. Capacidade de agências de *accountability* (*accounting agencies*) de impor sanções e perda de poder para aqueles que violaram os deveres públicos (*enforcement*), isto é, a taxação de punições por condutas espúrias. (145).

ACCOUNTABILITY SOCIAL. SOCIAL ACCOUNTABILITY. (1) Conceito recente, a responsabilidade social, é referente à influência direta dos cidadãos e clientes sobre os provedores de serviço público, com vistas a reformas. **(2)** Surgiu como meio de melhorar o alinhamento entre a implementação de políticas públicas e as necessidades particulares ou coletivas da sociedade (*stakeholders*). **(3)** Alguns autores consideram a responsabilidade social uma inovação verdadeiramente democrática. Argumenta-se que as várias formas de vigilância social poderão desempenhar um papel genuíno em estabelecer e proteger a governança democrática, desde que tenham uma influência reputada sobre a opinião pública. **(4)** Vários políticos e acadêmicos têm argumentado que a responsabilidade social das personalidades públicas em relação a cidadãos, clientes e atores sociais, de um modo geral, é necessária na atual era da governança. Entretanto, ainda se exige ponderação e pesquisas em suas várias facetas jurídicas, sociais e psicológicas (93, p. 1046; 426).

ACESSO. (1) Habilidade para fazer uso de quaisquer recursos informacionais. **(2)** Métodos ou meios que tornem possível a pesquisa e o encontro de determinado item ou assunto. **(3)** No contexto das tecnologias da informação e comunicação, possibilidade ou capacidade de ter à sua disposição um recurso informático ou de informação. (*ACCESS*). **(4)**

ACESSO ABERTO. (1) Refere à disponibilidade informacional para todos. Na era digital, propõe uso irrestrito de recursos eletrônicos para todos. **(2)** Também é utilizada como disponibilidade gratuita na internet pública, permitindo que qualquer usuário leia, baixe, copie, distribua, imprima, pesquise ou faça *link* a *software*, programas ou documentos, ou os utilize para qualquer propósito legal, sem barreiras financeiras, legais ou técnicas. (*OPEN ACCESS*). (675; 676).

ACESSO ABERTO À INFORMAÇÃO CIENTÍFICA. (1) O movimento do livre acesso assenta-se em três declarações fundamentais, as conhecidas como 3Bs: Declaração de Budapeste, a Declaração de Bethesda e a Declaração de Berlim (*Berlin Declaration on Open Access to Knowledge in the Sciences and Humanities*). **(2)** Disponibilidade gratuita na internet pública, permitindo que qualquer usuário leia, baixe, copie, distribua, imprima, pesquise ou crie um *link* para os textos completos disponibilizados, rastreie-os para indexação, passe-os como dados para *software* ou os use para qualquer outro fim lícito, sem barreiras financeiras, jurídicas ou técnicas, além de obter acesso à própria Internet A única restrição à reprodução e distribuição e a única função dos direitos autorais neste domínio possibilita aos autores o controle sobre a integridade de seu trabalho e o direito de serem devidamente reconhecidos e citados. (*OPEN ACCESS TO SCIENTIFIC INFORMATION*). (95)

ACESSO REMOTO. Acesso à informação pelo usuário, ou por um sistema informacional, comunicando-se através de uma rede externa, não organizacional controlada (por exemplo, a internet). (*REMOTE ACCESS*). (571).

ACORDO GANHA-GANHA. Estratégia de resolução de conflitos, visando atender, de forma satisfatória todos os envolvidos numa negociação. No contexto dos 'jogos', trata-se de um tipo de jogo em que todos os participantes podem beneficiar-se de forma cooperativa. O termo é conhecido na teoria dos jogos como jogo de soma não-zero (em contraste da soma-zero). (*WIN-WIN AGREEMENT*). **(6)**.

ADMINISTRAÇÃO. (1) Ato, processo ou efeito de administrar. **(2)** Processo ou atividade de governar ou gerenciar um negócio ou uma organização pública ou privada. **(3)** Fazer o melhor uso possível dos recursos disponíveis (do negócio ou da organização) para atingir objetivos. Inclui todas as operações da organização. (*MANAGEMENT*). (323, p.86; 430, p.85).

ADMINISTRAÇÃO DA INFORMAÇÃO. (1) Ato de gerenciar uma rede de processos que adquire, cria, organiza, distribui e usa a informação num ciclo contínuo. **(2)** Nas organizações a administração do ciclo da informação gera informação, que, por sua vez, gera conhecimento, subsidiando a estratégia e fornecendo base para a ação. Sem esquecer o retorno/reação/retroalimentação (feedback) necessário para recomeçar o processo. (*ADMINISTRATION OF INFORMATION*). (127, p. 403).

ADMINISTRAÇÃO DE DADOS. Função dentro de uma organização, responsável por utilizar os processos de governança de dados na mesma para garantir a adequação dos elementos de dados, conteúdo e metadados, visando a qualidade dos dados. (*DATA STEWARDSHIP*). (534).

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA. (1) Processo sistêmico dirigido à gestão de mudanças estratégicas na organização. Sua primeira etapa, envolve a percepção



de mudança através do monitoramento contínuo do mercado, tecnologia, economia, aspectos sociais e políticos. Sua segunda etapa refere-se à resposta, em tempo real, a essas mudanças). **(2)** Num cenário de elevada complexidade do mundo empresarial requer-se respostas mais rápidas e corretas à ação de concorrentes, redefinir o papel social e econômico da empresa, considerando a melhor adequação à nova postura assumida pelos consumidores. Tem como objetivo uma adequação constante da corporação ao seu ambiente, assegurando a criação de riquezas para os acionistas e a satisfação dos seus *stakeholders*. (*STRATEGIC ADMINISTRATION*). (23; 24).

ALERTA ANTECIPADO. Método de análise que visa auxiliar às organizações a lidarem com a descontinuidade ambiental ou com surpresas estratégicas, por meio da identificação de sinais fracos, sua análise e elaboração de sugestões de ações antecipadas. (*EARLY WARNING*). (33).

ALFABETIZAÇÃO DIGITAL. (1) Habilidades cognitivas e técnicas para usar tecnologias de informação e comunicação, no sentido de obter, avaliar, criar e comunicar informação. **(2)** Desenvolver as habilidades necessárias para viver, aprender e trabalhar numa sociedade na qual a comunicação e o acesso à informação são cada vez mais dependentes das tecnologias digitais, como a plataforma da internet, as mídias sociais e os dispositivos móveis). (*DIGITAL LITERACY*). (37; 535).

ÁLGEBRA RELACIONAL. (1) Utilizada na ciência computacional, é uma linguagem de consulta formal, porém procedimental, pela qual o usuário dá as instruções ao sistema para que o mesmo realize uma sequência de operações na base de dados para calcular o resultado desejado. **(2)** Fórmula de cálculo sobre conjuntos ou relações utiliza quatro operações: União (*Union*); Intersecção (*Intersection*); Diferença (*Difference*); Produto (*Product*). Essas operações são provenientes da teoria de conjuntos, da matemática: Seleção (*Select*); Projeção (*Project*); Divisão (*Divide*). Aplica-se especificamente ao modelo de dados relacionais – Designação, atribuição (*Assignment*). (*RELATIONAL ALGEBRA*). (570).

ALGORITMO. Expressão textual das etapas da resolução de algum problema, seja ele computacional ou não. Considerado como base da ciência da computação e da programação é um procedimento para resolver problemas matemáticos (ex. achar o máximo divisor comum) em um número finito de passos que frequentemente envolve a repetição de uma operação; ou de forma mais abrangente: um procedimento passo-a-passo para resolver um problema ou realizar algum objetivo. (*ALGORITHM*). (346, p. 15; 419 p. 1).

ALIANÇA ESTRATÉGICA. Acordo colaborativo entre duas ou mais empresas comprometendo experiências ou recursos mútuos, a fim de atingir metas ou objetivos comuns, tais como: redução de custos; inibição de concorrentes; entrada em novos mercados; complementação de habilidades ou especialidades críticas; compartilhamento de riscos e custos em grandes projetos; ou obtenção de acesso a novas tecnologias. Essa aliança pode ser entre empresas, ou entre uma empresa e seus clientes, seus fornecedores ou seus concorrentes. (*STRATEGIC ALLIANCE*). (551).

ALTMETRIA. (1) Método estatístico, derivado da bibliometria, cobre medidas de impacto baseados em dados das mídias sociais, tais como *blogs, tweets, bookmarks, e downloads*. **(2)** Criação e estudo de indicadores baseados na *Web 2.0* para a análise de atividades (acadêmicas ou organizacionais). (*ALTMETRICS*). (318, p. 692; 550).

AMBIÇÃO NET ZERO. Programa de aceleração que visa desafiar e apoiar empresas integrantes do Pacto Global da ONU para que estabeleçam metas climáticas ambiciosas, alinhadas à ciência, e integradas ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 13 (Ação Climática) e aos objetivos do Acordo de Paris em suas estratégias de negócios. (*NET ZERO AMBITION*). (16).

AMBIENTE INFORMACIONAL. Em organizações o ambiente informacional é composto por seis componentes: **1)** Estratégia informacional, que define os tipos de informação a serem priorizadas pela organização e como estas informações serão úteis no gerenciamento do conhecimento; **2)** Cultura informacional, que compreende valores e crenças da equipe empresarial em relação à informação. Descreve também o padrão de comportamento e atitudes que expressam a orientação informacional da organização; **3)** Comportamento informacional, como as pessoas lidam com a informação. Com outras palavras, como buscam, utilizam, criam, alteram, acumulam, valorizam e estabelecem outras atitudes com relação à informação; **4)** Política informacional, que define as diretrizes para o gerenciamento e uso das informações corporativas. Descreve como as relações de poder e hierarquia determinam o modo como a organização compartilha e distribui a informação; **5)** Processo informacional, que apresenta a importância dos fluxos e dos processos informacionais da organização, além de atividade exercida por quem trabalha com a informação; **6)** Arquitetura informacional, que compreende o conjunto de recursos (físicos, tecnológicos e humanos) utilizados pela organização para o atendimento de suas necessidades informacionais. (*INFORMATION ENVIRONMENT*). (181)

AMBIENTE ORGANIZACIONAL. Conjunto de forças que cercam uma organização. Essas forças podem dificultar ou facilitar o acesso da organização aos recursos, isto significa que podem oferecer oportunidades ou representar ameaças. Essas forças incluem, entre outras, a competição entre rivais para fidelizar clientes, as mudanças rápidas na tecnologia e o aumento no preço das matérias-primas. Todos esses fatores podem de alguma forma corroer a vantagem competitiva de uma organização. Conseqüentemente, as forças em jogo no ambiente podem influenciar o comportamento da organização. (*ORGANIZATIONAL ENVIRONMENT*). (389; 501; 667; 680)

AMBIENTE VIRTUAL. Aplicativo em rede permitindo aos usuários interagir não apenas com o ambiente computacional como também com outros usuários. São exemplos: aplicativos de e-mail, bate-papo e compartilhamento de documentos baseados na *Web* de ambientes virtuais. (*VIRTUAL ENVIRONMENT*). (699).

AMBIGUIDADE SEMÂNTICA. Relacionada à variedade, diversidade, heterogeneidade e emaranhamento, tanto na produção, quanto no aglomerado (*merging*) e no uso de dados. (*SEMANTIC AMBIGUITY*). (632, p. 3).



ANÁLISE AMBIENTAL. Estudo do *ambiente organizacional* da empresa para identificar fatores ambientais que podem afetar suas operações e atividades. Sendo uma fonte significativa de mudanças, o ambiente passa a ser um dos componentes críticos da gestão estratégica para prever o futuro. Há organizações que são vítimas de mudanças, enquanto outras as utilizam em seu proveito, desde que consigam antevê-las. Antever o futuro é o maior propósito do processo de análise ambiental. Entre outros exemplos de ferramentas de análise ambiental temos a *SWOT (forças, fraquezas, oportunidades, ameaças)* Forças de Porter, Fatores Críticos de Sucesso, análises PEST e PESTEL. (*ENVIRONMENT ANALYSIS*). (304; 305, p. 38).

ANÁLISE DA CADEIA DE VALOR. Identifica recursos potenciais da vantagem econômica da organização em sua indústria. Examina as principais atividades da organização de forma a entender seu comportamento em relação aos custos, ao valor adicional associado, e ao potencial existente em fontes de diferenciação. Principais atividades são aquelas relacionadas com produtos, serviços, e processos, tais como a gestão do relacionamento com o cliente e marketing. A vantagem competitiva é obtida, quando se consegue chegar a todas as atividades organizacionais com baixo custo e com maiores níveis de diferenciação do que seus competidores. (*VALUE CHAIN ANALYSIS*). (551).

ANÁLISE DA INFORMAÇÃO. Processo para obter informações visando a tomada de decisão estratégica. São exemplos: desenvolver ou abandonar um produto, investimento em novo domínio de pesquisa, eventuais aproximações com outras empresas para manter a competitividade. (*INFORMATION ANALYSIS*). (557).

ANÁLISE DA WEB. Refere à análise quantitativa da Web para objetivos de marketing e para aperfeiçoar o uso da Web. Pode incluir algumas mensurações como visitantes únicos, taxas de conversão e tempo gasto em um sítio da Web. A análise quantitativa da Web é chamada de Webmetria. Este tem suas raízes na bibliometria e na cientometria. (*WEB ANALYSIS*). (321, p. 277).

ANÁLISE DE CITAÇÕES. Exame da frequência, padrões e gráficos de citações em artigos e livros. Ele usa citações em trabalhos acadêmicos para estabelecer *links* para outros trabalhos ou outros pesquisadores. Análise de citações é um dos métodos mais utilizados de bibliometria. (*CITATION ANALYSIS*). (139; 346, p70).

ANÁLISE DE IMPACTO CRUZADO. Família de técnicas que pode ser considerada extensão da técnica Delphi. Trata-se de abordagem analítica para estimativas consistentes de probabilidade sobre conjunto de eventos. Envolve identificação e avaliação do impacto de tendências ou eventos, usando um formato de matriz específico. (*CROSS-IMPACT ANALYSIS*). (264, p. 30).

ANÁLISE DE IMPACTO DE TENDÊNCIAS. Examina causa, natureza, impacto potencial, probabilidade e velocidade ao surgir uma questão emergente de mudança. Algumas tendências são previsíveis, como o crescimento populacional; mas a maioria das extrapolações de tendências deterioram com o tempo a longo prazo. Em suma, com esta análise, procura-se examinar possibilidades que fogem do padrão esperado. (*TREND IMPACT ANALYSIS*). (264, p. 30).

ANÁLISE DE PATENTES. Transformação de dados contidos nas bases de patentes por meio de um *software* especializado em mineração de texto. Este deve medir a competitividade tecnológica corrente de uma organização, estimar tendências tecnológicas e possibilitar à empresa enfrentar uma potencial competição baseada em novas tecnologias. (*PATENT ANALYSIS*). (33).

ANÁLISE DE PONTOS CEGOS. Método que examina e destaca as razões ocultas da inexatidão ou por falhas existentes no processo de tomada de decisão estratégica. Com base nos pontos cegos desvendados, a organização está apta a melhorar o seu processo de tomada de decisão estratégica. (*BLINDSPOT ANALYSIS*). (33).

ANÁLISE DE REDES. Conjunto de métodos estratégicos para maximizar atividades *online* e de *e-commerce*. Permite extrair e categorizar dados qualitativos e quantitativos para identificar e analisar padrões e tendências no local (*on-site*) e em trabalho remoto (*off-site*). As técnicas podem incluir respostas a e-mails, ou e-mail direto, dados comportamentais de vendas, consultas ao site da organização e outros. (*WEB ANALYTICS*). (710).

ANÁLISE DE RISCO. Uma das etapas do processo de gerenciamento de riscos das empresas. Consiste na avaliação da probabilidade de um perigo acontecer e no cálculo de seu possível impacto e prejuízo para a corporação. (*RISK ANALYSIS*). (19; 638).

ANÁLISE DE SINAIS. Extração de informação de sinais complexos na presença de ruído, geralmente pela conversão de sinais à forma digital, seguida de análise, utilizando-se vários algoritmos. Também conhecido como Processamento Digital de Sinais (*Digital Signal Process*) (*DSP*). (*SIGNAL ANALYSIS*). (211).

ANÁLISE DO CONTEÚDO. (1) Conjunto de técnicas de análise da comunicação por meio de procedimentos descritivos sistemáticos e objetivos do conteúdo das mensagens. Visa principalmente determinar os indicadores (quantitativos ou qualitativos) que permitam inferir de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (isto é, variáveis inferidas) dessas mensagens **(2)** O ponto de partida da análise de conteúdo é a mensagem, seja ela verbal (oral ou escrita), gestual, silenciosa, figurativa, documental ou diretamente provocada. (*CONTENT ANALYSIS*). (45, p. 44; 169).

ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DO USUÁRIO NA INTERNET (1) Na sigla inglesa *IoB* (*Internet of Behaviour*), o comportamento do usuário na internet é uma área de pesquisa e desenvolvimento (P&D), nas organizações ou da parte de estúdios. **(2)** Busca entender como, quando e por que as pessoas usam a tecnologia para tomar decisões de compra, combinando três campos de estudo: ciência comportamental (ver *ciência cognitiva*), análise de borda (ver *edge computing*) e *Internet das coisas* (IoT). **(3)** As plataformas *IoB* são projetadas para reunir, agregar e analisar dados gerados de ampla variedade de fontes, incluindo dispositivos digitais domésticos, computadores vestíveis e atividades humanas *online*. Os dados são então analisados em termos de psicologia comportamental para procurar padrões que podem ser usados por equipes de marketing e vendas para influenciar o comportamento futuro do consumidor. (*INTERNET OF BEHAVIOUR*). (349).



ANÁLISE ESTRATÉGICA INTELIGENTE. (1) Forma específica de pesquisa em qualquer assunto, ao nível, abrangência e detalhe necessária para descrever ameaças, risco, ou oportunidades, visando apoiar a formulação de programas e políticas organizacionais. Seguem profundidade do estudo, desenvolvimento de explicações de futuro, holísticas e projeções, sem o uso intencional dos resultados analíticos no planejamento do futuro organizacional. **(2)** Focalizada na capacidade de pensar criativamente sobre aspectos em nível macro da organização, considerando também os impactos e aplicações em nível tático e operacional. (*STRATEGIC INTELLIGENCE ANALYSIS*). (430, p. 5-7).

ANÁLISE MORFOLÓGICA. Usada em conjunto com a árvore de relevância para identificar novas oportunidades de produto. Esta técnica envolve opções de mapeamento para obter uma perspectiva geral de soluções possíveis. Além disso, explora as soluções possíveis para um problema multidimensional não quantificado, complexo e difícil. (*MORPHOLOGICAL ANALYSIS*). (479).

ANÁLISE PEST. A abreviatura PEST, derivada do inglês *Political, Economic, Social and Technological*. Análise do ambiente de negócios de uma organização, considerando fatores políticos, econômicos, sociais e tecnológicos, que afetam suas atividades e desempenho. Com a utilização desta ferramenta é possível identificar oportunidades e ameaças no ambiente associada à estratégia organizacional. Objetiva evitar ameaças e aproveitar oportunidades que tragam vantagem competitiva. (*PEST ANALYSIS*). (304; 305; 522).

ANÁLISE PESTEL. A abreviatura PESTEL, derivada do inglês *Political, Economic, Sociocultural, Technological, Environment and Legal Analysis*. **(1)** Objetiva oferecer uma ideia geral das condições macroambientais e o posicionamento da organização neste ambiente. Leva em consideração fatores políticos, econômicos, socioculturais, tecnológicos, ambientais e legais. **(2)** Utilizada na gestão estratégica, possui duas funções básicas para a organização: a) permitindo a identificação da ambiência na qual a organização opera; e b) provimento de dados e informações que permitem à organização prever situações e circunstâncias futuras (*PESTEL ANALYSIS*). (304; 305; 761, p. 52).

ANÁLISE SWOT. Método de cruzamento das forças do ambiente externo (ameaças, oportunidades) com as forças do ambiente interno (pontos fortes e fracos) com o objetivo de identificar, por meio da construção de uma matriz, as ações/objetivos estratégicos a serem desenvolvidos por uma organização. (*SWOT ANALYSIS*). (33).

ANALISTA DE BIG DATA. (1) Profissional que analisa informações provenientes de sistemas de bases de dados que circulam na internet, que podem influenciar o negócio/empresa, mostrando domínios sobre o Data Science. **(2)** Responsável por utilizar data *analytics* e CRM para avaliar o desempenho técnico da organização e recomendar melhorias ao sistema. Pode focar em aspectos como *streaming, live data* e migração de dados (*BIG DATA ANALYST*). (64).

ANALÍTICA. Metodologia utilizada em Inteligência de Negócios (*Business Intelligence*), também chamada de Analítica de Negócios (*Business Analytics*). Utiliza análise computacional sistemática de dados ou estatísticas, referindo-se também à informação resultante dessa análise. (*ANALYTICS*). (21).

ANALÍTICA AUMENTADA. Refere-se a processos analíticos desses estudos em Inteligência Artificial (*artificial intelligence*), seja aprendizado de máquina (*machine learning*) e tecnologias de aprendizado profundo (*deep learning*). Trata-se de diferencial competitivo para plataformas de inteligência de negócios, de autoatendimento (Self-service business intelligence - SSBI) (*AUGMENTED ANALYTICS*). (38).

ANALÍTICA DESCRITIVA. (1) Grupo de tecnologias de *Business intelligence* que visa obter informações sobre o passado da organização ou sobre pessoas, em arquivos de bases de dados. **(2)** Interpretação de dados históricos para melhor entendimento do que ocorreu em dado negócio. Descreve dados históricos com a finalidade de comparação. De modo geral, a métrica de relatórios financeiros é produto da analítica descritiva. Por exemplo, mudança de preço ano a ano, aumento de vendas mês a mês, número de usuários e/ou retorno total por subcritores. Tais medidas referem-se ao que ocorreu no negócio dentro de um dado período. (*DESCRIPTIVE ANALYTICS*). (197).

ANALÍTICA DE NEGÓCIOS. (1) A analítica ou análise de negócios (*business analytics*) destina-se a descobrir *insights* (percepções) usando métodos matemáticos, estatísticos, de aprendizado de máquina (*machine learning*) e de ciência de rede sofisticados, juntamente com uma variedade de dados e conhecimento especializado - para apoiar a tomada de decisão, com maior qualidade, de forma mais rápida e oportuna. **(2)** Iniciativas de análise de negócios permitem que as empresas obtenham percepções significativas sobre os volumes crescentes de dados de transações, produtos, estoques, clientes e concorrentes gerados por aplicativos, como planejamento de recursos *empresariais*, gerenciamento de relacionamento com o cliente, gerenciamento da cadeia de suprimentos, gerenciamento de conhecimento, computação colaborativa e análise da Web. (*BUSINESS ANALYTICS*). (562).

ANALÍTICA PREDITIVA. (1) Tecnologia de inteligência de negócios (*Business Intelligence*) (*BI*) para descobrir relações e padrões dentro de grandes bases de dados, passíveis de serem utilizados para 'prever' comportamentos e acontecimentos/eventos. Baseia-se em eventos passados para antecipar o futuro. **(2)** Uso de *software* para análise de grandes coleções de dados utilizando técnicas como inteligência artificial, mineração de dados, árvores de decisão, teoria dos jogos, redes neurais, algoritmos de correspondência de padrões, estatísticas e visualização. Seu objetivo é revelar fatores como a demanda por produtos ou serviços, comportamento do cliente, negócios transações e dinâmica de mercado, sugerindo alternativas de decisão para bons resultados. Estes podem ser: gerenciamento de marca, aprimoramento de campanha, redução de custos, suporte ao cliente, detecção de fraudes, investimento, controle de estoque *just-in-time*, análise de oportunidade, melhoria de processo, diferenciação de produtos ou serviços e gestão de riscos. (*PREDICTIVE ANALYTICS*). (231).

ANALÍTICA PRESCRITIVA. (1) Oposto da análise descritiva que examina decisões após o fato, a análise prescritiva busca se antecipar a fatos. Baseada na análise tecnológica de dados primários constrói cenários, analisando os recursos disponíveis, desempenho organizacional anterior e corrente, e sugere linhas



de ação ou estratégias. É utilizada para tomada de decisão a curto ou longo prazo. **(2)** Baseia-se em técnicas de inteligência artificial, tais como, por exemplo, o aprendizado de máquina, algoritmos e modelagem computacional. (*PRESCRIPTIVE ANALYTICS*). (231).

ANALYTICS. Ver ANALÍTICA

ANTENAS INTELIGENTES. Também conhecidas como antenas adaptativas, utiliza um conjunto de antenas em combinação com algoritmos de processamento de sinal inteligente. Este rastreia a localização de um dispositivo cliente móvel. Usa técnicas como a direção de chegada de um sinal. Antenas inteligentes são usadas em sistemas de telefonia móvel celular e em tecnologias de banda larga sem fio propostas. (*INTELLIGENT ANTENAS. SMART ANTENAS*). (277; 614).

APLICATIVO OU SOFTWARE APLICATIVO. APP. Programa destinado a processar dados eletronicamente, facilitando e reduzindo o tempo de execução de uma tarefa. Por exemplo, o Excel ajuda a criar tabelas para controlar contas; o Power Point permite o *design* de apresentações etc. (*APPLICATION SOFTWARE*). (291, p. 335).

APRENDIZADO. (1) Como outros comportamentos humanos, é situado e produzido pelas pessoas em sua relação com o ambiente. Situa-se, no contexto físico e social de sua captação, absorção e utilização. Trata-se de uma interação entre pessoa e ambiente, cujo resultado pode agir sobre ambos. **(2)** Constitui a possibilidade de a pessoa modificar seu comportamento diante de mudanças no ambiente, sendo essencial para o indivíduo adaptar-se ao seu meio. **(3)** Processo dinâmico, que gera mudanças qualitativas na forma pela qual uma pessoa vê, experimenta, entende e conceitua algo. (*LEARNING*). (76; 200; 427).

APRENDIZADO AO LONGO DA VIDA. Toda a atividade de aprendizagem em qualquer momento da vida com o objetivo de melhorar os conhecimentos, aptidões e competências, no quadro de uma perspectiva pessoal, cívica e social, relacionada, por exemplo, com o emprego. (*LIFELONG LEARNING*). (147; 191).

APRENDIZADO COLETIVO. (1) Abordagem social, observando as pessoas aprenderem como seres sociais dentro de uma comunidade de prática. Nesse sentido, “aprender” significa participar, e não apenas adquirir informação. Na aprendizagem organizacional, o foco não está apenas no indivíduo ou na organização, como tal, mas na aprendizagem coletiva. **(2)** Ocorre, naturalmente, com o apoio das tecnologias da informação, sobretudo criando-se um espírito de confiança e cooperação entre os grupos e a organização. (*COLLECTIVE LEARNING*). (451; 504).

APRENDIZADO DE MÁQUINA. (1) Subcampo da inteligência artificial que permite um algoritmo computacional construir, a partir de dados, modelos de aprendizado para a resolução de problemas. **(2)** Seu objetivo maior é criar modelos de *software* para grandes volumes de dados, com o objetivo de prever resultados, tendências e padrões (*MACHINE LEARNING*). (48; 435).

APRENDIZADO ORGANIZACIONAL. (1) Atividade e processo de aprendizagem em uma organização, que ocorre nos níveis: de indivíduo, grupo e organização. **(2)** Processo dinâmico de criação, aquisição e integração de conhecimento voltado

para desenvolver recursos e competências para um melhor desempenho da organização); **(3)** Conjunto de práticas e comportamentos que ajudam a empresa a transcender o modelo de simples manutenção do conhecimento. Busca questionar o que aprendeu, revisando seus princípios, tornando-se efetiva em uma organização de aprendizagem). **(4)** Capacidade de uma organização identificar e armazenar conhecimento resultante de experiências individuais e organizacionais para modificar seu comportamento, de acordo com os estímulos percebidos no ambiente. O aprendizado organizacional supõe que a organização esteja habilitada a controlar seu comportamento em relação a seus próprios objetivos, executando atividades de automonitoramento, filtrar informações provenientes de processos de monitoração ambiental e a adaptar -se às mudanças nos ambientes sociopolítico e econômico. **(5)** Aprendizado, no qual o empregado deve assumir o compromisso com a produtividade da empresa. a fim de que toda a corporação esteja apta a responder à competitividade e às mudanças crescentes nos mercados e ambiental. **(6)** Educação continuada, onde os empregados aprendem uns com os outros, compartilhando inovações e melhores práticas em vista a solução de problemas reais de negócios. **(7)** A importância do aprendizado no contexto das organizações, iniciado já nas décadas de 80 e 90, ganha uma maior projeção nos anos 2000 e o ambiente de aprendizagem se constitui na base da inteligência organizacional. (*ORGANIZATIONAL LEARNING*). (28; 161; 184; 518; 625; 628).

APRENDIZADO PROFUNDO. (1) Subcampo da inteligência artificial que facilita o aprendizado de máquina buscando realizar a execução de tarefas 'inteligentes', antes realizadas por humanos. **(2)** Requer o fornecimento de grandes quantidades de dados a um sistema de computador para que este possa tomar decisões ao gerar novas informações. Os dados são captados através de redes neurais que executam construções lógicas, que consiste num série de verificações binárias entre 'verdadeiro' e 'falso', ou extraíndo valores numéricos. Cada bit de dados que passa através dessas redes neurais é classificado conforme as respostas recebidas. (*DEEP LEARNING*). (233; 365).

APRENDIZAGEM SITUADA. (1) Utilizado em aprendizagem organizacional enfatiza as dimensões contextuais do conhecimento, nas quais os significados são considerados inseparáveis de sua relação entre situações e ações verbais ou gestuais (98; 103). **(2)** Resulta da intersecção entre conteúdo, contexto, comunidade de prática, e participação individual. O primeiro elemento, conteúdo, diz respeito ao que desenvolver. O segundo elemento, contexto, inclui situações, valores, crenças, entre outros, que cercam a pessoa. O terceiro, a comunidade, é o grupo criado, com o qual a pessoa negocia o significado da situação. E o quarto, a participação, é o processo de trabalho da pessoa com especialistas da própria comunidade em uma organização social para resolver problemas do dia a dia. (*SITUATED LEARNING*). (84; 89; 720).

ARMAZÉM DE DADOS. (1) Banco de dados voltado para o suporte à decisão de usuários finais. É derivado de diversos outros bancos de dados operacionais que incluem dados integrados, detalhados e sumarizados, históricos e metadados. **(2)** Dados históricos, que, após um processo de limpeza e depuração, são os dados históricos são integrados por assunto e/ou domínio de aplicação, tor-



nando-se disponíveis a qualquer momento para sua análise. O *datawarehouse* é fruto de um processo de limpeza dos dados transacionais, tornando-os disponíveis em estruturas aprimoradas, no sentido de uma rápida recuperação e análise, permitindo consultas estruturadas e customizadas, além de possibilitar a navegação dinâmica, por vários níveis de detalhamento informacional. **(3)** Grande banco de dados capaz de armazenar quantidades de dados provenientes de múltiplas fontes. Tais fontes podem ser sistemas transacionais comuns como atendimento ao cliente, contas a pagar, contas a receber, faturamentos etc. **(4)** Sistemas de aplicativos que permitem a integração e/ou transformação de dados de aplicativos ligados, convertidos para uma estrutura informacional integrada. (*DATA WAREHOUSE*). (81; 524; 647).

ARMAZENAMENTO DE DADOS EMPRESARIAIS. São dados organizacionais que perpassam várias funções e unidades de negócios, nos quais podem se buscar as principais aplicações de análise de dados. (*ENTERPRISE DATA WAREHOUSE*). (183).

ARPANET (ADVANCED RESEARCH PROJECT AGENCY NETWORK). Rede precursora da internet criada no final dos anos 60 nos Estados Unidos. (81).

ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO. (1) Trata da organização de conteúdos informacionais e das formas de armazenamento e preservação (sistemas de organização), representação, descrição e classificação (sistema de rotulagem, metadados, *tesauro* e vocabulário controlado, ontologias), recuperação (sistema de busca. Seu objetivo é a criação de um sistema de interação (sistema de navegação), no qual o usuário pode interagir facilmente (*usabilidade*) com autonomia no acesso e uso do conteúdo (acessibilidade) no ambiente hipermídia informacional digital. **(2)** Como conceito, designa tanto seu processamento bem como seu produto. Sob o ponto de vista do processo consiste na análise, estruturação sistêmica e funcional, e implantação de soluções desenhadas para espaços informacionais, a fim de promover fluxo de produção e uso eficientes da informação. Enquanto designação de produto, refere-se ao ambiente informacional trabalhado. (*INFORMATION ARCHITECTURE*). (416, p. 171; 467; 696).

ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO PERVASIVA. (1) Atualmente, modalidade da arquitetura informacional, que se ocupa das ecologias informacionais complexas, sobretudo dos processos de hibridização dos lugares humanos, digitais e não digitais, em que os sujeitos vivem, trabalham e se divertem. **(2)** Abordagem que, devido ao *continuum* da revolução tecnológica, a partir dos anos 2000 se propaga por meio de novos problemas e pesquisas tecnológicas, intensificando-se em função de novos comportamentos dos sujeitos que usam e produzem informação cotidianamente por meio das TIC, das novas demandas nos diversos setores da sociedade. **(3)** Seu objeto de investigação são as ecologias informacionais complexas, que integram e articulam de forma holística espaços, ambientes, tecnologias, artefatos tecnológicos e sujeitos. (*PERVASIVE INFORMATION ARCHITECTURE*). (495; 496).

ARQUITETURA DE APLICAÇÃO 2. 0. Trata da geração tecnológica e padrões com nos serviços sediados na rede, a fim de melhorá-los conforme o uso, aproveitando a inteligência coletiva. (*APPLICATION ARCHITECTURE*). (559, p. 65-66).

ARQUITETURA DE PARTICIPAÇÃO. Em ciência computacional e administrativa refere-se à gestão coletiva do trabalho, podendo atuar como sistema de compartilhamento de conhecimento entre os participantes. Esse tipo de arquitetura se fundamenta na participação dos usuários, já não como meros consumidores, mas como colaboradores comprometidos com uma ética de cooperação. Nisto está um dos principais elementos do conceito 2.0, ou seja, os próprios usuários passam a adicionar valor. (*PARTICIPATION ARCHITECTURE*). (559, p. 65).

ÁRVORE DE METADADOS. Estrutura que contém elementos descritivos do objeto informacional, isto é, identificadores para a recuperação da informação, tais como: título, resumo, palavras-chave, editora, ano de publicação etc. (*METADATA TREE*). (437).

ÁRVORE DE RELEVÂNCIA. Técnica analítica que subdivide um tema em tópicos e subtópicos. A partir de um problema identificado, examina-o por uma série de critérios e depois o decompõe em aspectos individuais. Isto é feito até que o núcleo do problema fique claro. Na desmontagem em partes individuais, problemas complexos se tornam gerenciáveis. Na previsão do processo de planejamento, por exemplo, ajuda a estruturar e particionar questões relevantes quando de seu monitoramento ambiental. Pode identificar ameaças e oportunidades, revelar opções de políticas, e auxiliar a definir estratégias para a organização. (*RELEVANCE TREE*). (770).

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). Entidade de normalização do Brasil reconhecida pela sociedade brasileira desde sua fundação, em 28 de setembro de 1940. Trata-se de uma entidade privada, sem fins lucrativos. É membro fundador da *International Organization for Standardization* (Organização Internacional de Normalização ISO) (*BRAZILIAN ASSOCIATION FOR TECHNICAL NORMS*). (32).

ATIVOS DIGITAIS. Todos os itens a organização podem usar para gerar valor, armazenada de forma digital e identificada de forma única. Ativos digitais podem incluir documentos, áudios, vídeos, logos, apresentações de slides, planilhas e sites *Web*. Esses ativos podem ser protegidos pelo *blockchain*. (*DIGITAL ASSETS*). (205).

ATIVO INFORMACIONAL/DO CONHECIMENTO. Informações relevantes para negócios de uma empresa, que incluem: conhecimento tácito e capturado de funcionários, clientes ou parceiros de negócios; dados e informações armazenados em bancos de dados altamente estruturados; dados e informações armazenados em forma textual ou em bancos de dados menos estruturados, como em mensagens, e-mails, conteúdo de fluxo de trabalho e planilhas; informações armazenadas em documentos digitais ou em papel; conteúdo comprado; e conteúdo público da internet ou de outras fontes (*INFORMATION AND KNOWLEDGE ASSETS*). (336).

ATIVOS INTANGÍVEIS. Na administração de negócios, trata-se de ativos organizacionais de natureza não física, diferente de ativos tangíveis, (que incluem propriedade, veículos, equipamentos e inventário) São ativos intangíveis itens como patrimônio de marca, reconhecimento de marca, propriedade intelectual (patentes, marca comercial e direito autoral (*copyright*)). (*INTANGIBLE ASSETS*). (344).



ATIVOS SENSÍVEIS. Todo e qualquer ativo organizacionais de natureza não física (pessoas, equipamentos, instalações, informações, imagem, recursos) que merece medidas especiais de segurança, pois se comprometidos, poderão causar sérios prejuízos à estratégia da organização. (*SENSIBLE ASSETS*). (33, p. 51).

◇ B

BA. Conceito japonês que significa **(1)** Espaço físico, virtual ou mental, no qual o conhecimento é gerado, compartilhado e utilizado). **(2)** Espaço compartilhado para relacionamentos emergentes. Esse espaço pode ser físico (por exemplo, escritórios - *coworking*), virtual (por exemplo, e-mail, teleconferências) ou mental (experiências compartilhadas, ideais, ideias) ou qualquer combinação destes (488; 489).

BACK UP EM NUVEM. Serviço por meio do qual os recursos e infraestrutura da computação em nuvem são usados para criar, editar, gerenciar e restaurar dados, serviços ou backup de aplicativos. É feito remotamente na Internet (*CLOUD BACKUP*). (140).

BALANCED SCORECARD (BSC). **(1)** Proposta de mensuração estruturada que complementa a avaliação dos resultados, integrando os indicadores financeiros com indicadores representativos dos processos internos, tais como relação entre empresa e cliente e da capacidade da organização referente ao aprendizado e crescimento, ligando a estratégia à operacionalização. **(2)** Como a estratégia organizacional representa um conjunto de hipóteses sobre relações de causa e efeito, o BSC parte do pressuposto de que os objetivos e respectivos indicadores em cada perspectiva de desempenho exercem influência uns sobre os outros. Dessa forma que a consecução de metas na perspectiva aprendizagem e crescimento, teria efeito positivo sobre os resultados associados a processos internos. (364).

BASE DE DADOS. **(1)** Conjunto de dados inter-relacionados, organizados de forma a permitir a recuperação da informação. Armazenadas por meios ópticos ou magnéticos como discos e acessadas local ou remotamente. **(2)** Coleção de dados com uma estrutura para aceitação, armazenamento e fornecimento desses dados para os utilizadores. No grupo das maiores bases de dados está incluída a DB2 (IBM), a Oracle e a SQL (Microsoft). (*DATABASE*). (180; 359).

BANCO DE DADOS DE CLIENTES. Utilizado em marketing refere-se à construção, manutenção e uso de bancos de dados de clientes e outros registros (produtos, fornecedores, revendedores) para efetuar contatos e transações. Bem como construir relacionamento com clientes. Inclui dados relacionados a compras anteriores, produtos e serviços consumidos, dados demográficos, dados sobre mídia e demais informações. No marketing empresarial, o banco de dados contém produtos e serviços comprados pela empresa como volumes, preços e lucros anteriores, nomes de membros de equipe, status de contratos, estimativa de participação do fornecedor no negócio do cliente, fornecedores concorrentes e seus pontos fortes e fracos e outros. (*CLIENT DATA BASE*). (374).

BANCO DE DADOS RELACIONAL E BANCO DE DADOS ORIENTADOS A OBJETO. Paradigmas de bases de dados, que facilitam a estruturação de *data warehousing*, uma vez que tratam integradamente, campos e objetos dispostos em diversas tabelas (ou bibliotecas de dados). Desse modo, rompem-se as barreiras do conceito de estruturas fechadas dos antigos bancos de dados. (*RELATIONAL DATABASE AND OBJECT ORIENTED DATABASE*). (80).

BENCHMARKING. (1) Processo de avaliação comparativa utilizado em pesquisa ao comparar produtos, serviços e práticas entre as empresas reconhecidas como líderes. O principal objetivo é identificar, entre todos os concorrentes, o melhor e, a partir daí, buscar melhorias para obter vantagem competitiva. (2) Método utilizado nas organizações para comparar o desempenho de processos, práticas ou produtos com similares mais eficazes e eficientes, interna ou externamente, com o objetivo de entender as práticas que conduzem ao desempenho superior, adaptá-las e implementar melhorias significativas. Seus princípios fundamentais são: a) **Reciprocidade** - disposição para compartilhar informações sobre o objeto do estudo com as organizações participantes; b) **Analogia** - existência de similaridade entre os objetos comparados, independentemente do setor de atuação, do porte e de ser organização congênera ou não; c) **Medição** - necessidade de avaliar a qualidade das práticas das organizações participantes, por meio de indicadores de desempenho; d) **Validade** - pertinência, confiabilidade e comparabilidade das informações obtidas. (83).

BIBLIOMETRIA. (1) Esclarecer os processos de comunicação escrita e a natureza e o curso do desenvolvimento de uma disciplina, na medida em que isso se manifesta através da comunicação escrita, por meio da contagem e análise das várias facetas da comunicação escrita, e aplicação de métodos matemáticos e estatísticos a livros e outros meios de comunicação. (2) O método utilizado nos estudos bibliométricos é principalmente a contagem das unidades bibliométricas e, em seguida, classificá-las por ordem de ocorrência, tirando conclusões a partir de suas frequências. A maneira mais importante de realizar essa medição de frequência é a *análise de citações*. (29; 30; 223; 235; 464; 465; 552; 758).

BIG DATA. (1) Termo aplicado a um grande volume de dados, complexos, que se alteram de modo rápido, notadamente nas redes sociais (*chats, vídeos, imagens e outros*) e que são gerenciados por bancos de dados tradicionais. Os *Big Data* constituem um fenômeno que pode ser capturado, gravado, processado e analisado de diversas formas. Seus recursos têm características diferentes, conforme a frequência, volume, velocidade, tipo e veracidade dos dados. (2) Ao armazenar e processar os dados do *Big data*, apresentam-se características tais como segurança, política, estrutura e governança. (3) Quanto à variedade o *Big Data* pode ser classificado como estruturado (dados transacionais, planilhas, bases de dados relacionais); semiestruturados (*logs de servidor e Extensible Markup Language XML*); e desestruturados (*mídia social, postagens, áudio, vídeo, imagens*). Aspecto relevante ao *Big Data* é a velocidade em que dados podem ser capturados e processados em tempo real, oferecendo às organizações vantagem competitiva. (116; 155; 302; 318).

BIG DATA ANALYTICS. Análítica de *Big Data* trata do uso de técnicas analíticas avançadas em conjuntos de dados muito grandes e diversos que incluem dados



estruturados, semiestruturados e não estruturados, que advêm de diversas fontes e em tamanhos diferentes, de terabytes a zettabytes, lida, portanto, com grandes volumes de dados em alta velocidade e alta variedade. (328).

BIOECONOMIA. **(1)** Parte da economia na qual a biotecnologia contribui com parcela significativa da produção econômica, do desenvolvimento sustentável e da sustentabilidade ambiental. A bioeconomia envolve três elementos: conhecimento biotecnológico, biomassa renovável, integração entre aplicativos. **(2)** É entendida também, como produção de recursos biológicos renováveis e conversão destes recursos (e fluxos de resíduos) em produtos de maior valor agregado como alimentos, ração, produtos de base biológica e bioenergia, através de tecnologias inovadoras e eficientes. (*BIOECONOMY*). (202; 499).

BIOINFORMÁTICA. **(1)** Área científica que envolve a união de diversas linhas de conhecimento como a engenharia de *softwares*, matemática, estatística, ciência da computação e biologia molecular. **(2)** Subdisciplina interdisciplinar da biologia e da ciência computacional, preocupa-se com a aquisição, armazenamento, análise e disseminação de dados biológicos, como o DNA e sequências de aminoácidos. Utiliza programas computacionais específicos para uma variedade de aplicações, incluindo a determinação de genes e funções de proteínas. (*BIOINFORMATICS*). (65).

BIT. Abreviação de dígito binário (*binary digit*), é a unidade no código binário (0 ou 1) usado para armazenar e processar dados. Há meios de expressar quantidades maiores de dados como: um byte tem 8 bits, um kilobyte (KB) tem 210 bytes ou 1, 024 bytes; um megabyte (MB) tem 220 bytes ou 1, 024 kilobytes; um gigabyte (GB) tem 330 bytes or 1, 024 megabytes; um terabyte (TB) tem 240 bytes ou 1, 024 gigabytes; um petabyte (PB) tem 250 bytes ou 1, 024 terabytes; um exabyte (EB) tem 260 bytes ou 1, 024 petabytes; um zettabyte (ZB) tem 270 bytes ou 1, 024 exabytes; um yottabyte tem 280 bytes ou 1, 024 zettabytes. (318, p. 703).

BITCOIN. Ver **CADEIA DE BLOCOS**

BLOCKCHAIN. Ver **CADEIA DE BLOCOS**

BLOG. BLOGUE. **(1)** Entende-se por blogue um sítio eletrônico que permite a atualização rápida a partir de acréscimos de artigos, postagens ou publicações. Estes são, em geral, organizados de forma cronológica, tendo como foco a temática proposta do *blog*. Este pode ser escrito por um número variável de pessoas, de comum acordo. **(2)** Muitos *blogs* fornecem comentários ou notícias sobre um assunto em particular, outros funcionam como diários em linha (*online*). Um *blog* típico pode combinar textos, imagens e hiperligações para outros *blogs*, páginas da *Web* e mídias relacionadas ao tema. (68).

BOT. Diminutivo de robot, também conhecido como *internet bot* ou *Web robot*, é uma aplicação de *software* concebido para simular ações humanas repetidas vezes, de maneira padrão, da mesma forma como faria um robô. Pode executar comandos, responder a mensagens, ou desempenhar tarefas rotineiras como pesquisas *online*, automaticamente, com o mínimo de intervenção humana ou de forma combinada. Também tem sido usado como *malware* visando a coleta de informações pessoais ou de dados financeiros. (73).

BOOKMARK. APONTADOR. (1) Marcador de um atalho que se cria direcionando o navegador para uma página específica da Web. Armazena o título, URL e favicon (um pequeno ícone que identifica um Website) da página correspondente. Salvar marcadores permite acessar facilmente seus locais favoritos na Web. **(2)** Comando do sistema operacional Unix que executa as funções de buscar informações sobre usuários de um sistema informático. Em alguns sistemas, esse comando informa se o usuário está ou não conectado naquele momento; outros trazem informações adicionais, tais como o nome completo e o número de telefone. (164, p. 19; 314).

BOOKMARKING SOCIAL. (1) Tipo de *software social* que a Web 2.0 disponibilizou para a sua comunidade de usuários online. **(2)** Ferramenta que auxilia seus usuários a reunir e compartilhar endereços (*links*) da Web. **(3)** Serviços de *bookmarking social*, como o *del.icio.us* ou *Furl*, permitem que as pessoas armazenem seus sites favoritos online e os compartilhem com outras pessoas. (*SOCIAL BOOKMARKING*) (314).

BRANDING. (1) Prática de marketing para criar um nome, símbolo ou desenho que identifica e diferencia um produto de outro produto. **(2)** Em comércio eletrônico, ação executada por uma empresa junto à sua clientela, por meio de mensagens publicitárias, com o objetivo de dar conhecimento sobre as características de um produto ou serviço. (164, p. 58).

BROWSER. (1) O navegador (*browser*) é um *software* dotado de rotinas que interpretam as páginas Web escritas em uma linguagem específica, denominada *html*. Viabiliza a exploração de textos, fotos, gráficos, sons e vídeos. O *browser* também controla a navegação pelas páginas da Web e guarda histórico de páginas visitadas e sites favoritos. **(2)** Termo genérico utilizado para descrever um programa de computador com interface gráfica utilizado para acessar documentos e páginas iniciais da Web. Muitos programas de navegadores possibilitam acesso ao correio eletrônico, leitura de grupos de notícias e transferências de arquivo; programa navegador. (90; 164, p. 257).

BUSINESS ANALYTICS. Ver **ANALÍTICA DE NEGÓCIOS.**

BUSINESS INTELLIGENCE (BI). Ver **INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIOS.**

BUSINESS TO BUSINESS (B to B, B 2 B). Forma de transação entre negócios. Refere-se a negócios que são conduzidos entre organizações, em vez de entre organização e consumidor individual, que neste caso seria *Business to Consumer* (B2C). Também há a forma de transação entre negócio e governo (*B 2 G*). (100).

BYTE. Unidade de armazenamento capaz de representar um único caractere, como letra, número ou símbolo. Um byte é uma sequência de bits binários em um fluxo de dados serializado em sistema de transmissão de dados. Na maioria dos computadores um byte é igual a oito unidades menores chamados bits, embora o tamanho de um byte sempre dependa do hardware utilizado. (344, p. 54).





CACHE. Ferramenta que armazena informações frequentemente usadas para evitar o carregamento (e processamento) de informações de origens mais lentas, como discos ou um banco de dados. É um tipo de memória ultrarrápida que passou a ser utilizados quando os processadores começaram a se tornar mais rápidos que a memória RAM. Quanto maior a quantidade, ou quanto maior a velocidade, maior será a eficiência do cache. Os chips de memória cache utilizam memória de acesso aleatório estático (na sigla em inglês SRAM - *Static Random Access Memory*). Trata-se de um tipo de memória de acesso aleatório que usa circuitos de travamento para armazenar cada bit. (291, p. 136).

CADEIA DE BLOCOS. (1) Tecnologia disruptiva criada em 2008 para servir de base à criação do *bitcoin* e de outras moedas digitais. É uma espécie de banco de dados descentralizado contido em *softwares* específicos que trabalham, principalmente, para verificar a autenticidade de *bitcoins* e transações, onde são registradas todas as atividades realizadas com as moedas *bitcoin*. **(2)** Diferentes tipos de informações podem ser armazenados em um *blockchain*, mas o uso mais comum até agora tem sido como um livro-razão (que controla o movimento de todas as contas contábeis separadamente), para transações. No caso do *bitcoin*, o *blockchain* é usado de forma descentralizada para que nenhuma pessoa ou grupo tenha controle, mas, em vez disso, todos os usuários coletivamente retêm o controle. **(3)** Normatizada no Brasil pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ABNT/CEE 307 referente ao *Blockchain* e Tecnologias de Registro Distribuídas. (*BLOCKCHAIN*). (42; 115; 474).

CADEIA DE VALOR. (1) Modelo de negócios que descreve o conjunto completo de atividades necessárias para a criação de um produto ou serviço. Seu ponto focal é o produto acabado e a cadeia se forma em função das atividades requeridas para produzi-lo. **(2)** Análise que considera toda a corrente de atividades produtivas tem sido designada como cadeia-de-valor, cadeia de mercadorias, rede de produção, rede de valor e análise de entrada/saída. **(3)** Conjunto de atividades desempenhadas por uma organização desde as relações com os fornecedores e ciclos de produção e de vendas até à fase da distribuição final. Conceito introduzido por Michael Porter em 1985. **(4)** Conjunto de desempenhos da organização que agregam valor aos produtos e serviços. (*VALUE CHAIN*). (280, p. 54; 512; 632).

CAOS (TEORIA DO). **(1)** A Teoria do caos ou o estudo da desordem organizada, é uma das leis mais importantes do universo, presente na essência de quase tudo que nos cerca. O objetivo principal dessa teoria é explicar o funcionamento de sistemas complexos e dinâmicos. **(2)** Os cálculos matemáticos envolvendo a teoria do caos são utilizados para descrever e entender fenômenos de crescimento populacional, meteorológicos ou, ainda, de variações no mercado financeiro. Liga-se à teoria do caos a teoria dos fractais que busca padrões organizados de comportamento dentro de um sistema aparentemente aleatório. (*CHAOS THEORY*). (256; 346, p. 70).

CAPACIDADE ABSORTIVA. (1) Capacidade da empresa identificar, assimilar e explorar a informação do ambiente. **(2)** A forma que a organização consegue

assimilar e reconhecer o valor de novas informações e posteriormente aplicar em suas operações com intuito de gerar negócios. (*ABSORPTIVE CAPACITY*). (112; 146).

CAPACIDADE DINÂMICA. (1) Constructo composto de três elementos componentes: (a) comportamentos e habilidades; (b) rotinas e processos; (c) mecanismos de aprendizagem e governança do conhecimento. Para que a empresa desenvolva capacidades dinâmicas, é necessário, em primeiro lugar, um conjunto de comportamentos e habilidades relacionadas à mudança e à inovação **(2)** Inicialmente definido, por Teece *et al* (1997) como a habilidade da empresa em integrar, construir e reconfigurar competências externas e internas em ambientes de mudança rápida. **(3)** O desenvolvimento das competências deve basear-se no tripé: processos (rotinas ou padrões de práticas correntes e aprendizado), posições (ativos, estrutura de governança, base de consumidores e relações externas com fornecedores e parceiros) e trajetória (histórico de decisões e oportunidades tecnológicas e de mercado). Esses três aspectos determinam a essência da capacidade dinâmica da firma e a sua vantagem competitiva. (*DYNAMIC CAPACITY*). (436, p. 59; 651, p. 518).

CAPITAL HUMANO OU SOCIAL. Refere-se a pessoas, seus níveis de capacidade, instituições, coesão cultural, educação, informação e conhecimento. (*HUMAN OR SOCIAL CAPITAL*). (294, p. 1005).

CAPITAL INFORMAÇÃO. (1) Conceito do período pós-fordista iniciado entre o final dos anos 1970 e início dos 1980, perdurando até os dias de hoje. Surgiu da necessidade do capital se reinventar para continuar se autovalorizando. **(2)** Nova configuração capitalista denominada *acumulação flexível* ou *capital-informação*, contrastando com a rigidez do fordismo. Nessa nova fase, a produção industrial se fragmenta em serviços terceirizados e outras quebras de vínculo formal de trabalho, com o auxílio das tecnologias da informação e da comunicação (TICs) – o marco da terceira revolução industrial. O trabalho passa a distribuir-se entre redes, de pessoas cada vez mais “autônomas”, isto é, formalmente excluídas dos quadros de trabalhadores de estruturas empresariais. Esta modalidade mais concentrada e lucrativa. Além disso, a produção foi se automatizando, substituindo trabalhadores pela tecnologia. **(3)** O trabalho repetitivo e redundante passa a ser realizado por máquinas, de modo que o trabalho humano gradativamente se concentra mais em processos informacionais. (*INFORMATION CAPITAL*). (172; 502, p. 15).

CAPITAL INTELECTUAL. (1) É a soma de conhecimentos de todos em uma empresa, o que lhe proporciona vantagem competitiva. **(2)** Extensão e integração da visão baseada em recursos e em competência da organização, levando em conta a dinâmica da forma como o valor é criado. Considerada parte integrante do modelo de negócio, constitui-se na base para a inovação estratégica. **(3)** Grupo de ativos de conhecimento atribuídos a uma organização, que de forma significativa levam à inovação e criação de valor para seus *stakeholders*. **(4)** No ambiente econômico e competitivo organizacional a capacidade de criar valor não está apenas ligada à definição de sistemas eficientes e consistentes (como era tradicionalmente postulado pela gestão moderna). Essa capacidade está, cada vez mais, ligada à definição de sistemas adaptáveis e resilientes, capazes de incrementar seu capital



intelectual para enfrentar as mudanças e transformações de mercados emergentes e desafios competitivos. (*INTELLECTUAL CAPITAL*). (295; 397, p. 357; 579; 597; 627).

CAPITALISMO. (1) A também chamada “economia de livre mercado” ou “economia de empresa livre”, é um sistema econômico, dominante no mundo ocidental. Surgiu com o colapso do feudalismo, no qual os meios de produção são privados, a produção é guiada e os lucros distribuídos através de operações de mercado. **(2)** Novas denominações têm surgido para nominar as novas tendências do mercado, tais como “capitalismo digital”, “capitalismo virtual”, “capitalismo de alta tecnologia”, “capitalismo informático”, “capitalismo comunicativo”, “capitalismo cognitivo”, “mundialização do capital” e “capital-imperialismo”, entre outros. (*CAPITALISM*). (125; 187; 189; 261; 316; 481; 596).

CAPITALISMO COGNITIVO. (1) Algumas vezes chamado de ‘terceiro capitalismo’, após o capitalismo mercantilista e industrial –apresenta-se como uma teoria de significado crescente, dado o seu foco nas mudanças socioeconômicas causadas pela internet e a Web 2. 0, que têm transformado o modo de produção e a natureza do trabalho. **(2)** Nessa fase do capitalismo – (correspondente ao trabalho pós-fordista) – haveria maior geração de riqueza comparativamente às fases anteriores, onde o conhecimento e a informação (competências cognitivas e relacionais) são as principais fontes de geração de valor. (*COGNITIVE CAPITALISM*). (523).

CAPITALISMO DE MERCADO. (1) Entende que o objetivo da empresa é a maximização dos lucros, ou do seu valor no mercado, sujeito às imposições das regras sociais. Nesta abordagem, o executivo de uma corporação tem responsabilidade social com seus acionistas devendo contemplar seus interesses. **(2)** Considera que o papel das empresas na sociedade é de gerar bem-estar (social) por meio da eficiência econômica, e ao mesmo tempo, gerar lucros para seus acionistas (*stackholders*). (*MARKET CAPITALISM*). (49, p. 564; 274).

CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA. (1) Processo orientado pelo mercado em que a mercadoria à venda é sobre dados pessoais, cuja captura e produção depende de vigilância (monitoramento) em massa constante da Internet Realizada por empresas que fornecem serviços *online* gratuitos, como os mecanismos de pesquisa (Google) e plataformas de mídia social (*Facebook*). **(2)** Cunhado por Shoshana Zuboff, em 2014, utiliza um modelo de negócio baseado no mundo digital e que depende de *big data*, para ganhar dinheiro. Zuboff identifica quatro características principais na lógica do capitalismo de vigilância: direção com cada vez mais extração de dados e análise; desenvolvimento de novas formas contratuais usando monitoramento computacional e automação; desejo de personalizar e customizar os serviços oferecidos para os usuários de plataformas digitais; uso de infraestrutura tecnológica para executar experimentos futuros em seus usuários e consumidores. (*SURVEILLANCE CAPITALISM*). (171; 767).

CAPITAL SOCIAL. (1) Soma dos recursos atuais e potenciais incorporados ou que derivam da rede de relacionamentos de um indivíduo (ou comunidade) ou de uma unidade social até de uma nação. **(2)** Interações sociais que aumentam as possibilidades de aquisição e compartilhamento do conhecimento. **(3)** interação social, desde que haja uma visão e linguagem compartilhada, possibilitando que

a rede de aprendizado se torne uma plataforma de compartilhamento do conhecimento. (*SOCIAL CAPITAL*). (395; 399; 756).

CAUDA LONGA. Inovação no mercado que permite uma oportunidade infinita de escolhas, criada a partir da intensa fragmentação de mercado. Com o surgimento da Web, o que já existia ganhou mais dimensão e extensão. (*LONG TAIL*). (22).

CENÁRIOS. Narrativas de futuros alternativos – os ambientes emergentes em que a decisão de hoje se desenrola – com consequências intencionais e não intencionais. Os cenários não são previsões e não são políticas, estratégias ou planos – eles representam perspectivas, hipóteses, expectativas e suposições sobre o passado, presente e futuro. (*SCENARIOS*). (264, p. 31; 408).

CENTRO DE PROCESSAMENTO DE DADOS. (1) Ambiente projetado para abrigar servidores e outros componentes como sistemas de armazenamento de dados (*storages*) e ativos de rede (*switches*, roteadores). O objetivo principal do centro de dados é garantir a disponibilidade de equipamentos que rodam sistemas cruciais para o negócio de uma organização, tal como o *ERP* ou *CRM*, garantindo assim a continuidade do negócio. **(2)** O equipamento de TI em um *data center* consiste em três elementos principais necessários para o funcionamento de um ambiente de computação: 1. *Computação*: memória e capacidade de processamento necessárias para executar aplicativos que geralmente são fornecidos por servidores de nível empresarial. 2. *Armazenamento*: os centros de dados incluem dispositivos de armazenamento primários e de *backup*. Eles podem ser unidades de disco rígido ou até mesmo unidades em fita, mas as melhores instalações da categoria geralmente apresentam variedades (*arrays*) totalmente *flash*. 3. *Rede*: contém uma ampla gama de equipamentos de rede, desde roteadores e *switches* a controladores e *firewalls*. Manter a segurança e a confiabilidade dos *data centers* é essencial para proteger a continuidade operacional de uma empresa – é a capacidade de conduzir negócios sem interrupção. **(3)** Departamento de uma empresa que hospeda e mantém sistemas de TI de *back-end* (que contém regra ou direcionamento da programação) e armazenamentos de dados – seus mainframes, servidores e bancos de dados. Na época de grandes operações de TI centralizadas, esse departamento e todos os sistemas residiam em um único local físico, daí o nome *data center*. **(4)** Ver também: ISO/IEC 22237 –1:2021 – *Information Technology – Data centre facilities and infrastructure – Part 1 – General concepts* – Tecnologia da Informação – Facilidades e infraestrutura dos Centros de Processamento de Dados – Parte 1 – Conceitos gerais. (*DATA CENTER*). (177; 249).

CHAVE CRIPTOGRÁFICA. (1) Sequência de bits usada por um algoritmo criptográfico para transformar texto simples em texto cifrado ou vice-versa. Essa chave permanece privada e garante uma comunicação segura. **(2)** Uma chave criptográfica é a parte central das operações criptográficas. Em um esquema criptográfico adequadamente projetado, a segurança do esquema depende da segurança das chaves usadas. (*CRYPTOGRAPHIC KEY*). (163).

CHIEF ANALYTICS OFFICER. Diretor de análise. Executivo da organização responsável pela estratégia de dados, com foco específico em *data analytics*. Ele



determina estrategicamente como a análise deve ser feita-com relação às ferramentas e recursos usados em conjuntos de dados de valor. (126).

CIBERCULTURA. (1) Termo que combina as palavras cibernética e cultura, popularizado por Pierre Lévy. Advém de novos desenvolvimentos entre sociedade, política e economia no espaço virtual. **(2)** Conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), práticas, atitudes, modos de pensar e valores que se desenvolvem conjuntamente com o crescimento do ciberespaço. (CYBERCULTURE). (400, p. 17; 401).

CIBERESPAÇO. (1) Domínio global, dentro do *ambiente organizacional*, que consiste em uma rede interdependente de infraestruturas de sistemas informacionais que incluem a internet, redes de telecomunicações, sistemas computacionais, processadores embutidos e controladores. **(2)** O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, como também o universo de informações que ela abriga, bem como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. **(3)** Termo criado por William Gibson (1948) em seu conto *Burning Chrome* (1982), mais tarde popularizado em seu romance de ficção científica *Neuromancer*, de 1984. (CYBERSPACE). (400, p. 17).

CIBERNÉTICA. (1) Seu criador Norbert Wiener (1894-1964) foi quem a definiu em 1948, como a ciência que estuda os mecanismos de comunicação e controle nas máquinas e nos seres vivos. **(2)** conjunto sistematizado de ciência e técnica do funcionamento e do controle dos comandos eletromagnéticos e das transmissões eletrônicas de máquinas de calcular e de autômatos modernos. **(3)** Dos aspectos da cibernética, o avanço das comunicações é o mais claramente visível no cotidiano. A operação de todo dispositivo moderno de comunicações depende do processamento da informação e dos sinais: codificação, compressão, correção de erros, transformação de sinais em formas apropriadas para uso dos diversos meios de transmissão possíveis, e operações conhecidas como multiplexação e modulação, que permitem o compartilhamento de um canal de transmissão por muitos usuários simultaneamente. **(4)** A teoria da cibernética de Wiener já foi considerada como uma “superciência”, a “ciência das ciências”, que estimulou pesquisas em muitas áreas dos sistemas de controle e sistemas que trabalham com informação. O ponto de partida para a aplicação da teoria cibernética nos diversos campos do conhecimento possibilita reduzir todo fenômeno ou processo estudado à informação ou a sua transmissão. (CYBERNETICS). (379).

CIBERSEGURANÇA. (1) Habilidade de proteger ou defender o uso do ciberespaço de ataques cibernéticos. **(2)** Prevenção de danos, proteção e restauração de computadores, sistemas de comunicação eletrônica, serviços de comunicação eletrônica, comunicação por fio e comunicação eletrônica, incluindo a informação neles contidas. A cibersegurança deve assegurar a sua disponibilidade, integridade, autenticidade, confidencialidade e não reprodução. (CYBER SECURITY). (166; 607).

CICLO DA GESTÃO DO CONHECIMENTO. Tem como componentes 5 etapas: aprendizado, cognição, raciocínio, comunicação e memória organizacional, perfazendo um ciclo contínuo e integrado. As práticas de Gestão do Conhecimento realizadas no *ambiente organizacional*, através de diversos processos, favorecem a

existência da Inteligência Organizacional, fazendo com que o ciclo e as interrelações ocorram de forma constante. (*KNOWLEDGE MANAGEMENT CYCLE*). (425).

CICLO DA INTELIGÊNCIA COMPETITIVA. Seis etapas compõem o processo de IC: i) Identificação das necessidades de informação; ii) Elaboração do planejamento; iii) Coleta das informações; iv) Análise das informações disponíveis; v) Disseminação das informações às partes interessadas e; vi) Avaliação. Entende-se ainda como fatores integrantes para o sucesso da IC, a necessidade de os gestores compreenderem os desafios que impactam o cenário, advindos das políticas, de economia, sociedade e tecnologia, enfim, o ambiente que envolve a organização. (*COMPETITIVE INTELLIGENCE CYCLE*). (611).

CICLO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO. Compreende as seguintes etapas: definição do negócio, propósitos do negócio, ramo do mercado em que a empresa atua ou irá atuar, os produtos oferecidos ao mercado e as necessidades dos clientes que se pretende atender. Segue-se o monitoramento ambiental, análise do ambiente operacional interno; projeção de cenários de atuação possível; definição de valores éticos que devem nortear a empresa; definição da missão e visão, bem como estabelecimento de estratégias, objetivos e metas organizacionais. (*STRATEGIC PLANNING CYCLE*). (450).

CIÊNCIA ABERTA. (1) Abrange o acesso irrestrito a artigos científicos, dados de pesquisa pública e pesquisa colaborativa habilitada por ferramentas e incentivos de TIC. A ampliação do acesso a publicações e dados científicos constitui o cerne da ciência aberta. Os resultados da pesquisa devem chegar às mãos do maior número possível de pessoas, e os benefícios potenciais devem ser disseminados o mais amplamente possível. **(2)** Caracteriza-se por meio da transparência na metodologia experimental e na observação e coleção de dados; disponibilidade pública e reusabilidade de dados científicos; acesso público e transparência da comunicação científica; utilização de ferramentas baseadas na *Web* para facilitar a colaboração científica. **(3)** Reforça a credibilidade da pesquisa científica testando a sua reprodutibilidade e replicabilidade de resultados. Pela reprodutibilidade levanta-se a questão: a partir do mesmo conjunto de dados pode outro pesquisador chegar aos mesmos resultados da pesquisa original? Pela replicabilidade pergunta-se, se os resultados do estudo podem ser repetidos com novos dados? (*OPEN SCIENCE*). (162; 283).

CIÊNCIA COGNITIVA. (1) Ramo da ciência em desenvolvimento, a qual envolve, dentre outros elementos, os usuários e os sistemas de recuperação da informação é ressaltado que a Ciência Cognitiva envolve questões que visam compreender o que é o conhecimento, como ele pode ser representado e utilizado de diferentes formas e para diferentes finalidades. Assim, o objeto de estudo da Ciência Cognitiva é a mente humana através das suas ideias, conceitos e conhecimentos, que se configuram como elementos associados à cognição. **(2)** Refere-se às atividades mentais envolvidas na aquisição, processamento, organização e uso do conhecimento. **(3)** Os processos principais envolvidos no termo “cognição” incluem: detectar, interpretar, classificar e registrar informação; avaliar ideias; inferir princípios e deduzir regras; imaginar possibilidades; gerar estratégias. No que



se refere às atividades prioritárias no processo da informação que apresentam interseções entre a Ciência da Informação e a Ciência Cognitiva estão as seguintes: a) *categorização*: processo cognitivo de organização de conceitos ou objetos da cognição (como coisas, fatos e fenômenos) mediante o reconhecimento das suas semelhanças e diferenças. Visa o agrupamento de entidades, propiciando a criação de um novo conhecimento; b) *recuperação da informação*: tarefa que contempla os aspectos intelectuais da representação da informação e a sua especificação para a busca, visando satisfazer uma necessidade informacional; c) *Interação homem-computador*: estudos associados à aplicação da computação na recuperação da informação, tendo como base o modelo da mente humana; d) *indexação*: atividade intelectual que visa a compreensão do conteúdo de um item informacional e sua representação por meio de termos/descriptores, a fim da recuperação, acesso e uso da informação. (*COGNITIVE SCIENCE*). (344, p. 80; 406; 441; 471; 485; 586, p. 89).

CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO. (1) Disciplina que investiga as propriedades e o comportamento da informação, as forças que governam o fluxo de informações e os meios de processamento para otimizar sua acessibilidade e usabilidade. Interessa-se pelo corpo de conhecimentos relacionados à criação, coleta, organização, armazenamento, recuperação, interpretação, transmissão, transformação e utilização da informação. Isto se aplica também à investigação da representação da informação em sistemas naturais e artificiais. **(2)** Disciplina que investiga as características da informação e a natureza dos processos de sua transferência. Inclui a coleta, combinação e avaliação da informação e a organização de sua disseminação através de aparatos intelectuais e tecnologias apropriadas. **(3)** Ciência que investiga as propriedades e o comportamento da informação, o fluxo da informação e seus meios de processamento, visando otimizar acessibilidade e usabilidade. Os processos incluem origem, disseminação, coleta, organização, recuperação, interpretação e uso da informação. A ciência da informação tem relações com a matemática, lógica, linguística, psicologia, tecnologia da computação, pesquisa operacional, artes gráficas, comunicações, biblioteconomia, administração entre outros. (*INFORMATION SCIENCE*). (72; 239; 256, p. 17).

CIÊNCIA DE DADOS. (1) Área multidisciplinar voltada para o estudo e a análise de dados econômicos, financeiros e sociais, estruturados ou não estruturados, que visa a extração de conhecimento, por meio da detecção de padrões e/ou obtenção de *insights* (percepções) para tomada de decisão. Abrange diversas disciplinas como ciência da computação, ciência da Informação, ciências cognitivas, além de áreas da matemática, da lógica, estatística e análise de redes complexas, entre outras. **(2)** Em Inteligência artificial (IA) aproxima as necessidades de negócios às técnicas computacionais, incorporando tecnologias que permitem manipular grandes volumes de dados. **(3)** Quanto às tecnologias empregadas em projetos de ciência de dados e de inteligência artificial, são exemplos os *big data*, *data lake*, *data analytics*, redes neurais e sistemas especialistas, entre outros. Como técnicas empregadas temos a Mineração de Dados, Análise Exploratória, Análise Semântica e de Similaridade Textual, Análise de redes Complexas, Aprendizado de Máquina, incluindo nesse caso as técnicas de *Machine Learning* e *Deep Learning*, além de

diversas técnicas para construção, seleção e escolha de modelos matemáticos e de algoritmos. (*DATA SCIENCE*). (255; 493).

CIÊNCIA DE REDES. (1) Estudo de redes complexas, como redes de telecomunicações, computadores, biológicas, cognitivas, semânticas e sociais. Leva em consideração elementos humanos, isto é, atores distintos, representados graficamente por nós ou vértices e a conexão entre os mesmos. **(2)** Área que abarca teorias e métodos, oriundos da teoria dos *grafos* da matemática, mecânica estatística física, da *mineração de dados* e da ciência computacional, da modelagem inferencial da estatística e da estrutura social da sociologia. **(3)** Estudo das representações nas redes física, biológica e sociais, no sentido de realizar modelos preditivos dos respectivos fenômenos. (*NETWORK SCIENCE*). (477).

CIÊNCIA DE SERVIÇOS. Ciência, gerenciamento e engenharia de serviços (SSME), ou simplesmente Ciência de Serviços, é uma expressão introduzido pela IBM, em 2005, para descrever a proposta de uma nova abordagem interdisciplinar para o estudo e inovação de sistemas de serviço. Surgiu como resposta ao rápido desenvolvimento de serviços em todo o mundo industrializado. Como proposta acadêmica inclui o estudo interdisciplinar de ciência da computação, pesquisa operacional, engenharia industrial, matemática, estratégia de negócios, ciências da gestão, teoria da decisão, ciências sociais e cognitivas, e ciências jurídicas. (*SERVICE SCIENCE* ou *SERVICE SCIENCE, MANAGEMENT AND ENGINEERING, SSME*). (770).

CIENTISTA DE DADOS. (1) Profissional que identifica questões relevantes, coleta dados de um grande número de diferentes fontes sobre essas questões, organiza a informação, traduz resultados em soluções, projeta cenários possíveis, por exemplo, sobre o impacto nos negócios e os comunica aos tomadores de decisão. **(2)** A ciência de dados combina vários campos, incluindo estatísticas, métodos científicos, inteligência artificial (IA) e análise de dados para extrair valor dos dados. Aqueles que praticam a ciência de dados são chamados de cientistas de dados e combinam uma variedade de habilidades para analisar dados de um grande número de fontes, tais como a *Web*, *smartphones*, clientes, sensores e outras. (*DATA SCIENTIST*). (284).

CIENTOMETRIA. (1) Estudo de aspectos quantitativos da ciência como uma disciplina ou atividade econômica. **(2)** Estudo da estrutura e propriedades da informação científica e as leis do processo de comunicação. (*SCIENTOMETRICS*). (4; 640, p. 1).

CIRCULARIDADE. Na teoria sistêmica o conceito de *circularidade*, também chamada de causalidade circular, bilateralidade ou não-unilateralidade, diz respeito à relação bilateral entre elementos, enquanto esta relação não for linear, obedecendo a uma sequência circular. (*CIRCULARITY*). (689).

CLUSTER. (Agrupamento ou agregação). **(1)** Em TI, pode designar um agregado de computadores, que utiliza um tipo especial de sistema operacional classificado como sistema distribuído. No contexto de *hardware* refere-se a um grupo de setores do disco. **(2)** Nas organizações pode significar concentrações geográficas de companhias e instituições inter-relacionadas num setor específico. **(3)** Na área de administração, cluster pode significar uma gama de empresas ou outras entidades importantes para a competição. Neste sentido pode ser aplicado a fornecedores de



insumos sofisticados, tais como componentes, maquinário, serviços ou fornecedores de infraestrutura especializada. Muitas vezes, também se estendem na cadeia produtiva até os consumidores, e lateralmente até manufaturas de produtos complementares abrangendo empresas com semelhantes habilidades, tecnologia, ou dos mesmos insumos. Aplica-se este conceito também a órgãos governamentais e outras instituições, tais como universidades, agências de padronização, *think tanks*, escolas técnicas, informação, pesquisa e suporte técnico. 4) Sistemas de recuperação de informação têm usado agrupamento de documentos (em *clusters*) para melhorar sua eficiência de resposta. Utilizam, por exemplo, a técnica de *mineração de dados*. (291, p. 337; 346, p. 144-145; 539, p. 78).

CLUSTER ANALYSIS. Técnica de classificação estatística, na qual um grupo de objetos ou pontos com características similares são agrupados teoricamente. Compreende o uso de algoritmos e métodos com a função de agrupar objetos de tipos semelhantes nas respectivas categorias. Seu objetivo é organizar determinados dados em estruturas significativas, de forma a possibilitar resultados sob forma de *insights*, pode ser considerada uma ferramenta de análise de dados exploratória. A análise de *clusters* é usada sobretudo para descobrir estruturas que se encontram nos dados, sem explicar necessariamente o porquê da existência dessas estruturas ou seus relacionamentos. (551).

CLUSTERING. Uma das técnicas frequentemente utilizadas para análise e exploração de dados não supervisionados. Tem sido aplicada no contexto de redes complexas, em diferentes temas, tais como análise do comportamento social, análise da estrutura física da internet, de páginas Web, problemas de epidemiologia e outros relacionados à bioinformática. Dentro da nomenclatura utilizada pelos pesquisadores de redes complexas, o *clustering* significa usualmente a detecção de comunidades. (438, p. 15).

COACHING. O termo vem do empréstimo da palavra inglesa *coach*, com significado em português, de treinador ou instrutor; por outro lado o verbo *to coach*, significa treinar, preparar ou instruir. Sua definição em português é o “processo de treinamento no trabalho”, que visa elevar o desempenho de um indivíduo, grupo ou empresa, aumentando significativamente os resultados positivos no desempenho profissional, utilizando-se metodologia, ferramentas e técnicas validadas e comprovadas desta área. (262; 610; 695; 736).

CÓDIGO DE ÉTICA. Declaração das expectativas da empresa em relação à conduta de seus executivos e demais funcionários, sem pretensão de solucionar eventuais dilemas éticos da organização. Propõe fornecer critérios e diretrizes para que as pessoas encontrem formas de caráter ético para se conduzir. Os *códigos de ética* pressupõem a formalização de algumas regras e ações esperadas. Por exemplo, a responsabilidade é uma questão intimamente ligada a muitos códigos de conduta. Cada organização tem seu sistema de valores, explícito ou não, visando uma homogeneidade na forma de conduzir questões específicas e relativas a seus grupos de interesse, os *stakeholders*. Uma empresa necessita desenvolver-se de tal forma que a conduta ética, os valores e convicções primários da organização, tornam-se parte da sua cultura. (*CODE OF ETHICS*). (31, p. 64-68).

CÓDIGO DE ÉTICA EM EMPRESAS. (1) O código de ética ou de compromisso social é um instrumento de realização da visão e missão da empresa, que orienta suas ações e explicita sua postura social a todos com quem mantém relações (*stakeholders*). Trata-se de compromisso social e comprometimento da alta gestão com sua disseminação e cumprimento, formando as bases de sustentação da empresa socialmente responsável. **(2)** Principal instrumento da empresa para divulgar os princípios e valores corporativos, bem como estabelecer diretrizes básicas relacionadas ao padrão de comprometimento de seus administradores, funcionários e de todos os públicos com os quais se relaciona, tais como, clientes, fornecedores e outros. **(3)** No Brasil, o Instituto ETHOS tem oferecido diretrizes para a formulação e implantação de códigos de ética de empresas. Oferece indicadores para o seu desenvolvimento, atualmente, chamados de “Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis”, entendendo por negócio sustentável e responsável, a atividade econômica orientada para a geração de valor econômico-financeiro, ético, social e ambiental. Seus resultados são compartilhados com os públicos afetados, sendo sua produção e comercialização organizadas de modo a reduzir continuamente o consumo de bens naturais e serviços ecossistêmicos. Visa dar competitividade e continuidade à própria atividade empresarial, mantendo o desenvolvimento sustentável da sociedade. (*CODE OF ETHICS*). (31, p. 64-68; 333; 409).

COEVOLUÇÃO (ORGANIZACIONAL). Conceito recente usado na teoria das organizações referente à complexidade (ambiental) e as novas formas organizacionais. O termo coevolução foi introduzido para descrever situações, em que o mesmo setor ou nicho não respondem só à influência do meio, mas também afetam o meio ao qual pertencem). A perspectiva coevolutiva é sugerida como resultado da união entre três aspectos: lógica gerencial, ambiente e efeitos institucionais. A lógica gerencial é definida como conjunto de crenças e valores de nível macro que influenciam fortemente a teoria e prática gerencial. No processo coevolutivo entre empresa e meio ambiente, não há uma delimitação entre ambiente interno e externo. O ambiente interno (microevolução), é representado pelos recursos institucionais, capacidades dinâmicas e competência existente na empresa, contribuindo para o processo coevolutivo através das variações peculiares da empresa. Enquanto no ambiente macro (externo), as variações industriais e geográficas são responsáveis pelas novas lógicas gerenciais. Efeitos institucionais relacionam-se ao impacto econômico, social e ecológico da empresa sobre comunidade e sociedade. (*ORGANIZATIONAL COEVOLUTION*). (10, p. 38; 212; 400, p. 526; 402).

COGNIÇÃO GERENCIAL E ORGANIZACIONAL. (1) Na sigla inglesa MOC (*Managerial and Organizational Cognition*), trata-se de um novo campo de cognição gerencial e organizacional, ainda em desenvolvimento. **(2)** Esta abordagem centra-se no dilema das organizações que são desafiadas a enfrentar um alinhamento interno contínuo na organização e equipe, representada pela sua flexibilização, frente a mudanças externas descontínuas, que exigem adaptação, temendo que estas afetem diretamente práticas tradicionais de inovação e conhecimento adquirido na empresa e entre seus empregados, e sua percepção de valor. De fato, a adaptação e flexibilização, podem ter caráter disruptivo, constituindo fatores presentes na origem de novas formas organizacionais. (*MANAGERIAL AND ORGANIZATIONAL COGNITION*). (288; 373; 701).



COGNIÇÃO ORGANIZACIONAL. Refere-se à capacidade e às atividades de busca, coleta, análise, síntese e compreensão dos ambientes interno e externo da organização. (*ORGANIZATIONAL COGNITION*). (291 p. 337).

COMPARTILHAMENTO DO CONHECIMENTO. Refere-se ao processo de troca de conhecimento entre os atores organizacionais, sejam indivíduos, grupos, ou diferentes organizações. Está estritamente relacionado à transferência de conhecimentos por compartilhamento de um para outro ator, transferindo experiências, habilidades e conhecimento. (*KNOWLEDGE SHARING*). (27).

COMPETÊNCIA. (1) É o saber reconhecidamente responsável que compreende a mobilização de um conjunto de recursos próprios do indivíduo e também do meio no qual ele age ou trabalha. **(2)** A competência, envolve inteligência prática: conhecimentos tácitos individuais e coletivos e conhecimentos explícitos disponíveis em artefatos ou outras formas de armazenamento; habilidades individuais e coletivas, mobilização de atores, transformação e agregação de valor; além de comportamentos adaptativos (iniciativa, responsabilidade, compartilhamento etc. **(3)** Combinação sinérgica de conhecimentos, habilidades e atitudes, expressa pelo desempenho profissional em um determinado contexto organizacional. Essa combinação auxilia a organização a agregar valor econômico para si e social aos indivíduos **(4)** Vincula as dimensões cognitiva, afetiva e psicomotora, ou seja, conhecimentos, habilidades e atitudes necessários para obtenção de resultados (*COMPETENCE*). (78; 263; 273; 454).

COMPETÊNCIA BÁSICA. Representa os atributos necessários ao funcionamento da organização, que sejam distintivos em relação à concorrência. Constituem requisitos fundamentais para a atividade produtiva eficaz. (*BASIC COMPETENCE*). (142).

COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO (COINFO). (1) Processo contínuo de interação e internalização de fundamentos conceituais, de atitudes e de habilidades específicas como referenciais em relação à compreensão da informação e de sua abrangência. Objetiva buscar a fluência e capacidades necessárias à geração do conhecimento novo e sua aplicabilidade ao cotidiano das pessoas e das comunidades. **(2)** Conjunto de atitudes para localizar, manipular e utilizar a informação de modo eficaz para uma grande variedade de finalidades. Como tal, se trata de uma importante habilidade genérica que permite atingir com eficácia a tomada de decisão, solução de problemas ou investigação. **(3)** As organizações devem aprimorar a CoInfo nos seus profissionais, propiciando compreensão e domínio apropriado nos seguintes itens: a) Contexto ético, que implica em normas e código de comportamento dos profissionais; b) Ambiente legal, atuando desde a proteção de dados, como direitos à informação, privacidade, autoria, liberdade de informação, entre outros; c) Política de informação, na forma de regulamentação e disponibilização de elementos determinantes ou restritores do acesso à informação; d) Governança da informação, garantindo a execução de políticas, normas e estratégias para o uso da informação dentro de valores éticos e legais; e) Perspectiva da comunicação, acompanhando a dinâmica do fluxo da informação na organização e na sociedade. (*INFORMATION COMPETENCE*). (55, p. 38; 90, p. 290; 251).

COMPETÊNCIA ESPECÍFICA. Conjunto de habilidades, conhecimentos e atitudes vinculadas às atividades que o funcionário desempenha, incluindo a competência digital. (*SPECIFIC COMPETENCE*). (253; 388).

COMPETÊNCIA ESSENCIAL. (1) Representa atributos de caráter distintivo, ou seja, aspectos que diferenciam uma organização das demais, conferindo àquela certa vantagem competitiva sobre seus concorrentes. **(2)** Também é chamada de competência distintiva referente ao conjunto de habilidades e tecnologias que permitem a uma empresa oferecer determinado benefício a seus clientes. **(3)** Uma competências essencial pode ser considerada fonte de sustentabilidade e vantagem competitiva. (*CORE COMPETENCE*). (487; 548, p. 229; 717).

COMPETÊNCIA ESTRATÉGICA. (1) Capacita pessoas e organizações a tomar posição e mover-se em contexto altamente dinâmico, que coloca constantes desafios em ambientes turbulentos. **(2)** Habilidade da organização (ou de seus membros de adquirir, armazenar, recuperar, interpretar e agir sobre informações relevantes à sobrevivência e saúde da organização a longo prazo. **(3)** A meta da competência estratégica representa a confluência de características organizacionais e individuais, configuradas a capacitar a organização para detectar de forma proativa sinais fracos, que indicam a necessidade de mudar e agir, evitando perigos e inércia cognitiva. Estes sinais devem ser selecionados, filtrados, armazenados, recuperados e interpretados, de forma a capacitar indivíduos e grupos a responder apropriadamente a contingências prevaletentes. (*STRATEGIC COMPETENCE*). (297).

COMPETÊNCIA GENÉRICA. Característica desejada de todos os empregados. (*GENERIC COMPETENCE*). (253).

COMPETÊNCIA GERENCIAL. Comportamentos desejável dos que exercem funções de direção, constituem as competências gerenciais. Trata-se de comportamento esperado daqueles que exercem cargos ou funções de supervisão ou direção. (*MANAGEMENT COMPETENCE*). (65; 142).

COMPETÊNCIA HUMANA NO TRABALHO. (1) Refere-se a recursos ou atributos do indivíduo, tradicionalmente denominados conhecimentos, habilidades e atitudes, que representam as dimensões cognitiva, psicomotora e afetiva do trabalho. **(2)** É influenciada por variáveis ou processos que se manifestam em diferentes níveis da organização (estilo gerencial do líder, treinamento e apoio material oferecido ao empregado, cultura, clima, estrutura e estratégia organizacional, entre outros). (*HUMAN COMPETENCE AT WORK*). (79; 109; 222).

COMPETÊNCIA INFOCOMUNICACIONAL. (1) Refere-se à convergência entre competência em informação e competências em comunicação. **(2)** A competência em informação envolve alguns elementos fundamentais: saber quando e como acessá-la, possuir capacidade cognitiva para compreendê-la, analisá-la e sintetizá-la, empregar critérios para avaliá-la e usá-la para resolver um problema, para conectar com outras informações ou para gerar conhecimento. A competência em comunicação refere-se à capacidade de estabelecer interação com outras pessoas ou grupos, trocar, criticar e apresentar as informações e ideias de



forma a atingir uma audiência e com ela manter uma relação bilateral. (*INFO-COMMUNICATIONAL COMPETENCE*). (71).

COMPETÊNCIA INFORMACIONAL. (1) Conjunto das competências profissionais, organizacionais e competências-chave, ligadas ao perfil de um profissional da informação ou de uma atividade baseada intensivamente em informação. Este tipo de competência pode ser expressa pela expertise em lidar com o ciclo informacional, as tecnologias da informação e os contextos informacionais. **(2)** A competência informacional, mobilizada em situações de trabalho, pode ser vista como um dos requisitos do perfil profissional necessário para trabalhar com informação, não importando o tipo de profissional ou de atividade. **(3)** Essa competência perpassa processos de negócio, processos gerenciais e processos técnicos diversos, em diferentes partes de uma mesma organização ou atividade. É desejável que as competências informacionais estejam presentes nos mais variados profissionais, atividades e organizações. **(4)** Em uma perspectiva crítica, a competência informacional pode ser entendida como “arte”, que vai desde saber como usar os computadores, mídia, e acessar a informação até a reflexão crítica sobre a natureza da informação em si, sua infraestrutura técnica, e seu contexto e impacto social. (*INFORMATION COMPETENCE*). (37; 72; 268; 456; 700).

COMPETÊNCIA ORGANIZACIONAL. (1) Capacidade de combinar, misturar e integrar recursos em produtos e serviços. A competitividade de uma organização pode ser determinada pela inter-relação dinâmica entre as competências organizacionais e a estratégia competitiva. **(2)** Tem suas raízes na abordagem da organização como um portfólio de recursos (*resource based view of the firm*). Tais recursos de empresas apresentam um portfólio: físico (infraestrutura), financeiro, intangível (marca, imagem, entre outros), organizacional (sistemas administrativos, cultura organizacional) e recursos humanos. Com esses componentes o portfólio estabelece vantagens competitivas. Assim, a definição das estratégias competitivas pode iniciar-se com um entendimento significativo das possibilidades estratégicas dadas por esses recursos. (*ORGANIZATIONAL COMPETENCE*). (254; 263; 548).

COMPETÊNCIA SEGUNDO ABORDAGEM HOLÍSTICA. Combina os conceitos referentes à capacidade de realizar-se um trabalho a partir de determinado contexto. Inclui conhecimentos, habilidades e atitudes e a demonstração prática por meio de resultados. (*COMPETENCE UNDER HOLISTIC APPROACH*). (459).

COMPETÊNCIA TÉCNICA. Trata-se de competências relevantes para quem desempenha determinadas atividades técnicas, de assessoramento ou operacionais, sem o exercício formal da liderança. (*TECHNICAL COMPETENCE*). (142).

COMPETITIVIDADE. Capacidade da empresa de formular e implementar estratégias concorrenciais que lhe permitam conservar uma posição sustentável no mercado. (*COMPETITIVENESS*). (157, p. 18).

COMPLEXIDADE ORGANIZACIONAL. (1) Função organizacional relacionada à quantidade de fontes de informação, quantidade de elementos de negócios que se necessita coordenar, e o número e tipo de relações necessários para manter estes elementos interligados. **(2)** Soma da variedade ou diferenciação nos pro-

cessos, tecnologias básicas, clientes e mercados, produtos e linhas de produtos, redes de distribuição, fornecedores ou capilaridade geográfica organizacional. (*ORGANISATIONAL COMPLEXITY*). (212; 307. p. 126).

COMPLIANCE. (1) O termo *compliance* (observância, cumprimento, tem origem no verbo inglês *to comply*) que significa obedecer a uma norma, diretriz, um comando, ou um regulamento em conformidade com determinadas leis e regras. **(2)** Recentemente a temática de *compliance* entrou de forma definitiva na agenda de empresas brasileiras, seguindo o exemplo da boa “governança”, que requer conduta transparente e ética. **(3)** O Banco Central do Brasil dá como seu equivalente em português, o termo ‘conformidade’. (43).

COMPLIANCE CORPORATIVO. (1) Conjunto de procedimentos e regras implementados nas organizações que visam a garantir a conformidade das atividades do negócio com a legislação vigente, normas internas e modelos éticos exigidos pelo mercado. **(2)** No âmbito corporativo, uma organização “em *compliance*” é aquela que, cumpre e observa rigorosamente a legislação submetendo-se a aplicar princípios éticos na sua tomada de decisão, preservando ileso sua integridade e resiliência. Busca, em suma, mitigar o risco atrelado à reputação e ao regulatório legal. **(3)** A *compliance* tem função de monitorar e assegurar que todos os envolvidos com uma empresa estejam de acordo com as práticas de conduta da mesma. Essas práticas devem ser orientadas pelo código de conduta e pelas políticas da companhia, voltadas especialmente para combater a corrupção. (*CORPORATE COMPLIANCE*). (143; 420).

COMPORTEAMENTO ADAPTATIVO. Inicia um novo ciclo de aprendizado, a partir do momento em que a organização toma decisões e escolhe ações que geram efeitos e resultados. Existem realimentações no ciclo pela modificação de estratégias de sensoriamento (ajuste de critérios de seleção e amostragem) e pela modificação de estruturas e regras na memória (mudança das crenças existentes, inclusão de novas regras) (*ADAPTIVE BEHAVIOR*). (328, p. 6; 461).

COMPORTEAMENTO DO CONSUMIDOR (ESTUDO DO). Estudo dos processos quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam ou descartam produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer necessidades e desejos. Busca compreender o processo de tomada de decisão do comprador ou usuário. (*CONSUMER BEHAVIOR*). (618, p. 27). Ver **ANÁLISE DO COMPORTEAMENTO DO USUÁRIO**.

COMPORTEAMENTO INFORMACIONAL. (1) Atividade pela qual o indivíduo consegue identificar suas reais necessidades de informação e busca satisfazê-las por meio da percepção, selecionando a informação mais adequada para seu uso. **(2)** Processo no qual a informação é percebida como uma construção social, criada pela interação de indivíduos e mensagens, dentro de contextos organizacionais e sociais diversos. **(3)** Existe estreita correspondência entre a estrutura cognitiva de uma pessoa, com a estruturação dos problemas que deve resolver; com a complexidade das tarefas que executa; a definição dos tipos de informação úteis; e dos critérios de relevância dos documentos. Estudos cognitivos particulares levam à adoção de tipos particulares de estratégias de processamento de informação. **(4)** O comportamento informacional é determinado pela percepção de lacunas



no conhecimento e pela capacidade de dar sentido a problemas ou tarefas; por fatores emocionais inerentes à incerteza, nível de *stress* e dificuldade ao perceber essas lacunas. Além destes é determinado por fatores situacionais em contextos e experiências específicas como clareza e consenso quanto aos objetivos, restrição de recursos, magnitude de riscos, formas de controle, normas profissionais e sociais, tempo disponível etc. (*INFORMATION BEHAVIOR*). (129; 133; 682; 731; 733; 734).

COMPUTAÇÃO COGNITIVA. (1) Uso de modelos computadorizados para simular os processos do pensamento humano, em especial, diante de situações complexas, onde as respostas podem ser ambíguas e incertas. A expressão está intimamente associada ao sistema de computador cognitivo da IBM, Watson. **(2)** A computação cognitiva se sobrepõe à inteligência artificial (IA). Envolve muitas das mesmas tecnologias subjacentes para alimentar aplicativos cognitivos, incluindo sistemas especialistas, redes neurais, robótica e realidade virtual (VR). **(3)** Os sistemas de computação cognitiva podem sintetizar dados de várias fontes de informação, enquanto avaliam contexto e evidências conflitantes para sugerir as melhores respostas possíveis. Para conseguir isso, os sistemas cognitivos incluem tecnologias de autoaprendizagem que usam mineração de dados, reconhecimento de padrões e processamento de linguagem natural (PNL), imitando a maneira suposta como o cérebro humano funciona. (*COGNITIVE COMPUTING*). (328, p. 6).

COMPUTAÇÃO EM NUVEM. (1) A tecnologia da quarta revolução industrial é um modelo que possibilita o acesso, de modo conveniente e sob demanda, a um conjunto de recursos computacionais configuráveis (como redes, servidores, infraestrutura de armazenamento, aplicações e serviços). **(2)** Entrega da computação como um serviço ao invés de um produto, onde recursos compartilhados, *software* e informações são fornecidas, permitindo o acesso através de qualquer computador, *tablet* ou celular conectado à Internet **(3)** Exemplos de *cloud computing* são os serviços de *Dropbox*, *Google Music*, *Cloud* e *Google Docs*, onde os usuários podem criar e editar documentos online, sincronizar músicas e arquivos, ao mesmo tempo. Para usar o serviço, basta abrir o navegador de internet e acessar o endereço dos serviços escolhidos. **(4)** Ver também: ABNT NBR ISO/IEC 17788:2015, que fornece uma visão geral sobre a computação em nuvem, assim como um conjunto de termos e definições sobre o tema. (*CLOUD COMPUTING*). (438).

COMPUTAÇÃO EM NUVEM PÚBLICA. (1) Computação na qual recursos escalonáveis e elásticos, habilitados para tecnologia de informação (TI), são fornecidos como serviço para clientes externos usando tecnologias de Internet **(2)** O uso de serviços de nuvem pública geram economias de escala e compartilhamento de recursos que podem reduzir custos e aumentar as opções de tecnologias. **(3)** Da perspectiva de uma organização governamental, o uso de serviços de nuvem pública implicam em que qualquer organização (em qualquer setor da indústria e jurisdição) pode usar o mesmos serviços (por exemplo, infraestrutura, plataforma ou *software*), sem garantias sobre onde os dados seriam localizados e armazenados. (*PUBLIC CLOUD COMPUTING*). (556).

COMPUTAÇÃO QUÂNTICA. (1) Computadores quânticos, operam basicamente, a partir de regras relacionadas com a chamada incerteza quântica. Quando se

atinge o nível de uma única partícula, nada é absoluto (o elétron pode ser girado de uma maneira ou outra, mas uma mistura de *spins* (giros) também pode estar presente). **(2)** Em computadores quânticos, a unidade básica de informação é a de bits quânticos (*qubits*). *Qubits* podem ter valores de 0 ou 1 bem como bits regulares (números binários). A diferença é que os *qubits* podem ter ao mesmo tempo valores 0 e 1. Nesta propriedade particular está todo o poder computacional dos computadores quânticos. **(3)** O potencial quântico marca o surgimento de um novo paradigma de computação, que pode ter um impacto crucial na sociedade, dentre suas aplicações estão: projetar novos materiais, afetar as formas de produção como a tecnologia 3D e colaborar para o desenvolvimento de *machine learning* (aprendizado de máquina). **(4)** Sabe-se que esses supercomputadores são capazes de quebrar alguns dos códigos de *criptografia de dados*, utilizados por empresas para proteger contas online e dados bancários, por exemplo. No entanto, já existe um movimento de migração para os chamados sistemas pós-quânticos, que são resistentes à quebra de criptografia por computadores quânticos. (*QUANTUM COMPUTING*). (115).

COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA. (1) Está orientada para a ação e obtenção de resultados, na medida em que o principal objetivo é conseguir transmitir comunicação com significado e com poder simbólico no sentido de gerar ação. Com outras palavras, pretende-se mobilizar comportamentos e atitudes, através do uso das palavras certas, no momento certo, para as pessoas certas. A dificuldade, muitas vezes reside, em encontrar o equilíbrio destes fatores. **-(2)** Inscrita dentro de uma lógica de ação e resultado é organizada em torno de três modalidades: a) Modalidade simbólica: estratégias de comunicação que requerem uma resposta do destinatário, em termos também simbólicos; b) Método efetivo: liminar, convocando o destinatário a agir ou se posicionar na realidade de uma situação; c) Modalidade imaginária: sedução, convocando o destinatário a fazer um investimento imaginário no enunciador ou no que ele representa. (*STRATEGIC COMMUNICATION*). (26).

COMUNICAÇÃO FACE A FACE. É uma maneira de comunicar-se permitindo mais flexibilidade de formato; uso de canais não verbais simultâneos; maior interatividade (*feedback* imediato e constante); e ainda resolução mais fácil das ambiguidades. Certos tipos de comunicação, como este, parecem ter maior “riqueza informacional”. (*FACE TO FACE COMMUNICATION*). (39, p. 160; 167, p. 174).

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL. (1) Comunicação que ocorre dentro da organização e com seus relacionamentos externos. Inclui a comunicação institucional interna e externa, a comunicação para a tomada de decisão, a comunicação com o mercado, e a comunicação com os seus diversos *stakeholders*. A comunicação interna visa contribuir para o desenvolvimento e manutenção de um clima positivo, propício ao cumprimento das metas estratégicas da organização, ao crescimento continuado de suas atividades e serviços e à expansão de suas linhas de produtos. A comunicação para a tomada de decisão, por sua vez, é um processo de dupla direção: envolve tanto a transmissão ao centro decisório de informações, de ordens e aconselhamento, como a transmissão das decisões tomadas por esse centro para os demais departamentos da organização. A comunicação institucional, de certa forma se funde também com a comunicação



com o mercado, inclui relações públicas, jornalismo profissional, assessoria de imprensa, editoração multimídia, imagem corporativa, propaganda institucional, bem como marketing social e cultural. No aspecto mais restrito de marketing a comunicação organizacional considera a propaganda de produtos e serviços, promoção de vendas, feiras, *marketing direto*, *marketing pessoal*, e outros. **(2)** No que tange aos *stakeholders* uma boa comunicação com as partes interessadas garante o bom desempenho e desenvolvimento da organização, conferindo-lhe legitimidade. O bom conhecimento e a opinião positiva dos *stakeholders* pode influir diretamente na qualidade dos produtos e serviços ofertados, o que, em última instância fortalecerá a credibilidade dos mesmos, auxiliando na manutenção de uma imagem positiva da empresa perante o mercado. (*ORGANIZATIONAL COMMUNICATION*). (380, p. 151; 612, p. 162; 654; 662, p. 54). Ver **MAPEAMENTO DE STAKEHOLDERS. STAKEHOLDER**.

COMUNIDADE DE PRÁTICA (COP). **(1)** Grupo de pessoas que compartilham de um problema, aprendendo como resolvê-lo do melhor modo, a partir de uma interação regular. **(2)** Pessoas que aprendem e constroem a gestão do conhecimento de forma coletiva. **(3)** Tem como finalidade contribuir para a resolução de problemas por meio da reutilização de práticas; desenvolver competências; aperfeiçoar esforços e recursos; estimular a cultura de compartilhamento de informações; facilitar a criação de conhecimento novo. Requer-se reter a memória técnica e trazer visibilidade profissional. (*COMMUNITY OF PRACTICE*). (721).

COMUNIDADES ONLINE FOCADAS. **(1)** Pessoas engajadas em comunidades com interesses e necessidades comuns, seja de cunho profissional ou de lazer, mediadas por computador. **(2)** Condução de grupos focais utilizando meio computacional, tornou-se um método eficiente de obter dados, trazer benefícios com baixo custo, não incluindo despesas de traslado, é possível capturar automaticamente os dados em discussão, propiciando alcançar populações em lugares remotos. (*FOCAL COMMUNITIES ONLINE*). (671).

CONHECIMENTO (HUMANO). **(1)** Conjunto de saberes baseado na informação que se torna justificado, verdadeiro e confiável, assumindo caráter cumulativo. Compõe-se de duas vertentes: a primeira é a tácita, própria do indivíduo e, portanto, subjetiva; a segunda é a explícita, externa ao indivíduo, também denominada conhecimento objetivo (ou objetivado). **(2)** É a capacidade do indivíduo de estabelecer distinções quando da avaliação de conteúdos, teoria ou ambos. **(3)** Informações que foram analisadas e avaliadas sobre a sua confiabilidade, relevância e importância. O conhecimento é obtido a partir da interpretação e integração de vários dados e informações, quando da construção de um quadro de situação. **(4)** Ação efetiva, que permite a continuidade da existência do ser vivo em um determinado ambiente, na medida que ele constrói o mundo e é por ele construído. A pedra angular de sua cognição é a capacidade de obter significados e regularidades de seu entorno. A informação surge como uma ordem emergente das próprias atividades cognitivas, da capacidade de colocar questões pertinentes que surgem a cada momento da vida. Todo o conhecimento é uma resposta a uma questão. (*HUMAN KNOWLEGE*). (391; 452, p. 12; 461; 668; 615; 688).

CONHECIMENTO COMPARTILHADO. O conhecimento compartilhado constitui, atualmente, o cerne do desenvolvimento dos processos empresariais, sendo em grande parte responsável pela geração de diferenciais competitivos, nas organizações que buscam no capital intelectual as inovações capazes de agregar valor. (*SHARED KNOWLEDGE*). (574).

CONHECIMENTO CULTURAL. Consiste em pressupostos e crenças compartilhadas sobre a identidade, metas, capacidades, usuários e competição de uma organização. São pressupostos e crenças utilizados para agregar valor e significado à informação nova. (*CULTURAL KNOWLEDGE*). (134, p. 135).

CONHECIMENTO DE DOMÍNIO. Conhecimento de uma disciplina ou campo especializado, em contraste com o conhecimento geral ou conhecimento independente do domínio. (*DOMAIN KNOWLEDGE*). (216).

CONHECIMENTO ESTRATÉGICO. Conhecimento organizacional que compreende saberes relacionados ao planejamento, descrição, impacto, predição, avaliação e geração de estratégias. No conhecimento estratégico se distinguem a vertente explícita, isto é, informações estratégicas e de acompanhamento; e a tácita, ou seja, o conhecimento acumulado por estrategistas e decisores nos processos de formulação e decisões estratégicas. (*STRATEGIC KNOWLEDGE*). (452, p. 18).

CONHECIMENTO EXPLÍCITO. (1) Conhecimento expresso em palavras e números, podendo ser facilmente compartilhado em forma de dados objetivos, fórmulas científicas, procedimentos codificados ou princípios universais. **(2)** Este tipo de conhecimento pode ser codificado em um sistema de representação, tal como na linguagem natural. Desta forma é facilmente transmissível ou comunicável, sendo de acesso direto para outros indivíduos. (*EXPLICIT KNOWLEDGE*). (490; 491).

CONHECIMENTO EXTERNO. Aquele utilizado por uma organização para relacionar-se com outras organizações. Este tipo de conhecimento é contido nos informes publicados sobre a organização, por exemplo, na Internet (*EXTERNAL ORGANIZATIONAL KNOWLEDGE*). (520).

CONHECIMENTO INDIVIDUAL. O conhecimento individual refere-se àquele conhecimento de um membro de uma organização, seja ele tácito ou explícito. Habilidades individuais, contatos, relações pessoais e conhecimentos técnicos de uma pessoa podem ser identificados como parte desse conhecimento. (*INDIVIDUAL KNOWLEDGE*). (520).

CONHECIMENTO INTERNO. Conhecimento considerado crítico para o correto funcionamento de uma organização, sem o qual o funcionamento da mesma seria impossível. No caso de um laboratório farmacêutico, onde se desenvolvem vacinas contra enfermidades tropicais, enquanto organização, o conhecimento dos químicos desse laboratório, das patentes por eles desenvolvidas, são exemplos de conhecimento interno dessa organização. (*INTERNAL ORGANIZATIONAL KNOWLEDGE*). (520).

CONHECIMENTO ORGANIZACIONAL. (1) Conjunto de experiências estruturadas, valores, informações e o “saber fazer”, que ajudam na inclusão de novas experiências e informações. Estas vão crescendo na medida em que uma organização



interage com seu entorno de ação. Nas empresas, encontra-se presente em documentos, bases de dados, rotinas, processos, práticas e normas organizacionais. **(2)** Consiste em ativos de conhecimentos individuais e coletivos da organização para realizar suas tarefas, e desenvolver seu conhecimento. **(3)** Mistura fluída de experiências condensada, valores, informação contextual e insight experimentado, constituindo uma estrutura para a avaliação e incorporação de novas experiências e informações. Nas organizações, esse tipo de conhecimento costuma estar embutido em documentos ou repositórios, bem como em rotinas, processos, práticas e normas organizacionais, propriedade intelectual e patentes. (*ORGANIZATIONAL KNOWLEDGE*). (184; 185; 221; 553).

CONHECIMENTO TÁCITO. (1) Conhecimento altamente personalizado, difícil de ser formalizado, o que dificulta sua comunicação e compartilhamento com outros. Percepções (*Insights*) subjetivas e intuição se enquadram nesta categoria. Nos indivíduos está profundamente enraizado na sua ação e experiência, assim como nos seus ideais, valores e emoções **(2)** Tipo de conhecimento baseado na experiência pessoal e, em muitos casos, identificado com as habilidades do indivíduo. (*TACIT KNOWLEDGE*). (490, p. 8; 520; 703).

CONHECIMENTO ÚTIL. Reagrupamento de várias informações por analistas sobre como gerar o conhecimento útil para tomada de decisão, permitindo criar inteligência, ao ser inserido em um contexto global. (*USEFUL KNOWLEDGE*). (558, p. 81).

CONVERSÃO DO CONHECIMENTO. Pode ser caracterizado como uma espiral que inclui a socialização, externalização, combinação e internalização do conhecimento. (*KNOWLEDGE CONVERSION*). (491).

COOKIES. Pequenos arquivos auxiliares, oferecidos pelo site, para tornar a navegação e seus resultados mais eficientes para o usuário. Em geral, os sites solicitam previamente a permissão do usuário, que poderá eliminá-los após o uso. (346, p. 108-109; 152).

COOPETIÇÃO. (1) Conceito aplicado quando duas ou mais empresas concorrentes, se aliam temporariamente, em busca de sinergia da qual resultem vantagens competitivas de mercado para elas. **(2)** Trata-se de uma estratégia oriunda da teoria dos jogos cooperativos, cujo modelo estatístico considera como a forma de sinergia entre competidores pode ser criada. **(3)** O termo surgiu da mescla de “cooperação” e “competição”. (*COOPETITION*). (152; 476).

CORPORAÇÃO VIRTUAL. Tipo de organização na rede (não física). Algumas de suas características são: capacidade de entregar rápida e globalmente, grande variedade de produtos sob medida; envolvimento de clientes e fornecedores no desenvolvimento de produtos (engenharia simultânea); sistema de informação integrado à rede de clientes e fornecedores, capacidade de operar em *networking*; passível de contínua transmutação, permitindo ambientes virtuais de trabalho (teletrabalho). (*VIRTUAL CORPORATION*). (187).

COWORKING. (1) Nova forma de pensar o ambiente de trabalho, seguindo tendências do *freelancing* e das *start-ups*, os *coworkings* reúnem grande número de pessoas, com a finalidade de trabalhar em um mesmo ambiente. **(2)** Espaço

onde várias empresas ou *freelancers* compartilham o mesmo ambiente de trabalho (e ideias), dividindo entre si as despesas gerais e os locais de área comum. **(3)** Local, onde é possível trocar experiências com outros profissionais de áreas de atuação e de empresas diferentes, resultando na prática uma rede de trabalho virtual (*networking*). (80; 494).

CRACKING. CRAKEAMENTO. Entrada ilegal em um programa protegido, “quebrando” sua proteção, para ter acesso ao mesmo. (358).

CRACKER. Usuário malicioso (tipo de *hacker*) com o objetivo de roubar dados e informações. Busca, muitas vezes, benefícios próprios ou apenas semear o caos (111, p. 99).

CREATIVE COMMONS. Projeto concebido nos Estados Unidos, com o objetivo principal de fornecer instrumentos legais padronizados para facilitar a circulação e o acesso a obras intelectuais, tanto na Internet quanto fora dela. O Brasil aderiu à iniciativa pioneiramente, tendo sido o terceiro país a adotar este tipo de licenças. Esta funciona como fonte de instrumentos jurídicos, para os que concordam em renunciar a direitos seus em favor da coletividade; é muito usado na difusão de obras culturais (75, p. 19-20).

CRIAÇÃO DE INTELIGÊNCIA. (1) Sistema de monitoramento para a aquisição de dados, visando o aperfeiçoamento de ações ofensivas ou defensivas de uma empresa. **(2)** Rede de inteligência permitindo intercâmbio de informações entre organizações, no tocante ao ambiente externo à sua estrutura, a fim de permitir uma política mais proativa de competitividade. **(3)** Sistema de inteligência (competitiva) para organizar a coleta de dados e informações, e processar seu tratamento e análise. Visa obter um grupo de informações de forte valor agregado, que permitam à empresa dispor de um recurso estratégico. (*CREATION OF INTELLIGENCE*). (557, p. 79)

CRIME CIBERNÉTICO. Também chamado de crime computacional refere-se a conduta ilegal executada com o auxílio de qualquer dispositivo de computação ou outras formas de TICS. De um lado o computador pode tornar-se o objeto do crime, quando afetado em seu hardware ou *software* de forma proposital. Por outro lado o computador torna-se o sujeito do crime, quando usado como um ‘instrumento’ para crimes tradicionais como fraude, roubo, extorsão, *malware*, roubo de identidade, pornografia e outros, com possibilidades de ocorrência em crimes transnacionais. (*CYBERCRIME*).

CRIOGRAFIA DE DADOS. Conversão de um arquivo para um código secreto, com propósito de segurança, evitando que as informações nele contidas sejam decodificadas indevidamente. (*DATA ENCRYPTION*). (81).

CRIPOMOEDAS. As chamadas “moedas virtuais” ou “criptográficas” são representações digitais de valor, que não foram emitidas por Banco Central ou outra autoridade monetária. Seu valor decorre da confiança depositada nas suas regras de funcionamento e na cadeia de participantes. (*CRYPTO OU CRYPTOCURRENCY*). (42).

CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT). (1) A gestão de relacionamento com o cliente é uma abordagem que coloca o cliente no centro dos



processos do negócio, sendo desenhada para antecipar suas necessidades atuais e potenciais. **(2)** Trata-se de uma estratégia de negócio, implica numa filosofia estratégica de negócios, apoiada em plataforma tecnológica, com regras próprias, bem como características processuais e sociais. Por meio dela pretende-se engajar os clientes como colaboradores da empresa, de modo a prover valor e benefício mútuos num ambiente de negócios confiável e transparente. (298; 511).

CROWDSOURCING. Termo composto pelos termos ingleses *crowd* (multidão) e *outsourcing* (terceirização). Trata-se de contribuição ou colaboração coletiva. Este conceito surgiu com a *internet 2.0*, trata-se de modalidade aberta de trabalho conjunto colaborativo e voluntário de um grande número de pessoas, que não fazem parte de uma entidade ou instituição. Seu objetivo é unir conhecimento sobre determinado assunto para criar conteúdo, solucionar problemas ou desenvolver novas tecnologias. (325).

CULTURA. (1) No presente contexto, trata-se de uso e transmissão de informação coletiva; **(2)** Tem forte impacto nas organizações, já que influi sobre a comunicação, liderança, gestão de equipes, seleção e formação e, inevitavelmente, sobre a própria cultura organizacional. (*CULTURE*). (620).

CULTURA CORPORATIVA OU ORGANIZACIONAL. (1) Conjunto de valores, crenças e relacionamentos entre indivíduo em suas funções, dentro de uma organização, que guiam suas decisões, visando atingir seus objetivos. Resulta num comportamento apreendido dentro do grupo sendo transferido entre indivíduos através do tempo. **(2)** Conjunto de valores, normas, crenças, pressupostos e conhecimentos compartilhados pelos membros de uma organização, construindo uma identidade entre seus membros, ordenando e atribuindo significados e direcionando o comportamento. **(3)** Essência da organização, modelada por fatores internos, tais como a sua história, práticas, processos e fatores externos, referentes ao ambiente em que está inserida. **(4)** Interação contínua e dinâmica entre suposições básicas, valores e artefatos. (*CORPORATE CULTURE*). (138; 450; 551; 593).

CULTURA DIGITAL. Cultura da informação, do conhecimento, de fluxos e criações, cada vez mais interligada às inovações tecnológicas. Afirma-se, cada vez mais, como *modus vivendi* de grande parte da população global. Sem constituir apenas um conjunto de técnicas socialmente incorporadas, trata-se de uma nova ordem, fluida e veloz, que estabelece novas fronteiras nos planos econômico, político, cultural e humano. (*DIGITAL CULTURE*). (681).

CULTURA INFORMACIONAL. Dinâmica da configuração social e política de uma determinada sociedade, organizada por valores, ideologias e desenvolvimento científico, tecnológico e comunicacional, alcançado em determinado período histórico. (*INFORMATIONAL CULTURE*). (634, p. 166).

CULTURAL INFORMACIONAL da ORGANIZAÇÃO. Entendida como única à cada organização, é a soma de comportamentos socialmente compartilhados, normas e valores que definem o significado e uso da informação numa organização. Nas organizações voltadas para o conhecimento, a informação cultural está relacionada à sua efetividade. (*CULTURAL ORGANIZATIONAL INFORMATION*). (130; 133, 134).

CURADORIA DIGITAL. (1) Todas as atividades necessárias à gestão de dados, a partir do planejamento da sua criação, quando os sistemas são projetados, passando pelas boas práticas na digitação e seleção dos formatos e documentação. **(2)** A curadoria digital deve estar disponível quando for necessária. Ela também inclui a gestão de grandes conjuntos de dados para uso diário. **(3)** São especialidades de curadoria digital: a curadoria de conteúdo, que utiliza ferramentas como o *Twitter* - a informação em tempo real; *Paper.li* - jornal personalizado online agregador de conteúdo; *Storify* - mural de histórias de redes sociais; *Pinterest* - lista de interesse de produtos visuais; *Spotify* - *streaming* de música, através de listas personalizadas. **(3)** A curadoria digital implica em coleta de ativos digitais; fornecimento de busca e recuperação de ativos digitais; certificação de confiabilidade e integridade do conteúdo; continuidade e comparabilidade semântica e ontológica do conteúdo. (*DIGITAL CURATION*). (592).

◇ D

DADO. (1) Termo geral usado para informações codificadas, quantitativa ou numericamente, armazenadas em bancos de dados. **(2)** Deve-se distinguir entre dado e informação, que não são conceitos intercambiáveis. O termo *dado* é distinguido do termo *informação*, quando se refere a fatos simples, brutos. Por outro lado, refere-se à informação, ao tratar-se de dados colocados em contexto ou dados que foram processados. **(3)** O termo dado pode referir-se à Informação desestruturada. Através do processo de estruturação agrega-se valor aos dados, transformando-os em informações. (*DATA*). (174; 346, p. 120).

DADO DIGITAL. Dados ou formato digital, que representam outras formas de dados, usando sistemas de linguagem de máquina específicos, que podem ser interpretados por várias tecnologias. Seu sistema é binário, podendo armazenar informações complexas de áudio, vídeo ou texto em uma série de caracteres binários, tradicionalmente de um (1) e zero (0), ou valores em "on" e "off". (*DIGITAL DATA*). (206).

DADO PESSOAL. Informação usada para distinguir ou alcançar a identidade de um indivíduo ou, alternativamente, quando combinada com outra informação a que esteja ligada ou ainda possa ser ligada a um indivíduo específico. (*PERSONAL DATA*). (521).

DADOS E ANALÍTICA. Trata-se da gestão de dados para todos os usos (operacionais e analíticos) e a análise de dados para guiar os processos do negócio e melhorar os seus resultados através de tomada de decisões mais efetivas e experiências com o usuário aumentadas. (*DATA AND ANALYTICS*). (175).

DATABASE MARKETING. (1) Ferramenta do marketing que se formou pela integração da Tecnologia de Banco de Dados e do conhecimento dos Sistemas de Informação, com as técnicas próprias da pesquisa mercadológica, da segmentação de mercado e da comunicação do marketing direto (técnica de comunicação com o objetivo de atingir o público-alvo diretamente, sem intermediários). **(2)** O *database marketing* permite: a) Criar relacionamento entre a empresa e seus con-



sumidores ou clientes; b) Explorar tais relacionamentos para transformar *prospects* (pessoas ou empresas que podem se transformar em um cliente), em clientes e adotadores do produto; c) Construir e manter a fidelidade dos seus clientes ou consumidores; d). Melhorar os resultados de vendas; e) Identificar novos mercados ou nichos de mercado; f). Otimizar e reduzir os custos de comunicação através da sistematização e do uso integrado de mídia, como TV, rádio, revistas, jornais, telemarketing e mala direta. (86).

DATACENTER. Ver **CENTRO DE PROCESSAMENTO DE DADOS.**

DATA HASHING. Função que converte um valor em outro. Prática usada com diversos propósitos, usada em criptografia para mascarar os dados originais com outro valor. Uma função *hash* pode ser usada para gerar valores que só podem ser decodificados utilizando uma tabela *hash*. Esta tabela pode ser uma matriz, banco de dados ou outra estrutura de dados. (315).

DATA MART. (1) Possui a mesma estrutura de um armazém de dados (*data warehouse*) porém em escala menor. Contempla dados exclusivos de uma área ou departamento específico. **(2)** Pequeno subconjunto de um *data warehouse* usado por um número menor de usuários. (524, p. 3).

DATA MINING. Ferramentas aplicadas à estratégia de busca e descoberta de informações veladas ou inadequadamente explicitadas em bases de dados ou de conhecimento. (80).

DATA WAREHOUSING. Ver **ARMAZÉM DE DADOS**

DECISÃO ESTRATÉGICA. Integração entre fins (objetivos estratégicos) e meios (ações estratégicas), influenciada pelos limites cognitivos do decisor, da complexidade do problema e eventuais conflitos entre decisores. É a tomada de decisão sobre a estratégia a ser adotada, realizada pelo decisor, detentor de autoridade formal dentro da organização. (*STRATEGIC DECISION MAKING*). (452, p. 15).

DECISION SUPPORT SYSTEM (DSS). Ver **SISTEMA DE APOIO À TOMADA DE DECISÃO (SAD)**

DEEP FAKE. Desinformação profunda. Tecnologia baseada em inteligência artificial usada para produzir ou alterar o conteúdo de vídeos, utilizando um algoritmo para substituir a pessoa de um vídeo original por outra pessoa (em especial uma figura pública) de forma que pareça autêntico. (250).

DESEMPENHO ORGANIZACIONAL. (1) Avaliação de ter atingido ou superado objetivos estabelecidos pela organização, tocante a aspectos financeiros, de mercado e/ou inovação. **(2)** Refere-se aos resultados alcançados pelas organizações, dentro de certo período, avaliados por meio de parâmetros quantificáveis, denominados *indicadores*. **(3)** A finalidade principal do desempenho organizacional leva em conta que todos os processos e subprocessos, assim como a organização como tal, trabalhem juntos para atingir os resultados pretendidos. (*ORGANIZATIONAL PERFORMANCE*). (254; 613).

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. (1) Desenvolvimento que satisfaz as necessidades (humanas) do presente, sem comprometer a capacidade das próximas

gerações de suprir as suas necessidades no futuro. **(2)** Desenvolvimento sem ultrapassar o tipo de crescimento que extrapola a capacidade máxima regenerativa e de absorção de matéria e energia ambiental, que devem ser utilizados com esmerada eficiência. **(3)** O conceito de “desenvolvimento sustentável”, passou a ser incluído nas preocupações das organizações industriais e de prestação de serviços. No contexto deste entendimento, o processo de transformação de exploração de recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e as mudanças institucionais devem harmonizar-se e reforçar o potencial presente e futuro, atendendo às necessidades e aspirações humanas. A observância deste princípio resulta em uma maior consciência e responsabilidade ambiental do setor produtivo. (*SUSTAINABLE DEVELOPMENT*). (294, p. 1002, 1007; 383; 678; 743).

DESINFORMAÇÃO. Ver **DEEP FAKE. NOTÍCIAS FALSAS. PÓS-VERDADE**

DESINFORMAÇÃO INDUSTRIALIZADA. **(1)** Refere-se a um cenário político em que a desinformação se tornou mais profissionalizada. Existem, atualmente, atores políticos, que, estão contratando, cada vez mais, empresas privadas, especializadas em produzir desinformação em escala industrial. Como por exemplo, a consultoria *Cambridge Analytica*, que obteve em 2018, acesso a 87 milhões de usuários do Facebook, dados, estes, que pesaram, significativamente, nos resultados da eleição presidencial americana daquele ano. **(2)** Ainda fatos recentes, baseados nos Arquivos do Facebook (pacotes de documentos internos, conhecido como *Facebook Files*) numa investigação do Wall Street Journal, publicada pela primeira vez em meados de setembro de 2021, e vazados pela denunciante Frances Haugen (1983), engenheira norte-americana, cientista de dados e gestora de produto do Facebook, revelaram fatos graves da empresa em relação aos seus usuários. Em relação ao Brasil, como exemplo, ficou exposto e patente que, durante as eleições brasileiras de 2018, um pequeno grupo de contas (superprodutores) no Facebook, monopolizou a produção de conteúdo político, ganhando influência desproporcional na conversa política. (1; 507).

DESINTERMEDIAÇÃO. Processo que faculta ao usuário ou consumidor final acesso direto a um produto, serviço ou informação que, de outra forma, exigiria um mediador, em função de arquivista, bibliotecário, atacadista, advogado ou vendedor. A *World Wide Web* frequentemente elimina a necessidade de um mediador. Os consumidores finais apenas precisam pesquisar o produto, serviço ou informação, mudando assim o relacionamento que mantêm com o fabricante ou o prestador de serviços. (*DESINTERMEDIATION*). (198).

DESTRUIÇÃO CRIATIVA. Termo criado pelo economista Joseph Schumpeter (1883-1950), que considerava esta estratégia como um fato essencial inerente ao capitalismo. Refere-se a um mecanismo de inovação para a incessante busca de novos produtos e processos empresariais que vão substituir as velhas práticas. São exemplos, a linha de montagem de Henry Ford que revolucionou a indústria automobilística. Na Era digital, a internet em suas diversas modalidades, como na internet móvel, evoluciona sem cessar as formas de produzir e prestar serviços. Este processo realimenta, incessantemente, a revolução econômica de dentro para fora, criando uma nova estrutura, em detrimento da anterior. (*CREATIVE DESTRUCTION*). (598, p. 83).



DISRUPÇÃO DIGITAL. Estratégia disruptiva (ruptura brusca), em nível digital, que afeta a sociedade em geral, mudando expectativas fundamentais e comportamentais na cultura, mercado, indústria ou nos processos causados ou expressos digitalmente, por canais ou ativos. (*DIGITAL DISRUPTION*). (207).

DOCUMENTO. (1) Refere-se ao estado material da informação. Não se restringe apenas à substância ou ao suporte da articulação, mas ao que foi efetivamente dito e registrado, que é passível de uso ou reutilização a partir de técnicas, práticas e relações sociais. **(2)** Evidência em suporte de um fato; pode ser qualquer signo físico ou simbólico, preservado ou gravado, com a finalidade de reconstruir, ou demonstrar um fenômeno físico ou conceitual. (*DOCUMENT*). (87; 94; 346, p. 144).

DOWNLOAD (literalmente descarregamento). Refere-se ao ato (fazer *download*) de transferir arquivos de um servidor remoto para um computador local. É procedimento muito utilizado para “baixar” dados disponíveis na Internet, sejam de textos, imagens, vídeos, programas e outros. Na ação inversa, o **UPLOAD** (literalmente carregamento; “fazer” *upload*) são transferidos textos, vídeos, imagens etc., a partir de computador pessoal para servidor remoto ou para a internet. (768).

◇ E

E- BUSINESS. ELETRONIC BUSINESS. NEGÓCIO ELETRÔNICO. Processo que uma organização conduz mediada pela rede Internet, referente à produção, ao cliente, a processos internos ou focados na gestão do negócio. O-*e-business* e transforma relacionamentos de negócios, podendo não só aumentar a velocidade da prestação de serviços e reduzir o custo do negócio, mas também contribuir para a melhoria da qualidade dos bens e serviços através da efetiva transferência e compartilhamento de informações com os clientes, dentro das organizações e entre organizações. (230; 346, p. 152; 393).

ECOLOGIA DA INFORMAÇÃO. (1) Perspectiva holística que compreende três ambientes: o informacional, o organizacional e o ambiente externo. **(2)** A utilização da expressão *ecologia* como metáfora, ocorreu no final da década de 50. Vem da experiência dos estrategistas e estudiosos das organizações, que consideram a administração e estratégia organizacionais como processos imprevisíveis e inadiáveis, determinados por fatores comportamentais. (*INFORMATION ECOLOGY*). (181).

ECOLOGIA INFORMACIONAL COMPLEXA. A arquitetura da Informação concentra seus esforços para tratar de objetos e fenômenos com uma estrutura informacional ecológica, sistêmica e complexa. Quanto à estrutura informacional ecológica, ela diz respeito ao conjunto de espaços, ambientes, canais, mídias, tecnologias e sujeitos com seus comportamentos, todos interligados e conectados de maneira holística pela informação. A ecologia, por sua vez, é organizada de forma sistêmica, é um todo articulado por suas partes. Por sua vez, considerando a heterogeneidade das partes sobre as quais os sujeitos atuam, as relações intra e extra ecológicas são complexas. (*COMPLEX INFORMATION ECOLOGY*). (495).

ECONOMETRIA. (1) Aplicação quantitativa de modelos estatísticos e matemáticos. Utiliza dados (históricos ou atuais) para desenvolver teorias ou testar hipóteses econômicas. **(2)** Baseia-se em técnicas como modelos de regressão e teste de hipótese nula. Também pode ser usada para prever tendências econômicas ou financeiras futuras. **(3)** Utiliza pacotes de *software* de análise estatística projetados para esses fins, como STATA (*software* estatístico para Data Science), SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) ou R (provém das iniciais de seus criadores (Ross e Robert) e um jogo figurado com a linguagem S (da *Bell Laboratories*) que também testam a significância estatística. (*ECONOMETRICS*). (232).

ECONOMIA CIRCULAR. (1) Modelo econômico focado na coordenação dos sistemas de produção e consumo em circuitos fechados. **(2)** Conceito estratégico que se assenta na redução, reutilização, recuperação e reciclagem de materiais e energia. Substitui o conceito de fim-de-vida na economia linear, por novos fluxos circulares de reutilização, restauração e renovação, num processo integrado. **(3)** Inspira-se nos mecanismos dos ecossistemas naturais, que gerem os recursos a longo prazo num processo contínuo de reabsorção e reciclagem. **(4)** A economia circular promove um modelo económico de reorganização, através da coordenação dos sistemas de produção e consumo em circuitos fechados. Caracteriza-se como processo dinâmico que exige compatibilidade técnica e econômica (capacidades e atividades produtivas). Requer também enquadramento social e institucional (isto é, incentivos e valores). (*CIRCULAR ECONOMY*). (246).

ECONOMIA CRIATIVA. Economia que abrange os ciclos de produção e distribuição de bens e serviços, utilizando criatividade, cultura e capital intelectual como insumos primários. (*CRIATIVE ECONOMY*). (604).

ECONOMIA DA INFORMAÇÃO. (1) Alinhamento do tripé economia, informação e capital que se evidenciou na década de 1990, quando se observa o endurecimento e as fortes pressões dos países ricos nas leis de propriedade intelectual. Estas leis tornaram o conhecimento científico e os bens culturais valorizados pelas patentes e pelo direito autoral. **(2)** Baseia-se na tese de que a variável informação desempenha um papel muito importante nas transações econômicas e que o livre mercado se encarrega de equilibrar as assimetrias informativas existentes entre oferta e demanda. (*INFORMATION ECONOMY*). (628).

ECONOMIA DE DADOS. Produção, distribuição e consumo de dados digitais. Um dado individual não tem muito valor, mas este seu valor pode ser (infinitamente) multiplicado, quando agregado e analisado com outros dados relevantes. (*DATA ECONOMY*). (679).

ECONOMIA DIGITAL. (1) Economia decorrente e impulsionada pela convergência das comunicações, informática e conteúdos, criando uma multimídia interativa e uma verdadeira autoestrada de informação. **(2)** Processos econômicos, transações, interações e atividades baseadas nas tecnologias digitais são utilizadas no mundo econômico. Também se refere a estudos de como as transformações digitais afetam o mercado. **(3)** A economia digital nasceu decorrente do desenvolvimento de novas tecnologias como a inteligência artificial, aprendizado de máquina (*machine learning*), computação em nuvem, entre outras, mudando a



forma de como os consumidores obtêm informação. **(4)** Neste ambiente, usuários, comerciantes e homens de negócios têm acesso a bens e serviços mais personalizados e otimizados, mudando a forma de interagir com os negócios. (*DIGITAL ECONOMY*). (209; 644).

ECONOMIA DO CONHECIMENTO; ECONOMIA BASEADA NO CONHECIMENTO. (1)

Economia fundada no saber, cujo desenvolvimento baseia-se nas capacidades de criar e utilizar o conhecimento. **(2)** Refere-se à influência da informação e do conhecimento na economia, da economia imaterial (ativos intangíveis), caracterizando-se pela valorização do ‘capital humano’ – que aplica conhecimento na transformação de produtos e processos. As pessoas passam a ter o papel de mediadoras do conhecimento, atribuindo-lhe relevância e significado. **(3)** Neste tipo de economia, recursos humanos e não o capital físico e financeiro constituem a vantagem competitiva das organizações. O capital humano se constitui na variável econômica crítica e a utilização do potencial humano passa a ser o objetivo da administração moderna). **(4)** O conceito economia do conhecimento aparece pela primeira vez na obra de Fritz Machlup (1902–1983). (*KNOWLEDGE ECONOMY*). (159; 415).

ECONOMIA ECOLÓGICA. (1) Entendida como um subsistema do ecossistema, propondo estabelecer os limites do crescimento da economia, para evitar a destruição irreversível das funções ecológicas. **(2)** Parte do desenvolvimento sustentável – adapta-se e aperfeiçoa-se em conhecimento, organização, eficiência técnica e sabedoria, numa escala na qual o ecossistema remanescente pode continuar a funcionar e renovar-se continuamente. (*ECOLOGICAL ECONOMY*). (169, p. 200).

ECONOMIA GLOBAL. Economia com capacidade de funcionar como uma unidade em tempo real, em escala planetária. Concepção de economia que surgiu com grande força no final do século XX, com base na infraestrutura, propiciada pelas tecnologias da informação e comunicação. Essa globalidade envolve os principais processos e elementos do sistema econômico. O capital é gerenciado vinte e quatro horas por dia em mercados financeiros globalmente integrados, funcionando em tempo real pela primeira vez na história. (*GLOBAL ECONOMY*). (113, p. 111).

ECONOMIA VERDE. Concepção econômica que pressupõe uma melhoria do bem-estar humano e equidade social, ao mesmo tempo em que reduz significativamente os riscos ambientais e a escassez ecológica. (*GREEN ECONOMY*). (677, p. 16).

ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO. Conjunto de atores e mecanismos de estímulo à cooperação, como incubadoras, parques tecnológicos, associações, *startups*, e ambientes de inovação de todos os tipos. (*INOVATION ECOSYSTEM*). (154).

EDGE COMPUTING. (1) O neologismo “computação de borda” deriva do termo inglês – *edge computing*, o qual pertence a um novo paradigma, no qual se aproxima mais o recurso computacional aos dados armazenados, melhorando o tempo de resposta e economizando largura de banda. **(2)** Estrutura de computação distribuída que aproxima os aplicativos corporativos de fontes de dados, como dispositivos IoT (Internet das coisas), ou servidores de borda locais. Essa proximidade com os dados em sua origem pode oferecer grandes benefícios aos negócios, incluindo percepções (*insights*) mais rápidos, tempo de resposta aprimorado e melhor disponibilidade de largura de banda. **(3)** O crescimento explosivo e aumen-

to do poder de computação dos dispositivos IoT (*Internet of things* – Internet das coisas) resultaram em volumes de dados sem precedentes (*Big Data*). E o volume de dados continuará a crescer à medida que as redes 5G aumentarem o número de dispositivos móveis conectados possibilitando uma análise de dados mais completa e mais rápida. (234).

EDUCAÇÃO CORPORATIVA. Conjunto de subestruturas organizacionais capazes de empreender um vigoroso processo de aprendizagem e gestão do conhecimento, consoante à visão e missão da empresa. (*CORPORATE EDUCATION*). (437).

EFICIÊNCIA. EFICÁCIA ORGANIZACIONAL. (1) Eficácia pode ser entendida como a capacidade de atingir um resultado esperado. Já a eficiência agrega a essa capacidade a noção de rendimento. **(2)** Na área de inteligência competitiva, a eficácia pode ser medida pelo nível de utilização das informações resultantes da atividade para o suporte à tomada de decisão. A eficiência, por sua vez, é a relação entre o esforço realizado pela equipe de inteligência e os resultados obtidos. (*ORGANIZATIONAL EFFICIENCY. EFFECTIVENESS*). (15; 421).

EMPRESA CRIATIVA. Organização que se engaja em atividades que tem sua origem na criatividade de indivíduos com habilidades e talento, com potencial para criar riqueza e empregos, por meio da geração e exploração da propriedade intelectual. (*CREATIVE INDUSTRY*). (551).

EMPRESA 2.0. Esse conceito refere-se a empresas/organizações, que aderiram aos *wikis* e ao *software* para o desenvolvimento de redes sociais, em suporte e ampliação de estruturas colaborativas de compartilhamento e geração de conhecimento. A maior contribuição da *Web 2.0* não é o seu *software*, mas a informação e o conhecimento tornados disponíveis nos Websites. (*ENTERPRISE 2.0*). (352; 429).

EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL. Empresa que conduz seu negócio de forma a ser corresponsável pelo desenvolvimento social. Sua responsabilidade corporativa não se limita à preservação do meio ambiente ou à filantropia, mas relaciona-se à capacidade de entender os interesses e demandas de seus diferentes *stakeholders*, e conseguir incorporá-los no planejamento de suas atividades. (*SOCIALLY RESPONSIBLE ENTERPRISE*). (168, p. 91).

EMPRESA SUSTENTÁVEL. (1) Atualmente, uma empresa que oferece produtos e serviços de qualidade, protege o meio ambiente, contribui para o desenvolvimento social, busca transparência em seus processos administrativos, age com ética, cumpre seu papel social, (não apenas como empresa legal, mas legítima), com governança corporativa. **(2)** Considerando que a exploração responsável dos ecossistemas impacta diretamente na geração de emprego e renda para todas as famílias, a ABNT, por meio da Comissão Especial de Estudo da Biodiversidade disponibiliza a norma ABNT/CEE 331. (*SUSTAINABLE ENTERPRISE*). (168, p. 90; 291, p. 339).

EMPRESA TECNOLÓGICA. (1) Empresa com base tecnológica caracterizando-se por grau elevado de risco e pela necessidade de investimento, que impacta diretamente o seu desenvolvimento e desempenho. São exemplos de ramos de atuação de tais empresas: nas áreas de informática, eletrônica, mecatrônica, produção de materiais, instrumentalização, automação, química, entre outros. **(2)** Cria caminhos



que propiciam a transferência de tecnologias orientadas ao mercado, tendo como resultado a comercialização de bens de consumo inovadores baseados no conhecimento científico e tecnológico. (*TECHNOLOGICAL ENTERPRISE*). (70; 530; 591).

EMPRESA DIGITAL. (1) Empresa que usa a tecnologia como vantagem competitiva em suas operações internas e externas. Seguindo a evolução da própria *Web*, o termo foi atribuído a diferentes modelos de negócios, que incorporaram a *tecnologia digital*, tais como a compra de bens online de sítios como a Amazon, e outros. **(2)** Na empresa digital a interatividade acontece em tempo real, o consumo é algo disponível a qualquer momento, sem que haja horários de funcionamento, oferecendo o produto de acordo com a escolha do cliente. (*DIGITAL ENTERPRISE*). (34).

ENGENHARIA COGNITIVA. Campo multidisciplinar do conhecimento, voltado para a compreensão das capacidades e limites da cognição humana nos sistemas complexos (quando estes não são totalmente previsíveis ou localmente antecipáveis). Relaciona-se com várias disciplinas como: Psicologia e Ergonomia Cognitiva, Teorias da Ação, Inteligência Artificial, Engenharia de Controle e Automação. (*COGNITIVE ENGINEERING*). (392).

ENFOQUE SISTÊMICO. PRINCÍPIO SISTÊMICO. Liga o conhecimento das partes ao conhecimento do todo. Blaise Pascal (1623-1662) afirmou que só podemos conhecer as partes se conhecermos o todo em que se situam; e só podemos conhecer o todo ao conhecer as partes que o compõem. (*SYSTEMIC APPROACH*). (103; 137).

ENTERPRISE RESOURCE PLANNING (ERP). (1) Sistema integrado de gestão empresarial é um tipo de sistema que automatiza rotinas operacionais, integra dados e compartilha informações na cadeia de processos, dentro e através das áreas funcionais de uma organização. **(2)** Proporciona uma visão compreensiva dos negócios a partir de uma única arquitetura de Tecnologia da Informação (TI). (274; 418; 585).

ERA DA INFORMAÇÃO. A Era da Informação é também chamada de Era do Acesso. A produção, distribuição e acesso à informação estão no centro da nova economia. (*INFORMATION AGE*). (117; 575; 625).

ERA DIGITAL. Historicamente, a atual Era Digital (ou Era da Informação) segue a Era Industrial. Caracteriza-se pela disseminação das novas tecnologias digitais e seu grande impacto em termos sócio-culturais. (*DIGITAL AGE*). (34).

ERA DO CLIENTE. Paralelamente à Era Digital, atualmente os consumidores podem escolher, quando e como interagir com os negócios. Por outro lado, empresas não podem influir diretamente no comportamento do público. Ao invés disso, os consumidores buscam as empresas em diversos pontos com altas expectativas de consistência, personalização e facilidade de uso. (*CLIENT ERA*). (56).

ERGONOMIA. FATOR HUMANO (EFH). (1) Ergonomia ou engenharia humana estuda as relações entre o homem e seu ambiente de trabalho. Trata-se de uma disciplina multidisciplinar centrada no comportamento humano, seu conforto e bem-estar no trabalho. **(2)** Emprega três motivadores substantivos de intervenção: (a) adota uma abordagem sistêmica; (b) é orientado pelo *design*; e (c) concentra-se na otimização de dois resultados intimamente relacionados, desempenho e bem-estar. EFH

pode ser descrito como uma ‘ciência de agrupamento’ transdisciplinar e centrada no usuário, na medida em que integra e aplica a teoria, os princípios e os dados de muitas disciplinas relevantes para o projeto de sistemas de trabalho, considerando as complexas interações entre o ser humano/humanos, meio ambiente (sistema sóciotécnico) ferramentas, equipamentos e tecnologia. **(3)** Ver também Portaria nº 3. 751 de 23/11/90, instituída pelo Ministério do Trabalho e Previdência Social brasileiro, que baixou a Norma Regulamentadora (NR17), que trata especificamente da ergonomia, estabelecendo parâmetros que permitam a adaptação das condições de trabalho às características psicofisiológicas dos trabalhadores, norma que visa proporcionar um máximo de conforto, segurança e desempenho eficiente. Atualizada com nova redação, em 04 e 05 de junho de 2019, válida a partir de 3 de janeiro de 2022. (*HUMAN FACTOR. ERGONOMICS. HFE*). (347, p. 34; 353).

ESG (ENVIRONMENT - SOCIAL - GOVERNANCE). **(1)** Esta sigla inglesa, derivada de *environment*, *social*, *governance*, considerados os 3 eixos da sustentabilidade para avaliar o desempenho de grandes empresas. O critério de meio ambiente (*environment*) refere-se como a companhia atua na gestão da natureza. O conceito *social* refere-se à organização em relação à observância de direitos humanos universais. Neste item entram as relações da empresa com seus trabalhadores, os fornecedores e as comunidades onde atuam. Já a avaliação da governança envolve práticas de gestão empresarial ligadas ao combate à corrupção e ao cumprimento da *compliance*. O índice é construído sobre a mesma base de valores pregados pelos dez Princípios do Pacto Global para o Desenvolvimento Sustentável integral. **(2)** A organização inteligente deve ter um profissional que irá investigar, acompanhar, negociar e fazer acordos sobre o fornecimento de produtos e serviços, para garantir o alinhamento nos contratos relacionados a questões éticas do público estratégico da organização (os *stakeholders*). (16).

ESTADO DE ACESSO À INFORMAÇÃO. O estado de acesso à informação consiste na relação entre usuários e a informação. Dada a importância da informação permite-se, do ponto de vista ético, seu acesso ou sua negação. (*INFORMATION ACCESS STATE*). (424).

ESTRATÉGIA. **(1)** Plano da alta administração para atingir resultados consistentes com as missões e objetivos da organização. **(2)** Criação de uma posição única e valiosa, envolvendo um conjunto de atividades na organização. A essência do posicionamento estratégico é escolher atividades que sejam diferentes dos concorrentes. **(3)** Dependendo do contexto no qual é empregada, a estratégia pode ter o significado de políticas, objetivos, táticos, metas, programas, entre outros, numa tentativa de exprimir os conceitos necessários para defini-la. (*STRATEGY*). (236; 449; 541; 542, p. 68; 544; 719; 747).

ESTRATÉGIA COMPETITIVA. **(1)** Avalia como a empresa vai competir, quais as metas escolhidas e qual a política adotada rumo ao objetivo. Trata-se de uma combinação dos fins (metas) que a empresa busca e dos meios (políticos) utilizados para alcançá-los. **(2)** Envolve o posicionamento da organização no sentido de maximizar o valor de suas capacidades únicas, que a distingue de seus concorrentes. Um aspecto central da formulação estratégica é a análise do concorrente. (*COMPETITIVE STRATEGY*). (537; 543).



ESTRATÉGIA CORPORATIVA. (1) A estratégia corporativa é aquela que a alta administração formula para toda a empresa. **(2)** Procura responder à pergunta – qual o conjunto de negócios que a organização deve ter?. **(3)** Consiste no plano geral para uma empresa que trata de duas questões fundamentais: em que negócios a empresa deve competir; e como a sede corporativa deve gerenciar o conjunto de unidades de negócios. Esta perspectiva permite ao gerente a visão do todo. (*CORPORATE STRATEGY*). (320; 538).

ESTRATÉGIA DELIBERADA. (1) Estratégia desenvolvida com o objetivo de alcançar determinados resultados, ou lidar com uma determinada situação. Este tipo de estratégia tem duas características básicas: ações a serem aplicadas são preparadas antecipadamente; e, ações são desenvolvidas de forma consciente e deliberada. **(2)** A estratégia deliberada é um padrão de ação seguido de acordo com um plano. Trata-se de um processo planejado, consciente e explícito. Há na literatura inúmeras críticas às limitações da concepção de estratégias deliberadas. Cita-se como exemplo, o fato de o processo não valorizar a aprendizagem diante da imprevisibilidade contextual. (*DELIBERATE STRATEGY*). (447; 448; 449).

ESTRATÉGIA EMERGENTE. Padrão que pode resultar não de uma estratégia previamente traçada e planejada, mas a partir de ações que foram tomadas de forma não consciente, ou mesmo, através de ações que deixaram de ser tomadas. (*EMERGENT STRATEGY*). (449).

ESTRATÉGIA DE LEGITIMAÇÃO. Visa articular as relações da organização com o ambiente. Tem como objetivo justificar, garantir e consolidar o direito que ela tem de existir, face a seus grupos de interesse (*stakeholders*). (*LEGITIMACY STRATEGY*). (23).

ESTRATÉGIA FUNCIONAL. Responde à pergunta de como deve atuar cada setor da empresa para atingir os objetivos traçados a partir de suas estratégias de negócios. (*FUNCTIONAL STRATEGY*). (320).

ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIOS. Na definição da estratégia de negócios, a alta administração parte da seguinte pergunta – como se deve competir em um dado negócio? Em resposta à esta pergunta, a essência do seu modelo de negócios passa pela definição de como a empresa deve entregar valor aos clientes, induzir os clientes a pagar por este(s) valor(es) e converter esses pagamentos em lucro. Assim, inicia-se o processo da estratégia de negócios, a identificação do que os clientes querem, como querem e como a empresa pode ter uma organização, da melhor forma, para atender a essas necessidades, visando o lucro. (*BUSINESS STRATEGY*). (286; 320; 651).

ESTRATÉGIA DIGITAL. (1) Uso de tecnologias em modelos de negócios com o objetivo de gerar diferencial na empresa. A estratégia digital está focada nas atividades e processos que precisam ser transformados para prover melhores serviços aos clientes. Procura-se uma seleção de tecnologias e ações, a serem combinadas para criar estas experiências. **(2)** Estratégia digital basicamente utiliza a tecnologia e não a cultura da organização. Ela é mais relevante em mudanças de modelos de negócio, utilizando a tecnologia visando criar os elementos necessários para tornar-se um negócio digital. **(3)** Definir uma estratégia constitui um elemento chave na transformação para garantir que a tecnologia a ser implementada apoie os objetivos da empresa. Líderes encontraram vantagens

competitivas e oportunidades de crescimento ao realizar tais mudanças de abordagem em suas empresas. Dentre empresas que adotaram esta estratégia estão a New York Times, Uber, Netflix, Disney, entre outras. (*DIGITAL STRATEGY*). (306).

ESTRATÉGIA DIGITAL DE MARKETING. (1) Estratégia focada no cliente e sua nova maneira de se informar sobre produtos e serviços pela Internet Tomar decisões baseada em dados e modelos de experiência com clientes, com vistas a melhor identificar suas necessidades, desejos e interesses na demanda. **(2)** Alinhar a visão e objetivos empresariais com as oportunidades de mercado, articulando processos, pessoas, tecnologia e iniciativas para executá-los, no sentido de criar interações mais profundas com os clientes, com ofertas mais customizadas e personalizada. (*DIGITAL MARKETING STRATEGY*). (210).

ESTRATÉGIA OCEANO AZUL. Estratégia que ao invés de se limitar a superar os concorrentes, compete na demanda existente, inserindo-se na mesma fatia de mercado que os demais. A *estratégia do oceano azul* visa também capturar a nova demanda, tornar os concorrentes irrelevantes e preencher mercados inexplorados com novos posicionamentos. (*BLUE OCEAN STRATEGY*). (369).

ESTRATÉGIA ORIENTADA PARA SERVIÇOS. Valoriza a proximidade com o cliente, utilizando os recursos da Web. O resultado desta atitude pode garantir à organização um estreito relacionamento com seus clientes, possibilitando a identificação em tempo real de suas necessidades (*SERVICES ORIENTED STRATEGY*). (650; 763).

ESTRATEGISTA. Nas organizações é o profissional que utiliza o conhecimento estratégico para formular estratégias, que subsidiam o processo de tomada de decisão. (*STRATEGIST*).

ÉTICA ORGANIZACIONAL. ÉTICA EMPRESARIAL. ÉTICA NOS NEGÓCIOS. (1) Abrange uma aplicação sistemática de regras, padrões e princípios morais a problemas concretos. Estes decorrem de mudanças históricas, do contexto e das exigências sociais. **(2)** A credibilidade das organizações é fruto da prática efetiva e constante de valores como o respeito ao consumidor, honestidade, transparência nas relações com seus públicos, integridade nas demonstrações financeiras e preocupação com o meio ambiente e a comunidade. Alguns temas específicos da ética organizacional são: a corrupção, a liderança e as responsabilidades corporativas. **(3)** Princípios gerais em nível nacional e internacional são: o respeito pelos direitos humanos essenciais (dignidade humana, direitos básicos e boa cidadania), que determina o arcabouço moral para todas as atividades de negócio; respeito pelas tradições locais; a crença que o contexto deve ser levado em conta quando se decide o que é o certo e o que é o errado. (*BUSINESS ETHICS*). (31, p. 54-56; 168, p. 90; 217, p. 61-62; 403, p. 377-383)

ÉTICA NA INFORMAÇÃO. (1) Ramo da ética focada nas relações entre a criação, organização, disseminação e uso da informação nos padrões e códigos éticos que governam o comportamento humano na sociedade. **(2)** Problematisação de normas e valores em que se baseiam os processos comunicacionais. **(3)** Ética aplicada, dedicada a mediar o terreno moral entre informação e tecnologias de comunicação, entre os sistemas de informação genéricos apoiados por essas tecnologias e o mundo interconectado que depende da informação que provem desses sistemas. **(4)** Em sentido mais amplo, lida com o impacto das Tecnologias



de Informação e Comunicação (TIC) digitais na sociedade e o meio ambiente em geral. Em um sentido mais estrito, a Ética da Informação (ou ética da mídia digital) aborda questões éticas que lidam com a internet e a informação trabalhada pela internet e os meios de comunicação, como telefones celulares e serviços de navegação. Questões como privacidade, sobrecarga de informação, dependência de Internet, exclusão, vigilância e robótica são tópicos de discussão prevalente. A Ética da Informação é considerada um esforço específico para lidar com problemas desafiadores da Era Digital. (*INFORMATION ETHICS*). (97; 104 p. 51).

EXAUSTÃO DE DADOS. Refere-se aos dados gerados como trilhas ou subprodutos de informações resultantes de atividades digitais ou *online*. Consistem em opções armazenáveis, ações e preferências, como arquivos de *log* (processo de registro de eventos num sistema computacional), *cookies*, arquivos temporários e até mesmo informações geradas para cada processo ou transação feitas digitalmente. Trata-se de dados reveladores sobre um indivíduo, por isso são considerados valiosos para pesquisadores e especialmente para profissionais de marketing e empresas. (*DATA EXHAUST*). (767, p. 68–70).

EXCELÊNCIA OPERACIONAL. Estado que resulta do comprometimento colaborativo sistemático, entre todos os níveis e indivíduos de uma organização ou negócio, desde os executivos aos funcionários da linha de produção. Visa otimizar o desempenho de todas as atividades da organização ou o negócio. (*OPERATIONAL EXCELLENCE*). (347).

EXCLUSÃO DIGITAL. Brecha de oportunidades do ponto de vista educacional, econômico e cultural vivenciada por aqueles sem ou com acesso limitado às TICs. (*DIGITAL DIVIDE*). (208).

EXPERIÊNCIA DO CLIENTE. Denominação que se dá para o conjunto de percepções e impressões que um consumidor possui sobre uma determinada empresa após interagir com ela. Do ponto de vista da marca, é a imagem que ela passa para os clientes durante todo o processo de interação, antes, durante e após uma conversão, seja ela uma compra ou contratação. (*CUSTOMER EXPERIENCE*). (CX). (210).

EXPERT SYSTEM. Sistema especialista, utilizando um *software* que pode aprender novos procedimentos ao analisar eventos passados, ou que tem uma base de conhecimento sobre regras a serem aplicadas a novos dados ou circunstâncias. Aplicações incluem, entre outras, *gestão de dados e data mining, processamento de imagens, reconhecimento de fala, bibliometria* e aplicativos para avaliação de áreas complexas como petróleo e geologia. (247).

◇ F

FAKE NEWS. Ver **DEEP FAKE.** **DESINFORMAÇÃO INDUSTRIALIZADA. NOTÍCIAS FALSAS. PÓS-VERDADE**

FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO. São atividades excepcionais, de cujo resultado depende o sucesso empresarial, e que viabilizam o cumprimento dos objetivos

traçados para a organização. Conhecer os fatores críticos de sucesso de uma organização contribui para determinar suas necessidades informacionais. (*CRITICAL SUCCESS FACTORS*). (576).

FATOR DE IMPACTO NA WEB (FIW). Em *cientometria* fator de impacto é a razão (matemática) de citações de um determinado periódico dividido pelo número de artigos publicados por este periódico durante um tempo determinado. As semelhanças técnicas e funcionais entre citações e hiperlinks motivaram alguns pesquisadores a usar métodos bibliométricos e cientométricos em hiperlinks (*hiperligações*). Em um dos primeiros estudos *webmétricos* foi introduzida a expressão Fator de Impacto (na Web) como “medida do impacto” ou de visibilidade de sites ou de algumas áreas da Web. Portanto, o FIW é a razão entre o número de *links* que entram em um site ou área da Web, e o número de páginas daquele site ou daqueles sites. (*IMPACT FACTOR ON WEB*). (331; 339).

FAZER SENTIDO. Produzir sentido. Ato de construir, filtrar, referenciar, criar factibilidade e transformar em tangível algo que antes era subjetivo. (*SENSEMAKING*). (717).

FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO. Embora a Gestão da Informação seja tarefa essencialmente humana, ela utiliza ferramentas tecnológicas tais como os: *Workflow; Business Intelligence (BI). Enterprise Resource Planning (ERP); Customer Relationship Management (CRM); Data Warehouse; Data Mining, Text Mining;* Gerenciamento Eletrônico de Documentos (GED); *Database Marketing (DBM)*. (457, p. 151).

FIREWALL – Dispositivo de segurança da rede que monitora o tráfego de entrada e saída e bloqueia tráfegos específicos de acordo com um conjunto definido de regras de segurança.

FLUXO INFORMACIONAL. (1) Canal de informação, tangível ou intangível; formal ou informal; permanente ou esporádico; constante ou intermitente. Esse fluxo consiste na circulação de informações que fluem a partir de uma determinada origem, suporte ou indivíduo, para um destino de armazenamento/processamento; pode ocorrer sua reversão até que os objetivos, inicialmente estabelecidos, sejam atingidos. **(2)** Fluxos informacionais (formais ou informais) percorrem todos os ambientes da empresa, sendo parte dos processos organizacionais de forma natural. Podem existir sob forma registrada e não registrada. **(3)** Fluxos formais dependem da estrutura da empresa, das rotinas e elementos aplicados aos fazeres produtivos. Estão relacionados ao organograma da empresa. A informação registrada perpassa os seguintes sistemas formais da empresa: portais corporativos, intranets, relatórios, registros, documentos contendo normas e códigos, entre outros. Quanto aos fluxos informais, podem surgir espontaneamente, sob forma não registrada em suportes, através de reuniões, cursos e eventos formalizados, ou mesmo em conversas informais entre os funcionários. Estão relacionados à estrutura intelectual de cada indivíduo atuante na empresa. (*INFORMATIONAL FLUX*). (281, p. 218–219).

FLUXO DE TRABALHO. Sequência de passos necessários para automatizar processos de negócio conforme um conjunto de regras definidas, permitindo que sejam transmitidos de uma pessoa para outra. (*WORKFLOW*). (740).



FOLKSONOMIA. (1) Resultado de processos originalmente individuais, de atribuir termos populares a conteúdos da internet (imagens, vídeos, textos). Integra o usuário na representação da informação de uso pessoal e/ou coletivo. Exemplos: *bookmarking, tagging*, etiquetagem. São exemplos: *Flicker; Youtube; Del.icio.us*. (2) Termo criado por Thomas Wall (1966), arquiteto de informação, a folksonomia representa um contraponto ao termo taxonomia, tendo como principal característica a criação de *tags* – etiquetagem, com função de descritores a partir da linguagem dos usuários. Ao invés de utilizar uma forma hierárquica e centralizada de categorização de alguma coisa, o usuário escolhe palavras-chave (conhecidas como *tags*) para classificar a informação. Também chamada de marcação colaborativa, classificação social, indexação social ou marcação social. A folksonomia apresenta-se como o resultado desta etiquetagem. (*FOLKSONOMY*). (492, 704).

FOLKSONTOLOGIES. Composição de duas palavras *folksonomia* e *ontologia*. Ligação de cada *tag* de folksonomia com relações semânticas. Permite conseguir uma conceituação compartilhada (492).

FONTES DE INFORMAÇÃO. (1) Fontes de informação podem ser internas e externas. As fontes internas são informações oriundas dos departamentos de pesquisa e desenvolvimento, e informações de outras áreas (internas) à empresa. Já as fontes de informação externas referem-se a outra empresa do grupo, fornecedores, clientes ou consumidores, concorrentes, empresas de consultoria ou consultores independentes, universidades e institutos de pesquisa, centros de capacitação profissional e assistência técnica, instituições de testes, ensaios e certificações, licenças, patentes e *know-how*, conferências, encontros e publicações especializadas, feiras e exposições e redes de informações informatizadas. (2) Essas fontes de informação externas são divididas em: *fontes ligadas às atividades de mercado* (fornecedores, clientes ou consumidores, concorrentes e outras empresas do grupo); *fontes de caráter profissional* (feiras e exposições, conferências, encontros e publicações especializadas e redes de informações informatizadas); *fontes especializadas e institucionais* (atividades desenvolvidas para a aquisição de licenças, patentes e *know-how* realizadas por universidades e institutos de pesquisa e empresas de consultorias). (3) Com *relação à mídia*, as fontes de informação podem ser eletrônicas, isto é são informações obtidas pela internet, por mídia eletrônica, *CD-ROM*, disquetes, bases de dados *on-line* e não eletrônicas (informações impressas). (92, p. 60; 517; 635, p. 47; 706).

FORÇAS DE PORTER. Modelo que visa captar os fatores essenciais ao desenvolvimento de estratégias organizacionais. São elas: poder de negociação dos fornecedores, ameaça de novos entrantes, ameaça de produtos ou serviços substitutos, o poder de negociação do cliente, e a rivalidade entre empresas existentes. As cinco forças de Porter foram nomeadas pela *Harvard Business School* a seu criador Michael Porter (1947-). (*PORTER FORCES*). (543).

FORESIGHT. STRATEGIC FORESIGHT. Processo pelo qual se examina o futuro de longo prazo da ciência, da tecnologia, da economia e da sociedade, com o objetivo de identificar áreas de pesquisa estratégicas e tecnologias emergentes capazes de gerar maiores benefícios econômicos e sociais. (537).

FORESIGHT TECNOLÓGICO. Processo pelo qual se tenta, sistematicamente, prospectar o futuro de longo prazo em relação à ciência, tecnologia, economia, meio ambiente e à sociedade, com o objetivo de identificar tecnologias genéricas emergentes e áreas estratégicas com potencial de produzir os maiores benefícios econômicos e sociais. (*TECHNOLOGICAL FORESIGHT*). (422).

FORMULAÇÃO ESTRATÉGICA, Processo de desenvolvimento da reflexão estratégica, resultado de uma elaboração cognitiva (diagnóstico, avaliação de alternativas, escolha e implantação) visando fatores como a estrutura, política e o poder, a cultura organizacional e mesmo as emoções. Portanto, trata-se do processo precedente às decisões a cargo dos estrategistas (ou estrategistas-decisores). (*STRATEGIC FORMULATION*). (452).

FRAMEWORK CYNEFIN. Proposto por Kurtz e Snowden, em 2003 o *framework Cynefin*, refere-se à percepção da situação em ambientes com características diversas e de grande complexidade. É composto pelos quadrantes: conhecido; conhecível; complexo; e caótico. (382).

FRAMING. Processo que implica em selecionar alguns aspectos da realidade percebida, tornando-os mais destacados no texto comunicativo, de tal maneira que consigam oferecer uma definição de um problema específico, uma interpretação causal, avaliação moral e/ou recomendação de tratamento para o assunto em pauta. (243, p. 52).

FUZZY LOGIC. Lógica inexata. Paradigma reflexivo aplicado a informações aproximadas ou imprecisas. Desenvolve variáveis descritivas utilizadas e aplicada a termos e de seu grau de participação em conjuntos pré-determinados. Sistemas de controle em equipamentos eletrônicos de produtos de consumo e outros sistemas de controle incorporados estão entre as aplicações mais utilizadas. (279).



GAMIFICAÇÃO. (1) Utilizado na indústria, faz uso de elementos do *design* de *games* em contextos *non-game* e de serviços. **(2)** Refere-se ao processo de aprimorar serviços com recursos da experiência de utilização de jogos para criar valor aos seus usuários. (*GAMIFICATION*). (199; 327).

GERENCIAMENTO DE TOMADA DE DECISÃO CORPORATIVA. (1) Atividade computacional de abordagem corporativa, que aplica sistemas analíticos baseados em regras, para gerenciar e implantar as decisões operacionais, como relacionamentos com funcionários, fornecedores e clientes. **(2)** A aplicação computadorizada de EDM (na sigla inglesa para *Enterprise Decision Management*) alterou o processo de tomada de decisão nas empresas, incorporando decisões baseadas em informações provenientes de dados comportamentais históricos, decisões anteriores e seus resultados. (*ENTERPRISE DECISION MANAGEMENT*). (*EDM*). (240).

GERENCIAMENTO DA INFORMAÇÃO. (1) Trata de como coletar, armazenar, consultar, distribuir e explorar a informação no interior das organizações e nas redes de fornecedores, clientes e outros parceiros. **(2)** Com foco no gerenciamento



estratégico da informação o modelo de seu processamento compreende quatro **(4)** etapas: identificação das necessidades e requisitos de informação (variedade de fontes de informação, o fato das pessoas não saberem o que não sabem, aquisição e coleta da informação; classificação e armazenamento/tratamento e apresentação da informação; desenvolvimento de produtos e serviços de informação; distribuição e disseminação da informação. (*INFORMATION MANAGEMENT*). (182, p. 14; 432, p. 114).

GERENCIAMENTO DE RISCOS EMPRESARIAIS. Métodos e processos usados numa empresa para gerenciar os riscos à sua missão, e para estabelecer a confiança necessária para que a empresa apoie missões compartilhadas. Envolve a identificação das dependências, da missão nas capacidades da empresa, identificação e priorização de riscos devido a ameaças definidas, implementação de contra medidas para fornecer uma postura de risco estática, respostas dinâmicas eficazes às ameaças ativas. Avalia o desempenho da empresa contra ameaças e ajusta as contramedidas conforme necessário. (*ENTERPRISE RISK MANAGEMENT*). (367).

GERENCIAMENTO ELETRÔNICO DE DOCUMENTOS (GED). **(1)** Tecnologia para gerar, controlar, armazenar, compartilhar e recuperar informações existentes em documentos. O termo GED foi bastante usado durante a década de 90, mas foi substituído em 2000 pela expressão Gestão de Conteúdo Empresarial (*Enterprise Content Management*). **(2)** Ver também: NBR ISO 19005-1 de 01/2009 – Gerenciamento de documentos. Tem formato eletrônico de arquivo de documento para preservação de longo prazo. É aplicável a documentos contendo combinação de dados, tipos de caracteres, *imagem raster* (imagens que contêm a descrição de cada pixel em oposição aos gráficos vetoriais) ou vetor (*ELECTRONIC MANAGEMENT OF DOCUMENTS. ENTERPRISE CONTENT MANAGEMENT*). (164, p. 178).

GESTÃO AMBIENTAL. **(1)** Parte do pressuposto que fatores ambientais e imperativos ecológicos devem fazer parte das metas a serem atingidas no processo de planejamento organizacional, a longo prazo, a fim de tornar as empresas sustentáveis. O termo *gestão ambiental* abarca o planejamento em nível ambiental, proteção, monitoramento, avaliação, pesquisa, educação, conservação e uso sustentável de recursos ambientais. Contribui e completa o desenvolvimento sustentável em nível regional e nacional. **(2)** Ver também a ABNT NBR ISO 14001:2015 – visa prover às organizações uma estrutura para proteção do meio ambiente e possibilitar uma resposta às mudanças das condições ambientais em equilíbrio com as necessidades socioambientais. **(3)** No caso da elaboração específica de relatórios de emissões e remoções de gases de efeito estufa (GEE) a ABNT disponibiliza a NBR ISO 14064 que inclui determinações para o projeto, por exemplo, desenvolvimento, gerenciamento, elaboração de relatórios e a verificação de um inventário de GEE da organização. (*ENVIRONMENTAL MANAGEMENT*). (304; 305).

GESTÃO DA CADEIA DE VALOR. Envolve gerenciar ativamente a cadeia de valor para atingir eficiência e expandir a capacidade organizacional, de forma a aumentar a cota de mercado (*market share*). Resulta em baixo custo de fazer negócio, com

tempo reduzido, produtos ou serviços com valor agregado, inventário e manutenção de estoque (*stock holding*) reduzido. (*VALUE CHAIN MANAGEMENT*). (551).

GESTÃO DA INFORMAÇÃO. (1) Aplicação de princípios administrativos à aquisição, organização, controle, disseminação e uso da informação para operacionalização efetiva de organizações de todos os tipos. (2) Definição e implementação de procedimentos de aquisição, análise, armazenamento, utilização, atualização e circulação da informação necessária ao bom funcionamento de uma organização. (3) Gestão da informação pode ser compreendida como um conjunto de atividades informacionais integradas com enfoque nos fluxos formais existentes no *ambiente organizacional*. 4) Planejamento, orçamento, manipulação e controle da informação através do seu ciclo de vida. (*INFORMATION MANAGEMENT*). (39; 131; 410; 683; 732).

GESTÃO DA INOVAÇÃO. (1) Aperfeiçoamento e substituição por novas rotinas mais apropriadas para lidar com um ambiente em contínua transformação, com elevados níveis de incerteza. (2) Busca, seleção e implementação do processo inovativo, apoiado no aprendizado contínuo ao longo da vida útil. (*INNOVATION MANAGEMENT*). (588; 659).

GESTÃO DA QUALIDADE TOTAL. (1) Processo contínuo de detectar, reduzir ou eliminar erros na fabricação, ao agilizar o gerenciamento da cadeia de suprimentos, melhorar a experiência do cliente e garantir que os funcionários estejam em dia com o treinamento. Com a gestão da qualidade total visa-se manter todas as partes envolvidas no processo de produção responsáveis pela qualidade geral do produto ou serviço final. (2) Modelo de administração que tem como objetivo aprimorar a qualidade dos processos organizacionais. Este aprimoramento envolve todos funcionários e grupos de interesse (*stakeholders*), no sentido de melhorar a qualidade das operações, fluxos e produtos. (3) Qualidade total inclui em seu conceito seis dimensões básicas. São elas: qualidade intrínseca, custo, atendimento, moral, segurança e ética. (4) Ver ISO 9001 Sistema de gestão da qualidade, que visa garantir a otimização de processos, propiciar maior agilidade no desenvolvimento de produtos e tornar a produção mais ágil, equivale à norma brasileira - NBR ISO 9001:2015. Ver também: Norma brasileira NBR ISO 10001 de 08/2013- Gestão da qualidade; satisfação do cliente; diretrizes para código de conduta para organizações. (*TOTAL QUALITY MANAGEMENT*). (*TQM*). (663).

GESTÃO DE ATIVOS. (1) Consiste em boas práticas que podem ser utilizadas pelas organizações em seu processo de controle de ativos e que buscam alcançar um resultado desejado e sustentável. O IAM (*Institute of Asset Management*) define gestão de ativos como sendo a ação coordenada de uma organização para realizar valor com seus ativos. (2) Fundamental para priorizar investimentos e concentrar esforços nos ativos mais críticos, que sustentam os processos da organização, refere-se a gestão de todo o ciclo de vida de um ativo, desde sua aquisição até o seu descarte. (3) Ver também ABNT NBR ISO 55000:2014 - visão geral, princípios e terminologia sobre gestão de ativos; ABNT NBR ISO 55001:2014; ABNT NBR ISO 55002:2018; ABNT NBR ISO 55010:2019, esta última referente às orientações sobre alinhamento de funções financeiras e não financeiras à gestão de ativos. (*ASSETS MANAGEMENT*). (285).



GESTÃO DE CONTEÚDOS. Definição e implementação dos procedimentos de criação, edição, armazenamento, organização e publicação de conteúdos, com especial relevo para os conteúdos digitais na *world wide Web*. (*CONTENT MANAGEMENT*). (201).

GESTÃO DE DADOS. (1) Desenvolvimento, execução e supervisão dos planos, programas e procedimentos destinados a definir, controlar, proteger e distribuir os dados de uma organização. **(2)** Processo administrativo por meio do qual um dado solicitado é adquirido, validado, armazenado, protegido e processado, assegurando sua acessibilidade, confiabilidade e tempestividade em resposta a necessidades de usuários. A melhor forma de gerir dados é a partir de uma questão, adquirindo então os dados necessários para responder a essa questão. (*DATA MANAGEMENT*). (34; 276; 386).

GESTÃO DE MUDANÇAS. (1) Processo, instrumentos e técnicas para gerenciar pessoas em resposta a mudanças, a fim de atingir resultados requeridos para o negócio. **(2)** Incorpora instrumentos organizacionais que podem ser utilizados para ajudar indivíduos a fazer uma transição pessoal de sucesso. **(3)** Deve levar em conta que qualquer mudança de processos, sistemas, estruturas organizacionais e/ou funções no trabalho, apresentam um lado técnico e um lado de gestão de pessoas. A gestão de mudança completa-se com a gestão de projeto (*Project management*). Juntas provêm a estrutura e os instrumentos necessários para gerenciar e realizar mudanças com sucesso, do lado técnico e pessoal. Enquanto a gestão de projeto está focalizada nas funções para atingir os requerimentos do projeto, a gestão da mudança focaliza as pessoas. (*CHANGE MANAGEMENT*). (555).

GESTÃO DE PROCESSOS DE NEGÓCIOS. (1) Suporte a processos de negócio utilizando métodos, técnicas e *software* para projetar, implementar, controlar e analisar processos operacionais que envolvem pessoas, organizações, aplicativos, documentos e outras fontes de informação. Refere-se a processos operacionais; os processos estratégicos que não podem ser explicitados são excluídos dessa definição. **(2)** Disciplina gerencial que integra estratégias e objetivos de uma organização com expectativas e necessidades de clientes, por meio do foco em processos. **(3)** Engloba estratégias, objetivos, cultura, estrutura organizacional, papéis, políticas, métodos e tecnologias para analisar, desenhar, implementar, gerenciar desempenho, transformar e estabelecer a governança de processos. **(4)** Abordagem com o objetivo de melhoria contínua dos processos de negócio, utilizando-se de uma variedade de ferramentas e metodologias para compreender os processos existentes, projetar novos processos e otimizá-los. (*BUSINESS PROCESS MANAGEMENT*) (BPM). (74; 387; 685).

GESTÃO DE PROJETO. (1) Aplicação de conhecimento, habilidades, instrumentos e técnicas, para projetar atividades ao encontro de requisitos de novo projeto. Isto se dá por meio da aplicação e integração dos processos do gerenciamento de projetos começando pela sua inicialização, planejamento, execução e controle, até obter o resultado pretendido. **(2)** Ver também a NBR ISSO 21503/12. 2017 sobre gestão de projetos, programas e portfólio, orientação sobre gestão de programas. (*PROJECT MANAGEMENT*). (555).

GESTÃO DE RISCOS. (1) Atividades coordenadas para direcionar e controlar uma organização concernente a riscos. **(2)** Combinação de probabilidades de ocorrência de um evento e suas consequências. **(3)** Combina conceitos de inteligência (competitiva, militar e de investigação). Integra a segurança e as necessidades da alta gestão, gerando sinergias para melhor tomada de decisões, considerando os riscos envolvidos. **(4)** Dependendo do contexto, há possibilidade de vários tipos de riscos relacionados à organização, tais como o adoecimento de uma pessoa chave ao negócio, aspectos financeiros (por ex. ligados ao investimento), aspecto ambiental (ex. poluição) ou segurança. **(5)** Ver também: Norma brasileira ABNT NBR ISO 30000:2018, Gestão de riscos Diretrizes; e ABNT NBR ISO/IEC 31010:2012, Gestão de riscos, Técnicas para processos de avaliação de riscos. (*RISK MANAGEMENT*). (367; 555).

GESTÃO DO CONHECIMENTO. (1) Processo de criação contínua de novos conhecimentos. Uma vez reconhecidos, disseminar conhecimentos de forma ampla na organização, visando sua incorporação em novos produtos, serviços, tecnologias e sistemas que podem induzir mudanças internas na organização. **(2)** Refere-se ao processo e práticas por meio das quais a organização gera valor a partir do conhecimento. **(3)** As práticas de gestão do conhecimento deverão estar alinhadas à missão, à visão de futuro e às estratégias organizacionais. **(4)** Pode ser vista como o conjunto de atividades para desenvolver e controlar todo tipo de conhecimento em uma organização, visando à utilização na consecução de seus objetivos. **(5)** Este conjunto de atividades deve ter como principal meta o apoio ao processo decisório em todos os níveis. Para isto, é preciso estabelecer políticas, procedimentos e tecnologias que sejam capazes de coletar, distribuir e utilizar efetivamente o conhecimento, representando fator de mudança no comportamento organizacional. **(6)** Esta gestão pode ser comparada a outro tipo efetivo de gerenciamento, que se inicia com o planejamento estratégico. Para definição de seus objetivos, é preciso ter uma visão macro da missão da organização e de sua ambiência. **(7)** Campo construído sobre bases teóricas da economia da informação, *gestão estratégica*, cultura organizacional, comportamento organizacional, estrutura organizacional, inteligência artificial, gestão da qualidade e medição de desempenho organizacional. **(8)** Conjunto de atividades ou práticas de que possibilitam a utilização das melhores informações e conhecimentos que circulam dentro da organização. Portanto, o processo de criação do conhecimento organizacional implica na adoção de práticas organizacionais que propiciem aos indivíduos, que nela atuam, desenvolverem características e rotinas que proporcionem a identificação, captura, organização, armazenagem, compartilhamento, aplicação e criação do conhecimento. (*KNOWLEDGE MANAGEMENT*). (KM). (51; 53; 297; 463; 489; 490; 520; 640; 766, p. 67).

GESTÃO DO CONHECIMENTO COMO BEM ADMINISTRATIVO ECONÔMICO. Tem como características: a) Explorar o conhecimento por meio das redes e tecnologias de informação e comunicação, para ganhos em vantagem competitiva; b) Compartilhar o conhecimento com os “outros” em dada economia (por exemplo, com fornecedores, parceiros e clientes). Contudo, pode haver restrição deste compartilhamento para evitar benefício de concorrentes; c) Regular a criação de conhecimento (propriedade intelectual) e proibição da difusão indevida do mes-



mo; d) Diferenciar conhecimento explícito e tácito; e) Diferenciar as organizações pela exploração do conhecimento tácito; f) Mitigar os riscos da gestão do conhecimento por meio de contratos para retenção de trabalhadores chave. (*KNOWLEDGE MANAGEMENT AS AN ECONOMIC ADMINISTRATIVE ASSET*). (88).

GESTÃO DO CONHECIMENTO E APRENDIZAGEM. (1) Tradicionalmente, processos de aprendizagem têm sido identificados como geradores de novos conhecimentos nos indivíduos submetidos a esses processos. Sob este ponto de vista, a aprendizagem pode ser considerada como fator corretivo do conhecimento corporativo. **(2)** Esse tipo de conhecimento é altamente sensível a episódios de fuga e obsolescência. Quando um membro abandona a organização, antes que seus conhecimentos tenham sido convertidos em conhecimentos corporativos, ou quando parte desse conhecimento organizacional perde sua vigência e operacionalidade por tornar-se obsoleto, poderemos constatar que se perdeu também uma parte do potencial do conhecimento corporativo referente à criação de valores para a própria organização. Entretanto, os episódios de fuga e da obsolescência podem ser-compensados ou equilibrados pelos processos de aprendizagem prévia. (*KNOWLEDGE MANAGEMENT AND LEARNING*). (520; 564).

GESTÃO DO CONHECIMENTO EM ORGANIZAÇÕES. Disciplina que visa projetar e implementar um sistema, com o principal objetivo de converter todo conhecimento tácito, explícito, individual, interno e externo existente na organização, sistematicamente, em conhecimento organizacional ou corporativo. Ao ser acessível e compartilhado, este permitirá aumentar o conhecimento individual de todos os seus membros, redundando numa melhor contribuição na consecução dos objetivos da própria organização. (*KNOWLEDGE MANAGEMENT IN ORGANIZATIONS*). (520).

GESTÃO DO CONHECIMENTO ESTRATÉGICO. Tipo do conhecimento nas organizações que inclui saberes relacionados ao planejamento, à descrição, impacto, predição, avaliação e geração de estratégias. (*STRATEGIC KNOWLEDGE MANAGEMENT*). (452).

GESTÃO DOCUMENTAL. (1) Campo da gestão responsável pelo controle eficiente e sistemático da produção, recepção, manutenção, uso e eliminação de documentos, incluindo os processos de captação e manutenção de provas e informações sobre as atividades de negócios e transações em forma de documentos (Ver ISO 15. 489-1, 2001). **(2)** Parte da gestão da informação das organizações. Relaciona-se às funções, atividades e tarefas organizacionais, contemplando a informação orgânica (gerada internamente) e não orgânica (gerada externamente), existente no ambiente organizacional. Trata-se de um conjunto de atividades documentais integradas com enfoque na informação arquivística. É gerada em decorrência das informações obtidas a partir do monitoramento do ambiente organizacional e de transações estabelecidas entre a organização e seus *stakeholders*. **(3)** Ver também: NBR ISO 30301 de 10/2016, Informação e Documentação,-Sistemas de gestão de documentos de arquivo, requisitos. (*DOCUMENT MANAGEMENT*). (683, p. 12-13).

GESTÃO DO FEEDBACK DE CLIENTES. Estratégia centrada no cliente –referindo-se a aplicativos da Web ou portais projetados para ajudar as empresas a obter ideias do retorno (feedback) do cliente, em termos de satisfação, ou de insatis-

fação, p. ex. transformando-as em produtos ou desenvolvimentos futuros. Desta forma, os clientes tornam-se direta ou indiretamente envolvidos, no processo de desenvolvimento do produto. Essa abordagem centrada no cliente pode contribuir no crescimento das empresas. (CUSTOMER FEEDBACK MANAGEMENT). (CFM). (56).

GESTÃO ESTRATÉGICA. (1) Trata-se de processo de busca de equilíbrio entre as atividades internas organizacionais com estratégias relacionadas a fatores externos. Foca na missão organizacional e seu equilíbrio em relação às forças externas de oportunidades ou ameaças, na busca do cumprimento de sua missão. (2) Harmoniza seu negócio e missão com as expectativas de seus *stakeholders*. (3) Utiliza-se de técnicas de gestão, avaliação e conjunto de ferramentas respectivas concebidas para ajudar empresas na tomada de decisões estratégicas de alto nível. (23; 271; 652; 747).

GESTÃO POR COMPETÊNCIAS OU GESTÃO DE PESSOAS POR COMPETÊNCIAS (GPC). (1) Modelo gerencial proposto para aprimorar os desempenhos profissional e organizacional. Baseando-se no pressuposto de que o domínio de certos recursos é determinante do desempenho de uma organização, esse modelo propõe-se a integrar e orientar esforços, sobretudo os relacionados à gestão de pessoas, visando a desenvolver e sustentar competências consideradas fundamentais à consecução dos objetivos organizacionais). (2) Insere-se no contexto da gestão estratégica uma vez que se caracteriza pela capacidade de alinhar políticas de gestão de pessoas à estratégia organizacional. (3) Constitui um processo contínuo, tomando como referência a estratégia organizacional para orientar esforços em torno da captação e do desenvolvimento das competências relevantes à organização. (4) Parte fundamental desse processo refere-se às ações empreendidas pela organização para induzir ou promover o desenvolvimento interno de competências por meio da aprendizagem. (5) A gestão por competências requer a adoção de estratégias para sistematizar, direcionar e facilitar os processos de aprendizagem que ocorrem na organização. (COMPETENCY MANAGEMENT). (77; 78; 253; 273; 302; 390; 499).

GESTOR DE BASES DE DADOS. Programa ou conjunto de programas de computador, para realizar gestão de funcionalidades da base de dados básicas, incluindo criação e manutenção de bases de dados. Este programa tem várias capacidades, inclusive a habilidade de fazer back up e restaurar, anexar, criar, clonar, deletar e renomear as bases de dados. (DATABASE MANAGER. DB MANAGER). (176).

GIG ECONOMY. (1) Trata-se de um arranjo alternativo de emprego. Uma forma de trabalho executada por pessoas que têm empregos temporários, contratados sob demanda, ou que fazem atividades de trabalho de *freelancer*, pagas separadamente, em vez de trabalhar para um empregador fixo. (2) A economia GIG inclui, principalmente, duas formas de trabalho: a chamada *crowd work* (trabalho com muitos) e *work on-demand* (trabalho sob demanda) via apps. (3) Historicamente, o termo da gíria americana *gig* é uma abreviatura de gigante. No século XX referia-se a apresentações de bandas de jazz e também de rock. Como seus componentes/artistas eram das poucas categorias que tinham flexibilidade de horário, ainda que sem os benefícios do emprego fixo, o termo “gig” acabou ‘pegando’ nesta era para referir-se ao trabalhador autônomo. Antigamente, os serviços autônomos estavam



limitados a poucas profissões, entre elas os músicos. Hoje, na economia digital chegou a outras atividades, como *designers*, programadores e redatores, que não são mais exclusivos de uma empresa, e podem trabalhar em várias empresas ao mesmo tempo. (287; 346, p. 33).

GLOBALIDADE. (1) Na teoria sistêmica todos os sistemas funcionam como um todo coeso, sendo que mudanças em uma das partes provocam mudanças de um conjunto no todo. **(2)** Fato que diferentes culturas e sistemas econômicos ao redor do mundo estão se assemelhando, devido à influência de grandes companhias multinacionais e pela melhoria das comunicações. (*GLOBALITY*). (689).

GLOBALIZAÇÃO. (1) Refere-se ao mundo com amplas conexões globais e interdependências. **(2)** Concretização do novo ciclo de expansão do capitalismo, como modo de produção e processo civilizatório de alcance mundial, abrangendo a totalidade do globo de maneira complexa e contraditória. **(3)** A “primeira globalização” comercial e financeira ocorre nos anos 1870 a 1914. A “segunda globalização”, com características semelhantes à primeira, do ponto de vista comercial e financeiro, acrescenta uma forte dimensão cultural e de comunicação, encontrando-se em curso desde os anos 1970-1980. (*GLOBALIZATION*). (330; 348; 355; 527, p. 35).

GOVERNANÇA CORPORATIVA. (1) Sistema pelo qual a companhia é dirigida e controlada, colocando-se os conselheiros de administração no centro de qualquer discussão. **(2)** No âmbito societário consiste em um processo que visa garantir o correto relacionamento entre credores, acionistas minoritários, acionistas controladores e gestores de uma empresa, maximizando dessa forma, seu valor e o retorno aos acionistas. **(3)** O propósito da governança é construir um ambiente confiável, com transparência e *accountability*. Esses pré-requisitos habilitam a empresa a receber investimentos de longo prazo. **(4)** A governança corporativa envolve essencialmente o equilíbrio dos interesses das várias partes interessadas de uma empresa: acionistas, executivos da alta administração, clientes, fornecedores, financiadores, governo e comunidade. Como a governança corporativa também fornece a estrutura para atingir os objetivos de uma empresa, ela abrange praticamente todas as esferas da gestão, desde planos de ação e controles internos até medição de desempenho e divulgação corporativa. (*CORPORATE GOVERNANCE*). (149; 499, p. 7; 656, p. 37).

GOVERNANÇA DE DADOS. (1) Dados são recursos de valor, tanto para homens de negócio como para executivos de TI. O reconhecimento de dados como ativos corporativos implicam que alguma forma de governança será benéfica para a gestão efetiva de dados, no sentido de obter-se dados de alta qualidade, de maneira consistente e acessível. **(2)** Processo pelo qual uma organização administra a quantidade, consistência, *usabilidade*, segurança e disponibilidade de dados. **(3)** Para obter dados de qualidade, as organizações devem adotar uma abordagem holística focada em pessoas, processos e tecnologia quantificando e medindo a qualidade desses dados de forma constante. **(4)** Ver também: NBR ISO/IEC 38505-1 de 01/2020, referente à Tecnologia da Informação e Governança da TI, normaliza a governança de dados. (*DATA GOVERNANCE*). (146; 275; 747).

GOVERNANÇA DAS MÚLTIPLAS PARTES INTERESSADAS. Sistema novo de governança que indica o conjunto de estruturas, regras e políticas com envolvimento das várias partes interessadas (*stakeholders*). (*MULTISTAKEHOLDER GOVERNANCE*). (468).

GOVERNANÇA DO CONHECIMENTO. Escolha de estruturas e mecanismos organizacionais que podem influenciar o processo de uso, compartilhamento, integração e criação de conhecimento em direção às metas preferidas e nos níveis preferidos. Os conceitos de governança do conhecimento surgem como tentativa de direcionar esforços de gestão do conhecimento, combinando o nível macro-organizacional (grupo) com o nível microorganizacional (individual). (*KNOWLEDGE GOVERNANCE*). (265; 266, p. 456).

GOVERNANÇA DIGITAL. (1) Utilização pelo setor público de recursos de tecnologia da informação e comunicação com o objetivo de melhorar a disponibilização de informação e a prestação de serviços públicos, incentivar a participação da sociedade no processo de tomada de decisão e aprimorar os níveis de responsabilidade, transparência e efetividade do governo. **(2)** Governança Digital é a maneira dos governos utilizarem as TICs para fornecer às pessoas informações e serviços governamentais, melhorar a qualidade desses serviços e oferecer a possibilidades de participação cidadã. Envolve um novo estilo de liderança e decisão sobre políticas e investimentos públicos. (*DIGITAL GOVERNANCE*). (81; 361).

GRAFO. Diagramas que consistem em um conjunto de pontos, juntamente com linhas que relacionam pares destes pontos. A abstração matemática de situações deste tipo dá lugar ao conceito de grafo. (*GRAPH*). (410).

GREENWASHING. Termo inglês, que significa “banho verde”. Trata-se da adesão falsa ou imprecisa aos conceitos de sustentabilidade na sigla inglesa ESG, amparada nos pilares: **ambiental, social e governança**. Utilizada indevidamente, numa injustificada apropriação de virtudes ambientalistas, por parte de pessoas ou organizações, mediante técnicas de marketing e relações públicas. (299).

GROUPWARE. Aplicativos que permitem desenvolver projetos por diversas pessoas (trabalho em grupo), mediante uso simultâneo dos mesmos programas e arquivos de dados ou bases de conhecimento. Exemplos: *Lótus Notes/Domino, Microsoft Exchange, OpenMind, Groupwise* etc. (80).

◇ H

HACKEAMENTO. (1) Aportuguesamento do termo inglês *hacking*, indicando tentativa de invasão ilícita de computadores (e também de celulares), por meio de acesso remoto via rede. **(2)** Os usuários desta modalidade de ‘invasão aos dados’ argumentam ser diferente do ato criminoso denominado *cracking*. (*HACKING*). (565).

HACKER. Termo emprestado do inglês, designa pessoa com conhecimento aprofundado de informática e computação que trabalha desenvolvendo e modificando *softwares* e *hardwares* de computadores, bem como desenvolvendo novas



funcionalidades nos sistemas de informática. Quando pratica atos ilícitos, como o espalhamento de vírus computacionais em outros sistemas, é denominado cracker ou pirata cibernético. (379)

HASHTAG. Palavra ou sequência de palavras marcada pelo sinal (#), usada geralmente para identificar assuntos nas redes sociais. (34).

HÉLICE QUÁDRUPLA. (1) Focalizando o novo comportamento social e cultural da era digital, entende-se por hélice quádrupla a cultura e valores revelados, que a realidade pública está construindo e comunicando pela mídia. Esta última é capaz de influenciar todos os sistemas de inovação. **(2)** Nessa perspectiva, os usuários são centrais no modelo e incentivam o desenvolvimento de inovações de seu interesse. Na hélice quádrupla acrescenta-se o fator mídia à hélice tríplice. (*QUADRUPLE HELIX*). (106; 107).

HÉLICE QUÍNTUPLA. Tem como foco o meio ambiente, considerado fator principal para a preservação, sobrevivência e vitalização da humanidade, devendo estar inserido nas políticas e propostas de desenvolvimento geral e regional. Portanto, a hélice quádrupla acrescenta ainda o fator *meio ambiente* à hélice quádrupla. (*QUINTUPLE HELIX*). (446; 760).

HÉLICE TRÍPLICE. (1) Surgiu como um quadro de referência para a análise dos sistemas de inovação baseados no conhecimento, enfatizando as relações entre os três principais atores no processo de criação de conhecimento e capitalização: a universidade, a indústria e o governo. Também é utilizada para designar a integração entre ciência, tecnologia e desenvolvimento. **(2)** A metáfora semântica da “hélice” é utilizada, também, em outros contextos (hélice quádrupla e hélice quádrupla). (*TRIPPLE HELIX*). (244; 531).

HIPERLIGAÇÃO. Consiste em uma referência dentro de um documento em hipertexto a outras partes desse documento, ou ainda a outro documento. Faz parte dos fundamentos das linguagens usadas para construção de páginas na *www*. (34). (*HYPERLINK*).

HOME OFFICE. Escritório “doméstico”. Espaço de trabalho situado na residência de uma pessoa para fins comerciais oficiais. Num outro contexto o termo também pode ser usado para descrever a sede administrativa corporativa de uma grande empresa. (322).

HTML (*HYPertext MARKUP LANGUAGE*). Linguagem de marcação de hipertexto que possibilita a preparação de documentos com gráficos e hiperligações, para visualização na *World Wide Web* ou em sistemas compatíveis. Permite a amadores criar conteúdos a baixo custo. O HTML tornou-se um sucesso não pelas organizações, mas pelos usuários, que puderam criar suas próprias páginas na *Web*. (34; 498).

HUMHUB. (1) *Software* de rede social gratuito (e de código aberto) construído por módulos para atender interesses empresariais na construção de intranets sociais, redes sociais empresariais e redes sociais privadas. **(2)** Instrumento de comunicação que permite trabalhos colaborativos. (326).

HYPertext. (1) Na editoração o hipertexto refere-se à apresentação escrita, organizada de modo tal que o usuário possa escolher vários caminhos. Ele pode partir de sequências associativas entre blocos, vinculados por remissivas sem estar preso a um encadeamento linear único. (2) Na informática o hipertexto é um termo que remete a um texto, no qual se agregam outros conjuntos de informação na forma de blocos de textos, palavras, imagens ou sons, cujo acesso se dá através de referências específicas. No meio digital são denominados hiperligações (*hyperlinks*), que ocorrem em forma de termos destacados no texto principal, ícones, gráficos ou imagem. Tem função de conectar diversos conjuntos informativos. (329).



IDENTIFICADOR UNIFORME DE RECURSOS. (1) Sequência compacta de caracteres para identificar um recurso abstrato ou físico. (2) Endereço exclusivo usado para identificar conteúdo na Web. A forma mais comum de URI é o endereço da página da Web, que é uma forma particular ou subconjunto de URI. Em inglês é chamado *UNIFORM RESOURCE IDENTIFIER (URI)* ou (*UNIFORM RESOURCE LOCATOR*). (URL). (674).

IMPACTO COLETIVO. Baseia-se na ideia de que os problemas sociais se devem a uma complexa combinação de ações e omissões por parte dos atores de todos os setores. Portanto, esse impacto só pode ser resolvido pelos esforços coordenados desses atores, por exemplo, a partir de agências governamentais, organizações de caridade e membros das populações afetadas. Os esforços de impacto coletivo têm sido significativos em questões como educação, falta de moradia, justiça juvenil, abuso de substâncias tóxicas, obesidade infantil, criação de emprego e poluição, entre outros. (*COLLECTIVE IMPACT*). (378).

IMPRESSÃO 3D. (1) A Impressão 3D, também conhecida como prototipagem rápida, é uma forma de tecnologia de fabricação aditiva onde um modelo tridimensional é criado por sucessivas camadas de material. Entre suas múltiplas utilidades inclui visualização de modelos em: CAD (*Computer Aided Design*) / prototipagem, que se encarrega de fazer o rascunho de parte do objeto, ou do objeto completo: em fundição de metal; arquitetura; construção civil; técnica geoespacial, entre outras. (2) Também veio agilizar os processos de produção nas organizações. Atualmente, uma grande diversidade de equipamentos, materiais, componentes, *software* e outros recursos relacionados à impressão 3D começou a visar os mercados de uma forma significativa. (3) Como exemplo, a tecnologia de impressão 3D está sendo estudada por empresa e academias de biotecnologia em engenharia de tecidos, onde órgãos e partes do corpo são construídos usando técnicas de jato de tinta, podendo produzir uma prótese de quadril personalizada. Entre outros exemplos, a Agência Espacial Europeia (ESA) está atualmente testando a construção de componentes de satélite para uso espacial, usando a impressão 3D. Em particular, estão sendo realizadas verificações em antenas de rádio 3D para uso de satélite. (2; 362).

INDICADORES. (1) Estatísticas usadas para medir as condições atuais, prever tendências financeiras ou econômicas. (2) Em economia, os indicadores geralmente se referem a dados econômicos usados para medir a situação geral da



economia e prever sua direção. Incluem o Índice de Preços ao Consumidor (IPC), Produto Interno Bruto (PIB) e números de desemprego. **(3)** Em organizações, um indicador-chave de desempenho se refere a uma medida quantificável usada para medir o sucesso de uma empresa em relação a uma meta ou de objetivo específico. (*INDICATORS*). (589).

INDICADORES BIBLIOMÉTRICOS. (1) Possibilitam analisar processos de produção, disseminação e uso da informação impressa. São utilizados para conhecer a qualidade e os déficits na atividade científica, medir o consumo de informação e bibliografia mais utilizada. Constituem um meio necessário para compreender a atividade científica de maneira geral. Permitem expressar quantitativamente um conjunto de características bibliográficas dos documentos estudados **(2)** Há três tipos de indicadores bibliométricos: *indicadores quantitativos* (medem a produtividade de determinado pesquisador); *indicadores de qualidade* (medem a qualidade, ou desempenho da produção individual de um autor); indicadores estruturais (medem conexões entre publicações, autores e áreas de pesquisa). **(3)** *Indicadores bibliométricos* são importantes para pesquisadores e organizações. As mensurações são utilizadas para decisões de financiamento, indicações e promoções de pesquisadores. A bibliometria é precursora da cientometria, infometria, webmetria e outros métodos quantitativos de informação. (*BIBLIOMETRIC INDICATORS*). (223; 518).

INDICADORES CHAVE DE DESEMPENHO. (1) Ferramentas de gestão, métrica de negócios para realizar a medição e consequente nível de desempenho e sucesso de uma organização ou processo. **(2)** Auxilia a organização a medir o progresso efetivo em relação a objetivos definidos. Por isto, há diferentes categorias de indicadores, que podem ser: indicadores quantitativos, indicadores qualitativos, principais indicadores, indicadores de atraso, indicadores de entrada, indicadores de processo, indicadores direcionais, indicadores acionáveis e indicadores financeiros. (*KEY PERFORMANCE INDICATORS. KEY SUCCESS INDICATOR*). (368).

INDICADORES DE INOVAÇÃO. (1) Em 2007, a Escola de Negócios para o Mundo (*INSEAD - Institut Européen d'Administration des Affaires*, teve o seu primeiro campus sediado na Europa, na floresta de Fontainebleau, França) onde lança a primeira edição do Índice Global de Inovação (GII), com a proposta de oferecer uma visão ampla de inovação tanto para os países desenvolvidos, como dos emergentes. O GII possibilita verificar quais as áreas e respectivas variáveis são consideradas impactantes na geração da inovação, assim como a situação das nações em relação a cada uma das variáveis. Desde então, o GII vem sendo editado periodicamente. A sétima edição do GII, lançada em 2014, avaliou 143 países, abrangendo 92, 9% da população mundial e 98, 3% do Produto Interno Bruto (PIB) do mundo doméstico (em dólares correntes dos EUA). Dentre eles figuram: instituições, capital humano e pesquisa, infraestrutura, sofisticação do mercado, sofisticação empresarial, produção científica, produção criativa. (*INNOVATION INDICATORS*). (224; 225).

INDÚSTRIA 4. 0. QUARTA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL. (1) Expressão que engloba tecnologias para automação e troca de dados e utiliza conceitos de sistemas ci-

ber-físicos, como internet das coisas e computação em nuvem. O termo “Indústria 4. 0” teve origem de um projeto estratégico de alta tecnologia do governo alemão, para promover a informatização da manufatura. **(2)** A primeira revolução industrial mobilizou a mecanização da produção, usando água e energia a vapor. A segunda revolução industrial, introduziu a produção em massa com a ajuda da energia elétrica. Em seguida veio a revolução digital e o uso de aparelhos e dispositivos eletrônicos, bem como tecnologia da informação para automatizar ainda mais a produção. **(3)** O termo foi usado pela primeira vez na Feira de Hanover, Alemanha, pelo Grupo de trabalho da indústria. Em abril de 2013, novamente na Feira de Hannover, o relatório final do Grupo de Trabalho da Indústria 4. 0 foi apresentado. **(4)** Sinônimo de manufatura inteligente, a indústria 4. 0 é a realização da transformação digital no campo da tomada de decisão em tempo real, com produtividade aumentada, flexibilidade e agilidade. **(4)** A ser regulada no Brasil pela recém-criada Comissão de Estudo Especial da Indústria 4. 0 (julho 2021), que desenvolverá a Norma ABNT/CEE 254, visando o fortalecimento do processo de transformação digital na indústria e compreendendo a aplicação e a integração das tecnologias vinculadas. (*FOURTH INDUSTRIAL REVOLUTION*). (267).

INFOCULTURA. Conjunto de valores materiais e intelectuais no campo da informação, seja nos seus sistemas historicamente determinados, seja como a reprodução e o funcionamento da informação na sociedade. (*INFOCULTURE*). (698).

INFOEXCLUSÃO. Exclusão Digital. Divisão Digital. Problema que abrange um amplo conjunto de regiões do planeta, em especial, zonas pobres e comunidades rurais, sem acesso às tecnologias da informação e comunicação. (*DIGITAL EXCLUSION. DIGITAL DIVIDE*). (34).

INFOINCLUSÃO. **(1)** A Inclusão digital trata da extensão a toda a sociedade, dos benefícios decorrentes do acesso às tecnologias da informação e comunicação. **(2)** Desenvolvimento de atividades que têm por objetivo chegar a uma sociedade da informação inclusiva, através da igualdade de oportunidades digitais, abrangendo: pessoas em desvantagem por razões de educação, de idade ou de falta de recursos; pessoas com deficiências; pessoas vivendo em áreas menos favorecidas (regiões remotas). (*DIGITAL INCLUSION*). (34).

INFOMEDIARIO. Indivíduo, agência/empresa, ou aplicativo que efetua a coleta de dados *online* e *off-line*, e de forma global, transformando-os em informação. Através de um fluxo eficiente, disponibiliza as informações para serem utilizadas em apoio à tomada de decisão. O diferencial deste serviço, muitas vezes está na capacidade de aproximar ao máximo a informação entregue à informação demandada. Neste contexto técnicas de inteligência competitiva tornam-se obrigatórias para o infomediário realizar suas funções. (*INFOMEDIARY. INFORMATION BROKER*). (720).

INFOMETRIA. **(1)** Estudo dos aspectos quantitativos da informação. Inclui a produção, a disseminação e uso de todas as formas de informação, não importa a sua forma ou origem. Além da *bibliometria* (sua precursora), a *infometria* abarca os seguintes campos: *cientometria* (estuda os aspectos quantitativos da ciência); *Webmetria* (estuda os aspectos quantitativos da *World Wide Web*); *cybermetria* (semelhante à *Webmetria*, amplia o seu escopo para incluir recursos eletrônicos)



e a *altmetria* (estuda o uso das redes sociais, como o Twitter p.ex.) na avaliação de pesquisas. **(2)** Este campo ganhou fôlego a partir da década de 1960, com as possibilidades de automação e com a criação do campo de estudos de análise de citação. Seguiram-se diversas teorias (teoria epidêmica do crescimento da literatura, teoria do acoplamento bibliográfico) e variações de campo de atuação infometria e outras – todas preservando a mesma lógica na quantificação informacional. **(3)** Recentemente, tem havido um crescente interesse na medição do impacto que causa a produção científica e tecnológica na economia, por meio de uma linha de investigação que liga a pesquisa básica à produção de patentes e a outros indicadores para analisar a difusão do conhecimento científico. **(4)** O estudo de aspectos quantitativos da ciência e tecnologia incluem formas de medir a qualidade e o impacto da pesquisa, compreender os processos de citações, mapear campos científicos e o uso de indicadores na política e no gerenciamento das pesquisas. Esses aspectos quantitativos podem ser analisados empregando várias métricas, auxiliadas por pacotes de *software*. Alguns exemplos recentes incluem o pacote R Bibliometrix (principalmente para as análises de desempenho); o VOSviewer (mapeamentos bibliográficos); Gephi (para calcular as métricas de redes); CiteSpace (gerar e analisar redes bibliométricas); yEd (para visualizar espaços conceituais). (25; 29; 121; 464; 550; 620; 655; 687; 762).

INFONOMICS. A Infonomia é uma disciplina emergente da gestão e contabilização da informação, desenvolvida com o mesmo rigor e formalidade que outros ativos e passivos tradicionais (tais como ativos financeiros, físicos e intangíveis e capital humano). A infonomia postula que a informação em si atende a todos os critérios dos ativos formais da empresa e, embora ainda não seja reconhecida pelo GAAP (Generally Acceptable Accounting Principles), é utilizada nas organizações como um ativo real. (335).

INFORMAÇÃO. (1) Estruturas significantes com a competência de gerar conhecimento no indivíduo, em seu grupo, ou na sociedade. **(2)** Base do processo de inteligência competitiva, cujo escopo consiste na análise das necessidades de informação da empresa e de sua disponibilidade. **(3)** Conhecimento comunicado. **(4)** Ação interna de atribuição de significado dada pelo próprio sujeito sobre dados, fatos, sons, imagens ou sinais, para que possa ter sentido. **(5)** Mudança no conhecimento do indivíduo e também conhecimento relevante para uma situação específica, por exemplo, a resolução de um problema. (*INFORMATION*). (50, p. 407; 105, p. 148; 557).

INFORMAÇÃO DIGITAL. A informação digital, contida no documento eletrônico/digital apresenta-se em formatos de multimídia. Pode ser desdobrada em: animações, gráficos, mapas, vídeos, áudios, apresentações, *links* ou quaisquer outras. (*DIGITAL INFORMATION*). (164, p. 203; 706, p. 21).

INFORMAÇÃO DIGITAL EM ACESSO LIVRE. (1) Muitos conteúdos são apresentados em bases de dados disponibilizadas em acesso livre na internet, sendo recuperáveis em repositórios digitais, apontadores, portais, sites de busca, bibliotecas virtuais e bibliotecas digitais. (*DIGITAL INFORMATION IN FREE ACCESS*). (123; 124; 706, p. 71).

INFORMAÇÃO ESTRATÉGICA. Permite à organização criar planos de desenvolvimento estratégico. Constitui a informação básica para o planejamento, sendo parte do sistema de informação estratégica. (*STRATEGIC INFORMATION*). (164, p. 203; 452).

INFORMAÇÃO IMPERFEITA. (1) É aquela informação, total ou parcialmente incerta, incompleta, não confiável, vaga ou em parte verdadeira. A imperfeição na informação resulta, basicamente da incerteza dos cenários do mundo real, em constante mutação. **(2)** Na teoria dos jogos, diz-se que um jogo tem informação perfeita se todos os participantes conhecem todas as jogadas efetuadas. O xadrez é um exemplo de um jogo com informação perfeita, pois cada jogador pode ver todas as peças no tabuleiro em qualquer momento. (*IMPERFECT INFORMATION*). (160).

INFORMAÇÃO ORGANIZACIONAL. Resulta de sistemas processadores de informação que objetivam cumprir tarefas internas, coordenar atividades, e interpretar o ambiente externo. Esses sistemas processam informação para diminuir a incerteza e a ambiguidade, usando-a em três arenas básicas: na criação de significados para o entendimento do seu ambiente; na construção de conhecimentos para suprir suas lacunas de conhecimento e desenvolver novas competências; e na tomada de decisões para escolher formas de ação. Dessa forma, as organizações têm de administrar a ambiguidade, aprendizagem e incerteza, assegurando sua sobrevivência em um ambiente competitivo. (*ORGANIZATIONAL INFORMATION*). (127, p. 370; 167, p. 555-557; 170; 325; 416; 452, p. 56-57).

INFORMAÇÃO PARA NEGÓCIOS. Informação para subsidiar o processo decisório do gerenciamento das empresas industriais, de prestação de serviços e comerciais nos seguintes aspectos: companhias, produtos, finanças, estatística, legislação e mercado". (*BUSINESS INFORMATION*). (458, p; 321; 491; 651).

INFRAESTRUTURA DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO. (1) Conjunto de sistemas (*hardware* e *software*) e de serviços que oferecem a base para a organização e comunicação de dados entre dois ou mais sistemas de computadores. **(2)** Utilizada para se referir a soluções integradas baseadas na fusão das tecnologias de informação e comunicação. (*INFORMATION AND COMMUNICATION INFRASTRUCTURE*). (313).

INOVAÇÃO. (1) Capacidade da organização de superar a concorrência, estabelecendo (temporariamente) um monopólio com a criação de produto, serviço ou processo. **(2)** Processo estratégico, em que o negócio continuamente passa por reinvenção, gerando novos conceitos e novas formas de gestão. **(3)** A inovação parte de um conjunto de ações de melhoria em produtos e processos. Promove ações que envolvem o compartilhamento de conhecimento e de informações, aplicação ou aquisição de tecnologia e análises que visam a diferenciação entre empresas concorrentes. **(5)** A inovação depende de duas condições: potencial de pesquisa e capacidade de especificação. Os novos conhecimentos precisam ser descobertos, depois aplicados em objetivos específicos, em um determinado contexto organizacional. (*INNOVATION*). (46; 102; 113; 161; 258; 310; 598).

INOVAÇÃO ABERTA. (1) Uso de entradas e saídas de conhecimento para acelerar a inovação interna e expandir os mercados para uso externo de inova-



ção. Inclui agentes externos como clientes, fornecedores e outras empresas. **(2)** A inovação aberta pode ser facilitada pelas TICs que promovem e flexibilizam inovações de produto e processo. Por meio de plataformas colaborativas pode-se facilitar a participação das partes envolvidas, tendo como resultado mudanças organizacionais e aumento da capacidade inovadora. **(3)** Para que as inovações ocorram, são necessárias mudanças na qualificação profissional, organização do trabalho, integração, controle operacional, relações e, principalmente, na cultura gerencial. É preciso harmonizar pessoas, processos e tecnologias. **(4)** Movimento de entrada e saída do conhecimento de empresas e instituições, especialmente, universidades e centros de pesquisa. É um caminho para colocar novos produtos no mercado, com menos custo e mais agilidade. **(5)** Também é entendida como processos em que indústrias e organizações promovem ideias, pensamentos, processos e pesquisas. (*OPEN INNOVATION*). (57; 123; 124; 317).

INOVAÇÃO DISRUPTIVA. **(1)** inovação tecnológica, produto, ou serviço com características disruptivas, que provocam uma ruptura com padrões, modelos ou tecnologias já estabelecidos no mercado. **(2)** Aquela inovação que provoca uma ruptura no antigo modelo de negócios, considerada, por exemplo, uma oportunidade de novos mercados que favorece o aparecimento de novos entrantes. Muitas vezes, trata-se de uma estratégia de mercado dirigida à uma população ou mercado, que anteriormente não tinha acesso a bens e serviços. (*DISRUPTIVE INNOVATION*). (135).

INOVAÇÃO FECHADA. No século XX, predominou a filosofia da inovação fechada, na qual uma empresa gera, desenvolve e comercializa suas próprias ideias. Acreditava-se que para a inovação ser bem-sucedida necessitava-se de total controle. (*CLOSED INNOVATION*). (123; 124).

INOVAÇÃO INCREMENTAL. INOVAÇÃO CONTÍNUA. **(1)** Focaliza em pequenas mudanças de melhorias, efetuadas sistematicamente, e/ou incrementando, melhorando e aprimorando inovações existentes. Tem uma maior relação com demandas de mercado, uma vez que adapta produtos existentes às necessidades dos clientes. **(2)** As inovações incrementais, normalmente, ocorrem dentro de um paradigma tecnológico já existente. (*INCREMENTAL INNOVATION*). (41; 136; 170).

INOVAÇÃO RADICAL. INOVAÇÃO DESCONTÍNUA. **(1)** Aquela que provoca grandes mudanças no mundo. **(2)** Introduce novos conceitos, que rompem significativamente com práticas passadas, possibilitando a criação de produtos e processos baseados em distintos princípios científicos e/ou tecnológicos. A inovação radical costuma estar mais relacionada com avanços tecnológicos recentes. (*RADICAL INNOVATION*). (107; 135).

INOVAÇÃO TECNOLÓGICA. **(1)** Criação ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo ou social, do qual resultam em novos produtos, processos ou serviços de natureza tecnológica. **(2)** A capacidade disruptiva da inovação tecnológica pode influenciar profundamente as populações organizacionais, perturbando os mercados, mudando a importância relativa dos recursos, desafiando as capacidades de aprendizagem organizacional e alterando a base da competição. **(3)** A inovação tecnológica é um processo de “destruição criativa”. As tecnologias evoluem

ao longo do tempo por meio de ciclos de longos períodos de mudança incremental, que aprimoram e institucionalizam uma tecnologia existente. Isto é pontuada por descontinuidades tecnológicas nas quais tecnologias, novas e radicalmente superiores deslocam as antigas (e inferiores), possibilitando melhorias de ordem de grande magnitude, e afetando o desempenho organizacional. (*TECHNOLOGIC INNOVATION*). (591).

INTEGRAÇÃO DE DADOS DOS CLIENTES. Processo de coleta, organização e distribuição de informações sobre os clientes dentro da organização. Na sigla inglesa CDI (*Customer data integration*) intensifica-se o uso dessas informações para aumentar a satisfação dos usuários, busca a ampliação de seu número e, também o lucro da empresa. Para atingir tais propósitos utilizam-se técnicas de integração de dados que, por sua vez, fazem parte do ‘pacote’ de gerenciamento de relacionamento com o cliente (*Customer relationship management (CRM)*). (*CUSTOMER DATA INTEGRATION*). (CDI). (156).

INTELIGÊNCIA. (1) Na perspectiva administrativa e de negócios trata-se da habilidade de capturar, compartilhar e extrair significado de sinais da ambiência externa que afetam de forma positiva ou negativa a organização e sua sobrevivência institucional. **(2)** Conceito com dois significados – *posse do conhecimento* e *criação do conhecimento*. A posse – refere-se ao acúmulo de conhecimento organizacional, registrado em sua memória (documentos, relatórios, estatísticas, entre outros), utilizada para compreender e resolver problemas iguais ou similares. A criação do conhecimento se dá, quando uma nova solução aparece para resolver problemas, sem registro prévio **(3)** Inteligência pode ser entendida, também, como oportunidade, a partir do conjunto de conhecimentos organizacionais acumulados e contextualmente relevantes (registrados previamente), que permitem à organização atuar com vantagem competitiva. **(4)** Pode ainda, ser vista como conhecimento sintetizado e aplicado a uma determinada situação ou problema, para ganhar maior profundidade de conhecimento da mesma. **(5)** Resulta da síntese do mosaico de conhecimentos da empresa, podendo ser usada com julgamento e intuição por tomadores de decisão. Dessa forma, pode se obter uma visualização completa de uma situação ou de um problema. (*INTELLIGENCE*). (300; 306; 646).

INTELIGÊNCIA ANALÍTICA ESTRATÉGICA. (1) Como ferramenta gerencial, trata de uma forma específica de pesquisa que observa e analisa o ambiente macro organizacional, ao nível e detalhe necessários, buscando compreender ameaças, riscos e oportunidades, no sentido de determinar programas e políticas a longo prazo. **(2)** Prática analítica que focaliza questões que possam afetar a organização e seu posicionamento na ambiência em nível macro, não perdendo de vista seus desdobramentos táticos e operacionais. **(3)** Qualquer resultado de análise estratégica que não seja capaz de responder à questão: “o que podemos fazer em nível prático?”, deve-se considerar incompleto. (*STRATEGIC INTELLIGENCE ANALYSIS*). (429, p. 5, 8).

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL. (1) Ciência e engenharia de produzir máquinas inteligentes. É uma área da ciência da computação que busca resolver problemas utilizando métodos inspirados na inteligência humana, incorpora conceitos, tais



como *ciência de dados, aprendizado profundo e aprendizado de máquina*. **(2)** Área de pesquisa da computação, dedicada a buscar métodos ou dispositivos computacionais capazes de multiplicar a capacidade racional do ser humano em resolver problemas, pensar ou (de forma ampla), ser inteligente. (ARTIFICIAL INTELLIGENCE). (202; 370).

INTELIGÊNCIA COLETIVA. Reunião de contribuições menores e incrementais da comunidade em um corpo de conhecimento coerente e útil. Trata-se de um conceito sociológico que descreve como o conhecimento de um grupo começa a se formar quando pessoas trabalham juntas. Ao interagir e até competir uns com outros, o grupo compartilha informações e resolve problemas coletivamente. (COLLECTIVE INTELLIGENCE). (160).

INTELIGÊNCIA COMPETITIVA (IC). **(1)** Processo ético de identificação, coleta, tratamento, análise e disseminação da informação estratégica para a organização, viabilizando seu uso no processo decisório. **(2)** Conjunto de técnicas para a produção de conhecimento sobre mercados, competidores, produtos, tecnologias, além de outros pontos de interesse, que nascem a partir da necessidade de melhorar os resultados obtido pelas empresas. A IC rastreia as atividades dos concorrentes numa ampla gama de áreas, atuando como um radar. Deve ser capaz de detectar novas oportunidades ou ameaças e permitir a tomadores de decisão o conhecimento de informações, mesmo que *a priori* pareçam insignificantes. **(3)** Seleção, coleta, processamento, interpretação, análise e distribuição de informações sobre a concorrência e o ambiente externo do negócio. Ao mesmo tempo, constitui um produto e um processo. É um produto, pois trata de informação acionável como base para ações específicas. É um processo enquanto atividade sistemática de aquisição, análise e avaliação de informações para obter vantagem competitiva. **(4)** A IC pode ainda ser definida como processo que abrange os aspectos que envolvem a dinâmica do mercado, sempre visando aumentar a vantagem competitiva da organização. Para tanto, inclui ações e reações dos concorrentes, fornecedores, clientes, parceiros e potenciais concorrentes, além de fatores subliminares ao mercado, tais como a regulamentação governamental e a cultura do respectivo país. **(5)** Trata-se um processo realizado por meio da coleta (de maneira ética) e do uso da informação pública e disponível sobre tendências, eventos e atores, no ambiente externo da organização. Pode ser sistematizada para ser utilizada dentro da análise de cada organização. (COMPETITIVE INTELLIGENCE). (144; 277; 360; 408; 443; 473; 551; 558; 646; 708; 583).

INTELIGÊNCIA COMPETITIVA E ESPIONAGEM. Aplicada em atividades de espionagem, a Inteligência Competitiva, adicionando seus recursos a outros, pode visar a obtenção de dados e conhecimento de modo intrusivo ou invasivo, em benefício de estados, organizações ou indivíduos. Contudo, ao tratar-se especificamente de organizações ou empresas, tais ações contrariam os princípios da ETICA ORGANIZACIONAL. (COMPETITIVE INTELLIGENCE AND ESPIONAGE). (33)..

INTELIGÊNCIA DA CONCORRÊNCIA. Define-se a partir da inteligência organizacional, que acompanha a evolução das estratégias dos demais competidores, ao

longo do tempo, as ameaças do surgimento de produtos substitutos e de novos entrantes na indústria. (*CONCURRENCE INTELLIGENCE*). (195; 583).

INTELIGÊNCIA CULTURAL. (1) Motivada pela realidade prática da globalização no respectivo local de trabalho. É definida como a capacidade de adaptação eficaz em diferentes ambientes culturais. **(2)** Capacidade maleável, associada a um comportamento adaptativo em novos contextos que variam conforme a exposição cultural, treino, socialização e outras experiências. **(3)** Conjunto de capacidades e competências, permitindo interpretar comportamentos e situações que não sejam familiares, inclusive idiossincráticos num determinado indivíduo ou numa situação específica, além de identificar comportamentos considerados universais a toda a humanidade. **(4)** Assume-se como importante um construto que permite captar importantes aspetos da estratégia, motivação, desempenho e adaptação eficaz em diversos contextos culturais. Torna-se assim uma potencial ferramenta de diagnóstico do sucesso intercultural. (*CULTURAL INTELLIGENCE*). (226; 227; 228; 260).

INTELIGÊNCIA DE MERCADO. (1) Conjunto de procedimentos e fontes usadas pelos executivos para obter suas informações diárias, referentes aos conhecimentos relacionados ao ambiente de marketing. **(2)** Mapeamento de tendências dos consumidores, buscando identificar suas necessidades e preferências, em busca de novas oportunidades de mercado. **(3)** Preocupa-se com atitudes, opinião, comportamento e necessidades de indivíduos e organizações. A inteligência de mercado enfatiza o consumidor, produto, preço, lugar e promoção. (*MARKET INTELLIGENCE*). (196; 354; 375; 515; 583).

INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIOS. (1) Também conhecida como *business intelligence*, é uma expressão terminológica criada pela IBM no início da década de 1990. Refere-se a conjunto de ferramentas tecnológicas (*business analytics*), aplicadas aos sistemas gerenciais para promover o melhor uso da informação gerada nos sistemas operacionais e negociais da organização. **(2)** Processo sistemático de aquisição, tratamento e análise de informações, visando facilitar a tomada de decisão. Constitui-se de um conjunto de tecnologias que visam promover e dar suporte num ambiente informacional na empresa: ferramentas de extração e conversão, bancos de dados voltados para consultas complexas, ferramentas inteligentes de prospecção e análise de dados e ferramentas de administração e gerenciamento. **(3)** Entendida também como infraestrutura tecnológica de apoio à decisão, que pode ir desde a fase operacional até a estratégica. Seu conjunto de técnicas e ferramentas é denominada tecnologias BI (*business intelligence*). Muitas vezes, o termo se confunde com a própria tecnologia, especialmente com o processo de *datawarehouse* (DW) e *data mining* (DM). Tecnologias comuns ao *business intelligence* (BI) para obtenção de integração, limpeza, pesquisa e análise de dados visam propiciar fácil interpretação de grande volume de dados (*BUSINESS INTELLIGENCE*). (BI). (33; 98; 301; 404; 405; 524, p. 6; 646).

INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIOS 2. 0. Refere-se a ferramentas de negócios e tecnologias que provêm recursos e capacidades novas e exclusivas. Difere dos métodos tradicionais de inteligência de negócios de consulta de dados, pois incorpora uma arquitetura orientada a serviços e à *Web 2. 0*. Traz uma abordagem baseada na Web e no navegador para coletar informações. A inteligência de ne-



gócios concentra-se no contexto dos fluxos de dados e no *insight*, e não apenas em informação. (*BUSINESS INTELLIGENCE 2.0*). (BI 2.0). (98).

INTELIGÊNCIA DE REDE. Tecnologia que permite que os provedores de serviços de comunicação (CSPs) captem e reconheçam os níveis de assinante, serviço e aplicativo contidos no tráfego da rede. Tais informações são analisadas e expostas para integração com outros aplicativos na retaguarda (*back office*). Permitem que os serviços de comunicação, apliquem políticas granulares para influenciar a experiência do cliente e adaptem-se a mudanças dinâmicas no uso de aplicativos e serviços. A solução é baseada em plataformas de hardware e *software* não proprietárias, e pode ser usada por serviços de comunicação (na sigla em inglês *CSP – Communication service provider*) em qualquer rede. (*NETWORK INTELLIGENCE*). (NI). (482; 644).

INTELIGÊNCIA DE SEGURANÇA EMPRESARIAL. Conceito que reconhece a segurança empresarial como serviço explícito, tratando-a como objetivo estratégico. Visa a segurança de tecnologias de informação da empresa e gerenciamento de riscos, oferecendo um modelo para o gerenciamento de risco. (*ENTERPRISE SECURITY INTELLIGENCE (ESI)*). (242).

INTELIGÊNCIA ECONÔMICA. (1) Conjunto de ações coordenadas de pesquisa, tratamento e distribuição de informações úteis para o desenvolvimento econômico. **(2)** Atividade organizada em nível nacional e não apenas em nível de empresa. Sua finalidade consiste em fornecer, aos responsáveis pela tomada de decisão nas empresas e no Estado (atores econômicos), os conhecimentos necessários para a compreensão de seu entorno social, político, ambiental e econômico, podendo assim ajustar suas estratégias individuais e coletivas. **(3)** De abordagem francesa, a Inteligência econômica é caracterizada por três aspectos: a) *onipresença do governo* e suas iniciativas na economia; b) *a emergência de programas regionais*; c) *desenvolvimento da capacitação permanente*. Há um verdadeiro paradigma na inteligência francesa para facilitar a parceria público-privada na análise e compartilhamento de informações em benefício da tomada de decisão econômica das empresas, e reforço da influência do País. **(4)** A inteligência econômica também é de responsabilidade das empresas. A descrição da empresa como cadeia de valor, hoje usada na análise relativa ao ambiente empresarial, permite aos dirigentes de empresas ter um quadro das características de cada um dos segmentos que a compõem, auxiliando a definição das estratégias. (*ECONOMIC INTELLIGENCE*). (14; 108; 354; 423 ; 646).

INTELIGÊNCIA ESTRATÉGICA. (1) Processo informacional coletivo e contínuo pelo qual um grupo de indivíduos busca, coleta e utiliza informações relacionadas às mudanças susceptíveis de se produzirem no ambiente exterior da empresa, com o objetivo de criar oportunidades de negócios e de reduzir riscos e incertezas. **(2)** Antecipar oportunidades e problemas/ameaças pela capacidade de coletar e analisar (individual e coletivamente) dados (internos/externos, formais/informais, quanti e qualitativos, para apoiar a tomada de decisão. **(3)** O foco da inteligência estratégica reside na análise profunda sobre aspectos (ambientais externos) de importante significado para os mais altos níveis gerenciais. (*STRATEGIC INTELLIGENCE*). (272; 398; 430, p. 39).

INTELIGÊNCIA ESTRATÉGICA ANTECIPATIVA COLETIVA. Processo de monitoramento organizacional focalizado em decisões de impacto estratégico lastreadas na exploração, captação e atribuição (interna) de sentido coletivo para sinais provenientes do ambiente (externo), visando a antecipação e inovação. Seu objetivo fundamental é transformar sinais fracos (indícios antecipativos) em informação com vistas à tomada de decisão. Utilizam técnica de interpretação, visando a criação de sentido, como p.ex. o método L. E. *SCAnning*. (*COLLECTIVE ANTICIPATORY STRATEGIC INTELLIGENCE*). (398).

INTELIGÊNCIA ESTRATÉGICA E SOCIAL. Monitoração abrangente de fatores como regulamentação, questões financeiras, fiscais, econômicas e políticas, bem como aspectos relacionados aos recursos humanos e sociais. (*STRATEGIC AND SOCIAL INTELLIGENCE*). (196; 583).

INTELIGÊNCIA ORGANIZACIONAL. Ciclo contínuo de atividades que incluem o sensoriamento/monitoramento do ambiente, desenvolvimento de percepções e a criação de significados por meio da interpretação, utilizando a memória referente a experiências passadas e escolhendo ações baseadas nas interpretações desenvolvidas, preocupando-se também com prospecção de futuros possíveis. (*ORGANIZATIONAL INTELLIGENCE*). (128; 131; 728).

INTELIGÊNCIA ORGANIZACIONAL E COMPETITIVA. Capacidade de uma corporação em sua totalidade, de reunir informação, inovar, criar conhecimento e atuar efetivamente, baseada no conhecimento que ela gerou. (*ORGANIZATIONAL AND COMPETITIVE INTELLIGENCE*). (291, p. 3342; 370).

INTELIGÊNCIA SOBRE CLIENTES. (1) Processo de captura, seleção, análise, gerenciamento de informações e criação de conhecimento as respeito de clientes para a tomada de decisão, seja ela estratégica ou operacional, desde a etapa de prospecção até a gestão (informacional) com referência ao próprio cliente. **(2)** Processo de capturar, selecionar, analisar, gerenciar informações, criando conhecimento para o processo de tomada de decisão. Em inteligência de clientes as técnicas mais utilizadas são segmentação de mercado e *customer experience* (experiência do consumidor). (653).

INTELIGÊNCIA TÁTICA E OPERACIONAL. Inteligência que serve às necessidades diárias de supervisores e gestores de linha (supervisores que gerenciam apenas trabalhadores operacionais), a qual focaliza atividades de rotina, imediatas ou de continuidade da organização. (*TACTICAL AND OPERATIONAL INTELLIGENCE*). (430, p. 13).

INTELIGÊNCIA TECNOLÓGICA. Preocupa-se com a relação custo/benefício das tecnologias atuais e futuras, além de tentar prever discontinuidades tecnológicas. (*TECHNOLOGICAL INTELLIGENCE*). (195; 589).

INTERFACE COM USUÁRIO. Refere-se à combinação de controle e opções de *design* que definem como os usuários interagem com um serviço, um sistema ou um objeto. Todo aplicativo de *realidade virtual* tem uma interface de usuário, e quanto mais suave (ergonômica) for projetada mais intuitiva será a interação entre um programa e um usuário. (*USER INTERFACE*). (UI). (757).



INTERNET. (1) Ambiente midiático (rede), incubadora espontânea de instrumentos de comunicação, enquanto um sistema auto-organizante e criativo. Além de criar novos instrumentos, a rede acolhe também as mídias de massa. Sua vitalidade encontra-se na circulação de informação ponto a ponto (não massiva), na conexão generalizada, na universalização do acesso e na libertação do polo da emissão. **(2)** A origem da rede mundial de computadores, remonta ao *Arpanet* (*Advanced Research Project Agency*), em setembro de 1969. É a interligação física de milhões de computadores ao redor do mundo, todos fazendo parte de uma única rede.

INTERNET DAS COISAS. Conjunto de objetos ligados à internet, capazes de comunicar com os humanos, mas também entre si, graças a sistemas de identificação eletrônica, permitindo-lhes recolher, transmitir e tratar dados, com ou sem intervenção humana. Seus usos incluem sensores, controladores, utilidades domésticas, e outros. (*INTERNET OF THINGS*). (IoT.) (743)

INTERNAUTAS. Usuários da Internet (*NETIZENS*).

INTEROPERABILIDADE. Capacidade dos sistemas de informação de operar conjuntamente, cada um com seu protocolo de comunicação, *hardware*, *software*, aplicativo e suas camadas de comunicação de dados. (*INTEROPERABILITY*). (532, p. 35).

INTEROPERABILIDADE FUNCIONAL. (1) Interação entre dois ou mais sistemas (equipamentos, sistemas de informação, bases de dados) para trocar informações de acordo com um conjunto de regras definidas. **(2)** Capacidade de interoperabilidade de dados, processos e serviços computacionais; no tocante aos dados, trata-se garantir uma comunicação de conceitos semelhantes. É considerado o passo inicial para atingir a interoperabilidade semântica. (*FUNCTIONAL INTEROPERABILITY*). (532, p. 35).

INTEROPERABILIDADE SEMÂNTICA. (1) Modelo de interação entre conceitos dentro de um domínio, e os relacionamentos entre esses conceitos. **(2)** Significado ou semântica das informações de diferentes origens, uniformizada por meio de ferramentas comuns de representação da informação, como classificação e ontologias. **(3)** Capacidade de dois ou mais sistemas heterogêneos trabalharem em conjunto, compartilhando as informações entre eles com entendimento comum de seu significado. (*SEMANTIC INTEROPERABILITY*). (96; 716).

INTERPRETAÇÃO. (1) Está no centro do ciclo de inteligência, ao tentar explicar os significados dos dados coletados para a organização. É preciso balancear o *conservantismo* (interpretação de dados de acordo com as crenças existentes) com o *espírito empreendedor* (interpretação de dados para explorar novas alternativas). **(2)** A interpretação conduz ao entendimento e à percepção criativa, por intermédio dos quais as consequências e oportunidades futuras são antecipadas e avaliadas. Sob certo ponto de vista, a interpretação possibilita a obtenção de significado sobre onde a organização estava no passado, onde ela está atualmente, e onde pretende estar no futuro. A obtenção de significado é um processo social, que requer um processo de socialização e troca de informações interpessoais. (*INTERPRETATION*). (462).

INTRAEMPREENDEDORISMO. Modalidade de empreendedorismo praticado por funcionários dentro da empresa em que trabalham. São profissionais que possuem

capacidade diferenciada de analisar cenários, criar ideias, inovar e buscar novas oportunidades para estas empresas. Esses profissionais ajudam a movimentar a criação de ideias dentro das organizações, mesmo que indiretamente. (*INTRAPRE-NEURSHIP*). (278).

INTRANET. (1) Rede privada pertencente a uma empresa ou organização. As páginas de uma intranet podem estar ligadas à internet, e utilizar seus protocolos de comunicação. Habitualmente, não podem ser acessadas por utilizadores externos. **(2)** Rede corporativa baseada no protocolo TCP/IP, acessível apenas aos membros ou colaboradores de uma organização, ou de outros, desde que autorizados. As intranets, estão ligadas à internet, encontram-se protegidas dos utilizadores externos por chamados “corta-fogos” (*firewalls*). (599, p. 1289).

INVESTIGAÇÃO APRECIATIVA (IA). Técnica voltada para a gestão de pessoas. Tem como objetivo gerar arquétipos e criar modelos a partir de situações e fatos que foram bem-sucedidos na organização, buscando-se visualizar uma situação ideal. Parte do princípio da aprendizagem voltada à utilização do conhecimento adquirido em situações concretas para poder ser utilizada na idealização de novas situações. (*APPRECIATIVE INQUIRY*). (AI). (451, p. 94).

◇ J

JANELA DE JOHARI. (1) Na aprendizagem organizacional, uma questão central difícil de responder é: “o que sabemos”, em relação ao “o que deveríamos saber?”. Estas perguntas, difíceis de responder, podem ser abordadas estruturando o pensamento num modelo denominado de Janela de Johari. **(2)** Trata-se de um modelo, originalmente desenvolvido para capturar as dinâmicas da interação e comunicação humanas. O modelo é constituído de quatro painéis de uma janela: a) *Painel aberto* (parte da autoconsciência individual, do “eu” – o que eu sei sobre mim); b) *Painel cego* (o “eu” que não conheço), c) *Painel oculto* (aspectos do “eu” que outros não conhecem); e d) *Painel Desconhecido* (que representa o que “eu” e os outros não conhecem). (*JOHARI WINDOW*). (128, p.45-51).

JUST IN TIME (JIT). Expressão inglesa incorporada pelas empresas, significando “na hora certa”, refere-se à integração da empresa com seus fornecedores, permitindo a eliminação de estoques, de modo que o suprimento na produção seja atendido no momento da utilização dos componentes. Empresas utilizam essa estratégia de estoque para aumentar sua eficiência e diminuir o desperdício, ao receber mercadorias apenas, quando precisam delas, o que reduz os custos de estoque. (358).

◇ K

KAIZEN. Expressão utilizada por empresas no Japão, com significado de melhoria contínua, é uma prática gerencial nos anos 70/90; faz parte da Gestão da Qualidade Total. Trata-se de uma filosofia de melhoria contínua, objetivando sus-



tentar e garantir a qualidade através de pequenas melhorias no processo. Aplicado às organizações, o conceito implica num esforço contínuo de melhoria, envolvendo todas as funções em todos os níveis da organização. (505).

KEIRETZU. Expressão que se refere à prática gerencial de empresas japonesas nos anos 70/90; faz parte da Gestão da Qualidade Total. Sistema empresarial caracterizado pela atuação em redes verticais e horizontais de parceria, integrando todos os fornecedores da cadeia produtiva através da subcontratação industrial. (505).

KITS. Conjunto de tópicos específicos utilizados pela inteligência, tais como: kits sobre concorrentes, situações de mercado, planejamento e decisões, alianças, aquisições, entre outros. (*KEY INTELLIGENCE TOPICS*). (34).

KMPI. Função que se refere ao índice de desempenho da gestão do conhecimento. Trata-se de uma função logística com cinco componentes, estes podem ser usados para determinar o processo de circulação do conhecimento: 1) criação do conhecimento; 2) seu acúmulo; 3) compartilhamento do conhecimento; 4) utilização de conhecimento e, 5) sua internalização. (*KNOWLEDGE MANAGEMENT PERFORMANCE INDEX*). (394).

◇ L

LAGO DE DADOS. Repositório de armazenamento centralizado, facilmente acessível para grandes volumes de dados estruturados ou não estruturados. Apresenta uma arquitetura plana, utilizando armazenamento de objetos de dados. Lagos de dados desempenham papel importante em ajudar os cientistas a visualizar e analisar dados derivados de outros dados díspares, em seus formatos originais. Em ciência de dados constitui uma consideração importante, quando o escopo dos dados e seus usos podem ainda não ser totalmente conhecidos. (*DATA LAKE*). (178; 445).

LEGITIMIDADE ORGANIZACIONAL. Teoria construída sobre as bases da teoria da política econômica. Entende-se que as organizações fazem parte do sistema social. As organizações existem, porque a sociedade as considera legítimas, isto é, a sociedade lhes confere um estado de legitimidade. A ideia de legitimidade está diretamente relacionada com o conceito de contrato social. (*ORGANIZATIONAL LEGITIMACY*). (245, p. 113).

LEI DE MOORE. Expressão usada referente à observação feita por Gordon Moore (1929-2016) sobre computadores e microprocessadores, chamada Lei de Moore. Esta foi publicada na *Electronics Magazine*, em 19 de abril de 1965. Na época este autor constatou que a cada 18 meses a capacidade de processamento dos computadores aumenta 100%, ou seja, dobra, enquanto os custos permanecem os mesmos. Por exemplo, daqui a um ano o número de transístores dos chips adquiridos hoje terão o dobro da capacidade de processamento pelo mesmo preço de hoje. Esta Lei serviu de parâmetro para uma elevada gama de dispositivos digitais, além das CPUs. Na verdade, qualquer chip está ligado à Lei de Moore, até mesmo o CCD (Charge-Coupled Device – dispositivo acomplado à carga) de câmeras

fotográficas digitais (sensor nuclear, que capta a imagem nas câmeras); ou CNCL, (Controle Numérico por Computador, tipo de sensor que capta imagens nas câmeras fotográficas profissionais). Verificou-se que a Lei foi válida desde sua data de publicação, até os dias atuais. (*MOORE'S LAW*). (770, p.16)

LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD). (1) Derivada do Regulamento Geral sobre Proteção de Dados (GDPR), da diretiva da União Europeia (UE) nº 2016/679, de abril 2016 e operacional a partir de 25 de maio de 2018. Este regulamento, mais do que um esforço regulatório para harmonizar as leis de proteção de dados vigentes nos países-membros, também representa uma ambição da cúpula da UE de liderar a conversa global sobre proteção e privacidade de dados. Considera-se que o GDPR impacta não somente sobre os países-membros, mas também quem, fora da Europa, se relaciona com eles. Vários países resolveram adequar suas leis ao GDPR e/ou aprimorar suas políticas de proteção de dados. Entre eles, o Brasil definiu, mediante a LGPD, como devem ser tratados os dados pessoais (Lei nº 13. 709/2018, em vigor desde setembro de 2020, que altera os artigos 7º e 16º do Marco Civil da Internet- Lei nº12. 965/14). **(2)** Basicamente, para atender à LGPD, as empresas deverão promover e executar internamente um planejamento estratégico estruturado em cinco principais áreas de intervenção, multidisciplinares e altamente interligadas:1) Alinhamento aos arcaouços jurídicos; 2) Revisão dos contratos com os fornecedores e parceiros; 3) Alinhamento de tecnologia de dados e *segurança da informação (ciber security)*; 4) Adequação de processos, governança; e 5) Gestão de Mudança (*Change Management*). (*GENERAL LAW OF DATA PROTECTION*). (605; 661).

LETRAMENTO DIGITAL. (1) Paul Gilster, em 1997, cunhou a expressão “letramento digital” para descrever a habilidade de entender e utilizar a informação de múltiplos formatos e proveniente de diversas fontes, quando apresentada por meio de computadores. **(2)** A expressão representa tanto o conhecimento dos recursos informacionais e a habilidade de identificá-los, localizá-los, avaliá-los, e organizá-los, quanto o poder de recriá-los para resolver problemas. (*DIGITAL LITERACY*). (290; 509, p. 74; . 535). Ver **COMPETÊNCIA INFORMACIONAL**.

LINGUAGEM DE CONSULTA ESTRUTURADA. Linguagem declarativa padrão para fim de consultas em bancos de dados relacionais. Desenvolvida no início da década de 1970, a linguagem de consulta estruturada (*Structured Query Language -SQL*) tem sua concepção original baseada na álgebra relacional. Portanto, trata-se de uma linguagem para definir e manipular dados em bases de dados relacionais. (*STRUCTURED QUERY LANGUAGE*). (*SQL*). (164, p. 227).

LINGUAGEM DOCUMENTÁRIA. Linguagem estruturada e controlada, construída a partir de princípios e de significados advindos de termos constituintes da linguagem de especialidade e da linguagem natural (linguagem do discurso comum), com a proposta de representação para recuperação da informação documentária. (*DOCUMENTARY LANGUAGE*). (69).

LINGUAGEM ONTOLÓGICA. (1) A *Web semântica*, ou *Web 3. 0*, aportou a contribuição da semântica ao formato de representação de dados. Para isso foram propostas diversas tecnologias, dentre essas a criação de ontologias, visando atri-



buir sentido e significado ao conteúdo dos documentos, atuando como ferramenta de representação do conhecimento. **(2)** Tem como objetivo encontrar sentido nas informações disponíveis na Web, de forma similar ao raciocínio humano. (*WEB ONTOLOGY LANGUAGE*). (*WEB OWL*). (434; 714).

LINKED DATA. Dados ligados. Trata-se de um conjunto de práticas introduzidas por Tim Berners-Lee (1955 -) em suas notas sobre a arquitetura *Web linked data*, com função de publicar e estruturar dados na Web. Essas práticas vêm sendo cada vez mais adotadas, levando à criação do que conhecemos como *Web de dados*. (407).

LINKED OPEN DATA (LOD). Dados ligados de livre acesso. O LOD fornece dados semânticos para um grande número de domínios que são constantemente atualizados. Constitui importante fonte de informação semântica que complementa as bases de conhecimento específicas de domínio. O LOD pode ser explorado por medidas de similaridade para estimar o grau de sobreposição entre os conceitos comparados. (122; 697).

◇ M

MACRO-ERGONOMIA. Estrutura sociotécnica para estudar as questões associadas à mudança organizacional em grande escala. A macroergonomia preocupa-se com a otimização dos sistemas de trabalho através da consideração de variáveis sociais, técnicas e ambientais relevantes, bem como suas interações. (*MACRO ERGONOMICS*). (347, p. 34).

MAIN-FRAME. Computador de grande porte, pela primeira vez, desenvolvido em 1960. O termo mainframe foi utilizado para referir-se ao gabinete principal que alojava a unidade central de processamento dos primeiros computadores. Possibilitou o acesso à distância à informação por intermédio do protocolo teletipo (protocolo para teleimpressão). Apenas nos anos 80, com o desenvolvimento da microinformática, foi possível ter acesso mais fácil e em tempo real à informação (*real time communication, RTC*), utilizando *modems*. (557, p. 75).

MALWARE. Denominação atribuída a *software* malicioso. Trata-se de qualquer *software* intencionalmente feito para causar danos a um computador, servidor, cliente ou rede de computadores. Existem muitas variantes do *malware*, como o cavalo de troia, por exemplo. (417).

MAPA MENTAL. Conceito desenvolvido por Tony Buzan (1942-2019), para representar tópicos, ideias, projetos, tarefas, e itens similares, de forma visual. Os vários elementos (incluindo palavras, imagens, números e cor) são agrupados informal e intuitivamente, de acordo com sua importância relativa. Mapas mentais podem ser usados, para revisão pós-ação, *brainstorming*, *briefing*, tomada de decisão, aprendizado e organização de ideias para planejamento, e resolução de problemas. (*MIND MAPS*). (551).

MAPEAMENTO DE COMPETÊNCIAS. (1) identificação das competências organizacionais e individuais necessárias a consecução da estratégia organizacional.

(2) Processo por meio do qual são identificados conhecimentos, habilidades e atitudes específicas requeridas para operar de forma efetiva numa determinada área, profissão ou cargo. **(3)** Mapas de competências são também chamados de perfis de competência ou perfis de habilidades. **(4)** Aplicações de mapeamento incluem avaliação no trabalho, planejamento de projetos, gestão de desempenho, análise do trabalho, planejamento sucessório e recrutamento. As ferramentas usadas para o mapeamento são entrevistas, questionários direcionados, avaliações centros de treinamento e desenvolvimento, técnicas de incidente crítico, testes psicométricos. (*COMPETENCY MAPPING*). (77; 193).

MAPEAMENTO DE STAKEHOLDERS. (1) Atividade/processo de inteligência que permite identificar as principais partes interessadas relacionadas ao negócio organizacional. **(2)** Permite compreender o papel potencial das partes interessadas, indivíduos ou instituições envolvidas, no sentido de identificar possíveis coalizões de apoio, negócio ou projeto, na construção de cenários e estratégias e para avaliar os riscos relativos envolvidos. Se realizado com a participação das partes interessadas, o procedimento também pode ser essencial para a construção da legitimidade organizacional. Uma vez que todas as partes interessadas do projeto são identificadas, o gerente do projeto deve mapeá-las ou categorizá-las de acordo com os diferentes níveis de engajamento, que podem ser de interesse ou influência. No caso do nível de influência significa que as partes interessadas têm poder para definir e modificar os requisitos de um projeto, objetivos ou estratégia organizacional. O nível de interesse, significa que as partes interessadas são afetadas pelo resultado do negócio ou projeto. (*STAKEHOLDERS MAPPING*). (741).

MARKETING. (1) Empréstimo do inglês que, no Brasil, substitui o termo mercadologia (adjetivo mercadológico). **(2)** No âmbito corporativo o marketing figura como subsistema do processo gerencial, sendo que a questão do valor constitui seu foco central. Esse processo busca a melhor geração de valor para o cliente, mediante a introdução de estratégias de crescimento no âmbito corporativo e de crescimento e posicionamento de mercado em termos competitivos. (17; 151).

MARKETING 4.0. Num mundo cada vez mais conectado com o apoio das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), visa uma interação de envolvimento profundo, como novo diferencial para conectar-se com clientes e consumidores, criando o que se denominou de *marketing* de experiência. (376).

MARKETING DE ATRAÇÃO. Trata-se de uma estratégia de atração de clientes, por meio digital. Fornece conteúdos de interesse específico (informações úteis e valiosas, muitas vezes relacionadas ao seu trabalho) aos potenciais clientes. Faz parte do marketing de geração de valor. Gera conteúdos como: artigos, e-books, *webinar*, vídeos, *podcasts* (arquivo de áudio digital), que podem ser consultados *on-line*, ou baixados para celular ou e-mail. (*INBOUND MARKETING*). (151; 332).

MARKETING INTERATIVO. Tipo de marketing semelhante a um canal de comunicação de mão dupla, diferente do método tradicional de mão única. Assume várias formas, mas todas se baseiam na ideia de que existe uma relação direta entre o comprador e o vendedor. (*INTERACTIVE MARKETING*). (345; 376).



MARKETING INTELIGENTE. (1) Dados externos coletados pela corporação sobre um mercado específico, no qual ela deseja entrar. É o primeiro conjunto de dados, baseado em pesquisas de mercado (nacional e internacional), analisado pela corporação antes de tomar qualquer decisão de investimento. Os dados podem estar relacionados à idade populacional naquela área, facilidades de infraestrutura, hábitos de consumo dos potenciais usuários/clientes, leis governamentais, regulamentos locais etc. **(2)** Ver também ABNT NBR ISO 20252:2021, que estabelece os termos, as definições e os requisitos de serviço para prestadores de serviço que realizam pesquisas de mercado, de opinião e social, incluindo insights e análises de dados. (*INTELLIGENT MARKETING*). (194; 376; 377; 515).

MARKETING VIRAL. Surgiu pela semelhança, com a difusão de um vírus, quando parte de uma informação, texto, imagem ou vídeo, é divulgado e espalhado rapidamente. Campanhas de marketing baseados na internet, utilizam e-mails, blogs etc. (*VIRAL MARKETING*). (291, p. 343).

MARKET SHARE. Grande participação de uma empresa no mercado em termos de venda de determinado produto, isto é, parte (fração) do mercado controlado pela mesma (323, p. 1856).

MECANISMO DE PESQUISA. Rotinas escritas em linguagem computacional para viabilizar pesquisas a bases de dados, a partir de parâmetros de entrada (termos). (*RESEARCH MECHANISM*). (291, p. 343).

MEMÓRIA. Deriva-se de experiências da organização na interação com o ambiente e é expressa formalmente (documentos e procedimentos) e informalmente (relatos). A experiência desenvolve regras que são usadas para associar situações a respostas apropriadas e estruturas utilizadas para definir problemas e suas dimensões salientes. (*MEMORY*). (462).

MEMÓRIA ORGANIZACIONAL. (1) Ferramenta que suporta o compartilhamento e a reutilização do conhecimento individual e corporativo. Trata-se de informação armazenada relativa à história de uma organização, que pode ser utilizada no presente processo decisório. Provê informações que capacitam a organização a funcionar com efetividade. As funções que permitem que a memória organizacional seja constituída como recuperação e armazenagem, resultam da incorporação da informação nos processos organizacionais. **(2)** Refere-se ao conjunto de atributos, relatos, momentos, relações externas e trajetórias realizadas pelas instituições. Relaciona-se com a cultura organizacional que expõe de onde veio a história construída ao longo do tempo, apontando sua trajetória futura a partir das escolhas realizadas no presente. A memória organizacional pode transformar-se em ferramenta de gestão estratégica para o fortalecimento da cultura organizacional. (*ORGANIZATIONAL MEMORY*). (463; 573; 705).

MENTORIA. Tutoria, mentoria, ou apadrinhamento é uma ferramenta de aprendizado que gera desenvolvimento profissional. As organizações utilizam o potencial que existe dentro da empresa, em especial o conhecimento acumulado de funcionários mais experientes. Envolve pessoas experientes (mentores) que ajudam outras menos experientes (aprendizes). Essa relação de aprendizado, feita em bases con-

tínuas, pode impulsionar a inovação e criatividade da empresa, tornando-a mais competitiva. (*MENTORING*). (470; 610; 619).

METADADOS. Informação na forma de *metatags*, que descreve um documento na internet facilitando sua recuperação. Bastante similar a referência bibliográfica, mas com mais descritores, incluindo: autor, título, afiliação, patrocinador, resumo, palavras-chave, linguagem, editor, data de publicação, contato, detalhes de contato, esquemas de classificação e outros. Provavelmente, o descritor mais útil é o das palavras-chave. (*METADATA*). (551; 439).

METANÁLISE. (1) Procedimento de análise estatística, pela qual se extrai informação adicional de dados preexistentes através da união de resultados de diversos trabalhos e pela aplicação de uma ou mais técnicas estatísticas. É um método quantitativo que permite combinar os resultados de estudos realizados de forma independente. **(2)** Procedimento estatístico que combina dados de estudos múltiplos. Quando o tratamento for consistente entre um estudo e outro, a metanálise pode ser usada para identificar o efeito comum. Quando o efeito varia de um estudo a outro, a metanálise pode ser usada para identificar a razão da variação. **(3)** Metanálise refere-se a uma família de técnicas de coleta e análise de dados cujo objetivo é produzir uma revisão quantitativa de um corpo de literatura. A palavra meta indica que uma metanálise ocorre depois e também transcende a análise original. (*META ANALYSIS*). (412; 530; 464).

MÉTODO DE DELFOS. MÉTODO DELPHI. Técnica de estruturar a comunicação com grupo de especialistas, para discutir assuntos complexos. Problematiza inicialmente o assunto a ser tratado por meio da colocação de questões por um condutor. Envolve as respostas de especialistas às questões propostas, numa série de rodadas de aprendizado. Estabelece a visão inicial dos especialistas (parcialmente consensual), apresentando feedback imediato às opiniões divergentes. Seu objetivo final é chegar a um consenso na solução do problema apresentado aos especialistas. (*DELPHI METHOD*). (264, p. 400).

METODOLOGIA DOS SISTEMAS FLEXÍVEIS. (1) Resulta da sequência de estágios de análise de uma situação-problema abstraída do mundo real, buscando entender o sistema de atividade humana e propondo mudanças para seu aprimoramento. **(2)** Entendimento da atividade humana envolvida, propondo seu aprimoramento. **(3)** A SSM se guia pelo princípio da pesquisa-ação que, por si, já representa um processo de aprendizado, uma vez que o processo de pesquisa leva a uma intervenção na realidade (ação), isto é, a nova situação abre espaço para novo processo de pesquisa, gerando um novo ciclo que permite o aprendizado contínuo em cada fase. **(4)** A SSM é formada por sete fases que comportam o processo de pesquisa-ação-aprendizagem: i) situação problema mal estruturada; ii) situação problema analisada ou expressa; iii) definições fundamentais dos sistemas relevantes; iv) estabelecimento dos modelos conceituais; v) comparação dos modelos conceituais com a realidade; vi) proposição das mudanças possíveis e desejáveis; vii) implementação das ações para solução do problema ou para melhoria da situação. **(5)** Voltada para o estudo, a exploração e ao apoio à tomada de decisão em “situações-problema” organizacional é usada tanto para solução



de problemas gerais, quanto para o gerenciamento de mudanças em organizações. A SSM foi desenvolvida por Peter Checkland e seus colegas do Departamento de Engenharia de Sistemas da Universidade de Lancaster, a partir de uma série de projetos de pesquisa-ação realizados em organizações públicas e privadas. (*SOFT SYSTEMS METHODOLOGY*) (SSM). (118-120; 413; 452).

MINERAÇÃO DE DADOS. (1) Análise de dados para detectar relações entre eles, ainda não descobertas. Os resultados de um processo de *data mining* podem incluir associações, correlações, sequências, classificações, *clustering* e previsões. **(2)** Usa-se como processo de explorar grandes quantidades de dados à procura de padrões consistentes, como regras de associação ou sequências temporais. Dessa forma, pode-se detectar relacionamentos sistemáticos entre variáveis, detectando assim novos subconjuntos de dados. **(3)** A mineração de dados gera novas informações e tem sido também chamada de recuperação de conhecimento. (*DATA MINING*). (81; 220; 764).

MINERAÇÃO DE PROCESSOS. (1) Destina-se a otimizar processos de negócios de organizações. Os dados utilizados são extraídos de *links* de eventos, registrados em sistemas de informação, que apoiam o processo. **(2)** A utilização direta de *links* de eventos gerados pelos sistemas, proporciona a descoberta de um modelo de funcionamento, juntamente com a possibilidade de constante melhoria e ainda a medição de conformidade entre registros da atividade e modelo. **(3)** A mineração de processo inclui: 1) Descoberta automatizada de processos (extração de modelos de processos de um registro de eventos); 2) Verificação de conformidade (monitorando os desvios comparando o modelo e o registro); 3) Rede social / mineração organizacional; 4) Construção automatizada de modelos de simulação; 5) Extensão de modelo; 6) Reparação de modelo; 7) Previsão de caso; 8) Recomendações baseadas em histórias. (*PROCESS MINING*). (554).

MINERAÇÃO DE TEXTOS. (1) Constitui um método quantitativo estatístico, usado na área da Ciência da Informação, trata-se de subárea baseada na tecnologia de *mineração de dados*. **(2)** Não difere muito da mineração de dados, pois em vez de fazer correlações a partir de dados, as correlações são feitas a partir de informações textuais, em geral, documentos integrais. Existem numerosas fontes de informações textuais disponíveis, em jornais, na internet e agências de notícias. Para realizar a extração de informações, o *software* a ser utilizado deverá utilizar várias aproximações sintáticas para extrair ideias e conceitos do texto. (*TEXT MINING*). (220, p. 353).

MINERAÇÃO TECNOLÓGICA. A mineração tecnológica explora a informação científica e tecnológica, buscando padrões para descrever e entender processos de inovação tecnológica. Utiliza ferramentas de aprendizagem de máquina aplicadas à documentação científica. (*TECH MINING*). (536).

MISSÃO ORGANIZACIONAL. Refere-se à razão de ser da organização, o propósito básico para o qual direcionam suas atividades e dos valores que orientam as atividades dos seus empregados. A missão deve descrever como a organização espera competir no mercado e fornecer valor aos clientes. A visão deve estar em acordo com a missão da organização impulsionando assim o trabalho de todas as áreas em direção aos objetivos. (*ORGANIZATIONAL MISSION*). (364).

MODELAGEM. Imitação ou reprodução de um modelo mental de uma realidade específica que se deseja modificar, ou sobre a qual se deseja intervir. (*MODELLING*). (155).

MODELAGEM COMPUTACIONAL. Processo de construção e manipulação de representações matemáticas, gráficas ou algorítmicas baseadas em computador de sistemas ou fenômenos da vida real, com o objetivo de realizar simulações computadorizadas para estudar, prever ou otimizar o comportamento do(s) sistema(s) ou fenômenos em consideração. (*COMPUTER MODELLING OR SIMULATION*). (155).

MODELAGEM DE DADOS. Na gestão de dados é a representação de estruturas de dados em uma tabela para a base de dados da organização. Este modelo de dados será o guia a ser usado por analistas funcionais e técnicos para o desenho e implementação da base de dados. Utilizada para muitos propósitos, desde modelos conceituais de alto nível até modelos de dados. (*DATA MODELING*). (179).

MODELAGEM DO CONHECIMENTO. Processo assistido por computador de projetos de produtos, instalações ou projetos, baseados em modelos de conhecimento. O projeto de produtos ou processos utiliza o modelo de conhecimento para guiar a criação do produto a ser projetado. (*KNOWLEDGE MODELING*). (372).

MODELAGEM. SIMULAÇÃO E JOGOS. (1) Técnicas utilizadas para ajudar os tomadores de decisão a ver os efeitos das políticas com antecedência. Modelagem, simulação e jogos cresceram na medida em que a tecnologia de jogos de computador tornou-se mais sofisticadas e os dispositivos de monitoramento mais onipresentes. (*MODELLING, SIMULATION AND GAMING*). (264).

MODELO. Conjunto de estruturas para pensar sobre um problema, podendo envolver informações e relacionamentos entre proposições teóricas. (731).

MODELO CONCEITUAL. (1) Representação de um sistema, feito da composição de conceitos que são usados para ajudar as pessoas a conhecer, compreender ou simular um assunto que o modelo representa. Pode se referir a modelos que são formados após um processo de conceituação ou generalização. **(2)** Modelos conceituais são frequentemente abstrações de coisas no mundo real, sejam físicas ou sociais. Os estudos semânticos são relevantes para vários estágios da formação de conceitos. A semântica trata basicamente de conceitos, o significado que os seres pensantes atribuem a vários elementos de sua experiência. **(3)** Como exemplo, o sociólogo Erving Goffman (1922-1982) ofereceu à comunidade científica a obra *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience* (1974), para explicar como quadros conceituais, ou maneiras de organizar a experiência estruturam a percepção do indivíduo. (*CONCEPTUAL MODEL*). (150).

MODELO EPIDÊMICO. (1) Também conhecido como modelo de Goffman (1922-1982). Este autor desenvolveu uma analogia entre a difusão da informação científica e sua receptividade pela comunidade (científica), com a difusão de uma doença infecciosa. **(2)** Atualmente, com a difusão da informação online, esta informação tornou-se tópico de estudo. O modelo epidêmico, em suas várias facetas (o matemático, o SIR, *susceptible-infected-recovered model* e outros) foi aplicado à modelagem da difusão informacional na Web, e em outros fóruns de discussão. O processo da difusão da informação é o resultado sucessivo por meio do qual as pessoas influenciam umas



às outras, em determinado período de tempo. **(3)** Redes sociais como *MySpace*, *Facebook*, *Flickr*, e *Twitter* tornaram-se meios populares de compartilhar e receber informação, oferecem a oportunidade de observar a difusão da informação, de toda a espécie, nessas mídias sociais. **(4)** Como exemplos, o modelo epidêmico também foi testado em relação à propagação de rumores e em estudo sobre a violência na Web. (*EPIDEMIC MODEL*). (293; 366; 371; 737; 738).

MODELOS DE MUDANÇA ORGANIZACIONAL. Entre os tipos de modelos de mudança organizacional podem se destacar: *Orgânico* (teoria de sistemas), *organísmico* (ecologia populacional) e *cognitivo* (processamento informacional e aprendizado organizacional). Nesses modelos, os agentes monitoram o ambiente e se adaptam de acordo (modelo orgânico), usando esquemas de interpretar a realidade e o contexto; acionam decisões e ações (modelo cognitivo) enquanto competem e cooperam com outros agentes por recursos e informações (modelo organísmico). O modelo organísmico encara as pessoas como organismos ativos em crescimento, que desencadeiam seu próprio desenvolvimento. (*MODELS OF ORGANIZATIONAL CHANGE*). (129; 219; 468; 514).

MODELO MENTAL. (1) É a representação de dados agregados que oferece pontos de vista ou cursos de ação. A ligação entre modelo mental individual e o modelo mental compartilhado resulta da influência exercida por um indivíduo ou grupo em particular. **(2)** Imagens, pressupostos e/ou histórias são modelos mentais que trazemos em nossas mentes, acerca de nós mesmo, sobre outras pessoas, instituições e aspectos do mundo que nos cercam. Como um vidro que emoldura ou distorce sutilmente nossa visão, os modelos mentais determinam o que nós vemos. (*MENTAL MODEL*). (450; 602, p. 221).

MODELO PREVENTIVO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL. Usado na cibersegurança, o modelo de inteligência artificial preditivo coleta dados, analisa e oferece recomendações que podem prevenir vários ataques cibernéticos. Muitas organizações reconsideram o uso de inteligência artificial devido ao alto custo inicial e à necessidade de infraestrutura. No entanto, de acordo com um relatório da IBM, as empresas perderam US \$ 3, 86 milhões em 2020, com um total de mais de 200 dias gastos para encontrar a violação real. Em 2021, os custos de violação de dados aumentaram de US \$ 3, 86 milhões para US \$ 4, 24 milhões, o maior custo total médio na história de 17 anos daquele relatório. (*PREDICTIVE AI MODEL*). (231).

MODEM. Termo que surgiu do amálgama das palavras modulador e demulador. Trata-se de um dispositivo de *hardware*, que converte dados para um formato adequado de transmissão, de um computador para outro. O objetivo é produzir um sinal que possa ser transmitido e decodificado de maneira confiável para reproduzir os dados digitais originais (346, p. 429).

MOEDA VIRTUAL. Ver **CADEIA DE BLOCOS**

MONITORAMENTO. O monitoramento ou sensoriamento refere-se à busca de informações referentes a ambientes internos e externos. Como na organização não se pode observar todos os eventos ao mesmo tempo, ela deve selecionar áreas de prioridade, filtrar os dados de entrada de acordo com o interesse e amostrar eventos para o aprendizado. (*SCANNING*). (131; 398).

MONITORAMENTO AMBIENTAL. (1) Aquisição e uso da informação referente a eventos, tendências e relações em seu ambiente externo, cujo conhecimento auxiliará a planejar as futuras ações). **(2)** O ambiente externo de uma organização inclui os fatores externos que podem afetar o desempenho organizacional, inclusive sua sobrevivência. **(3)** É conveniente dividir o ambiente externo em setores. Podem ser distinguidos no macroambiente, setores sociais, econômicos, políticos e tecnológicos; o ambiente tarefas, principalmente, os setores de clientes e competidores. (*ENVIRONMENTAL SCANNING. ASSESSMENT. TECHNOLOGICAL WATCH*). (130; 398).

MULTILATERALISMO. Coordenação de relações entre três ou mais Estados com base em princípios de conduta, indivisibilidade e reciprocidade difusa. O primeiro princípio refere-se ao que especifica o comportamento adequado para uma série de ações, sem preocupar-se com interesses particulares. O segundo princípio está ligado à noção de coletividade. Assim, indivisibilidade seria uma construção social específica na qual se teria o multilateralismo. Já, a ideia de reciprocidade difusa refere-se ao fato de as partes integrantes entenderem que os acordos firmados no contexto multilateral proporcionarão benefícios equivalentes no agregado e ao longo do tempo. (*MULTILATERALISM*). (572; 584, p. 571).

◆ N

NARRATIVA (TÉCNICA). “Contaçãõ de histórias”. Envolve um conjunto de recursos de comunicação, incluindo mídias sociais e recursos visuais. Constitui uma das formas mais eficazes de dar destaque a uma marca e de contribuir para provocar mudanças no mercado. (*STORYTELLING*). **(7)**.

NATURAL LANGUAGE PROCESSING. Ver **PROCESSAMENTO EM LINGUAGEM NATURAL**.

NECESSIDADE INFORMACIONAL. Informação é uma necessidade básica dos indivíduos e organizações. Essencial para o desenvolvimento socioeconômico e para o processo de tomada de decisão, em todos os níveis e momentos da vida. O conceito não se circunscreve a uma única definição, depende de sua aplicação. Identifica-se, por exemplo, com o paradigma “centrado no usuário/cliente” e na articulação de modelos de busca e comportamento informacional (*information seeking behavior*). Aplica-se, tanto em estudos de comportamento do consumidor quanto em pesquisa e inovação, tomada de decisão organizacional, estudos em comunicação e requisito básico ao desenvolvimento de sistemas informacionais. (*INFORMATION NEEDS*). (478; 734).

NEGÓCIO DIGITAL. (1) Empresas que utilizam a tecnologia para agregar novos valores aos modelos de negócios, experiências do cliente e às capacidades internas que dão suporte a suas principais operações. **(2)** Muitas características de negócios digitais coincidem com o conceito de transformação digital, adotando um foco centrado no cliente para orientar a aplicação de tecnologias digitais em sistemas operacionais e modelos de negócios. (*DIGITAL BUSINESS*). (34).



NETWORK. (1) Grupos ou sistemas de pessoas ou coisas interconectadas; (2) Grupo de pessoas que trocam informação e mantem contatos com propósitos profissionais ou sociais; (3) Sistema de condutores elétricos conectados. (482; 483).

NETWORKING. Troca de informação e ideias entre pessoas com interesses profissionais ou específicos comuns, num ambiente social informal. O contato em rede, muitas vezes, começa com um único ponto de interesse comum. (482; 483; 513).

NÍVEIS DE PRONTIDÃO TECNOLÓGICA. (1) Níveis de prontidão tecnológica são tipos de sistemas de medição usados para avaliar o nível de maturidade de uma tecnologia específica, criados pela *National Aeronautics and Space Administration* dos Estados Unidos (NASA). (2) Medida relativa ao estado de uma nova tecnologia em relação ao seu uso para o futuro. Importante não apenas para avaliar a prontidão tecnológica, propriamente dita, mas como método para analisar riscos inerentes ao processo de desenvolvimento tecnológico, fornecimento de bases para a tomada de decisão e orientações a gestores voltados à Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação(PD&I). (3) Cada projeto de tecnologia é avaliado em relação aos parâmetros do respectivo nível tecnológico, antes de atribuir-lhe uma classificação TRL com base no andamento do projeto. Existem nove níveis de preparação tecnológica, a TRL1 é a mais baixa e a TRL9 a mais alta. (4) Devido à importância percebida em se galgar fases e maturidade no desenvolvimento tecnológico, o uso de escalas de TRL se expandiu para os mais diversos setores da indústria, como óleo e gás, energias renováveis e defesa. Para atender às peculiaridades das tecnologias em setores específicos, foram realizados estudos interpretativos da metodologia, criando adaptações ou adequações específicas, como exemplo o surgimento da escala STRL (*Software Technology Readiness Level*), que está relacionado com o desenvolvimento de *softwares*. (5) A prática do TRL como padronização das entregas foi muito bem recebida, sendo adotada mundialmente e expandida a uma variedade de setores, até que a norma ISO 16290: 2013 consolidou a aplicação em níveis formais. Posteriormente, chegou ao Brasil sua adaptação, com a norma NBR ISO 16290: 2015. (*TECHNOLOGY READINESS LEVEL*). (TRL). (13; 476).

NOTÍCIAS FALSAS. (1) Notícias falsas ou de desinformação, consiste na distribuição deliberada de desinformação ou boatos por meio de mídias sociais, como: jornais impressos, revistas, televisão, rádio e a Internet (2) Distribuição deliberada de desinformação, resultando na modificação direta entre verdade e mentira (3) Notas falsas sobre eventos transmitidas nos *Websites*. Do inglês *fake News*, a notícia falsa é um neologismo, usado para referir-se a notícias fabricadas. O termo *fake news* originou-se nos meios tradicionais de comunicação, mas já se espalhou para mídia online. (*FAKE NEWS*). (250; 507; 546; 587).



OBJETOS DE APRENDIZAGEM (OAS). (1) Qualquer recurso digital reutilizável para apoiar a aprendizagem. Também chamados de objetos de aprendizagem inteligentes, podem contribuir com vantagem no processo educativo. (2) Normalmente criados em módulos, podem ser aplicados em diferentes contextos. (3) Desde o

início dos anos 2000, o termo Objetos de Aprendizagem (OA), tem sido utilizado para descrever materiais didáticos desenvolvidos para apoiar os processos de ensino e aprendizagem). **(4)** O grupo de trabalho *Learning Object Metadata* (LOM) do *Institute of Electrical and Electronics Engineers* (IEEE), de New York, USA, propôs uma definição ampla, não específica para um objeto de aprendizagem, estabelecendo que um OA é “qualquer entidade, digital ou não digital, que pode ser usada, reutilizada ou referenciada durante a aprendizagem apoiada por tecnologia”. (*LEARNING OBJECTS. INTELLIGENT LEARNING OBJECTS*). (110, p. 237; 341; 374; 729).

OCR. OPTICAL CHARACTER RECOGNITION. (1) Reconhecimento ótico de caracteres, refere-se à tecnologia e ao processo de leitura e conversão de caracteres digitados, impressos ou manuscritos em texto codificado por máquina. ou algo que o computador possa manipular. **(2)** É um subconjunto do reconhecimento de imagem e é amplamente utilizado como forma de entrada de dados, sendo a entrada algum tipo de documento impresso ou registro de dados, como extratos bancários, faturas de vendas, passaportes, currículos e cartões de visita. O documento é digitalizado ou uma foto é tirada e cabe ao programa reconhecer os caracteres e fornecer uma saída na forma de um documento de texto. (497).

ONTOLOGIA. (1) Originalmente designa um ramo da metafísica que se ocupa da natureza do ser. O termo é usado atualmente, também para descrever um vocabulário de termos e respectivas definições. **(2)** É uma forma de automatizar *tesauros* e complementar as trilhas lógicas de relacionamentos entre termos, e entre termos e definições/conceitos, com ligações que levam a informações sobre fatos e ocorrências correlacionados. Tais informações, em bases de dados podem ser acessadas por meio de mecanismos e estruturas como as que são usadas em sistemas de *business intelligence* (BI). **(3)** A ontologia pode ser útil para: a) compartilhar entendimento comum da estrutura da informação entre pessoas ou entre agentes; b) permitir reutilizar conhecimento do domínio; c) fazer hipóteses explícitas do respectivo domínio; d) separar conhecimento do domínio do conhecimento operacional; e) analisar o conhecimento de um determinado domínio. (*ONTHOLOGY*). (18).

ORGANIZAÇÃO. (1) Sistema complexo de comunicações e inter-relações existentes num agrupamento humano. Um sistema estável de comportamento com base em compromissos criado com intenção de cumprir continuamente algum propósito específico. Nestes compromissos é fixada uma estrutura explícita e estável de alocação de tarefas, papéis e responsabilidades. **(2)** Sistema inserido num ambiente complexo (por exemplo, mercado, demanda de consumidores/usuários, política etc.). A organização necessita adequar seu sistema-ambiental/externo ao seu sistema-interno, enquanto os fatores internos da organização (isto é, competências ou recursos) devem estar alinhados aos fatores externos do meio *ambiente organizacional* (isto é, demanda de consumidores, requisitos políticos e outras). A organização, como tal, deve ajustar suas competências de acordo com as necessidades de seus consumidores/usuários, a fim de atingir vantagem competitiva no mercado. Quanto ao sistema interno, todos os aspectos internos da organização, isto é cultura, estratégia e processos devem ser complementares entre si, sendo alinhados numa direção comum. (*ORGANIZATION*). (251; 612, p. xiv; 718, p. 7; 719).



ORGANIZAÇÕES COMO SISTEMAS INTERPRETATIVOS. Informações recebidas do ambiente normalmente são ambíguas. Portanto, o processo de interpretação dentro da organização em seus vários níveis, consiste num processo de ‘tradução’ de informações, desenvolvendo modelos para seu entendimento. (*ORGANIZATIONS AS INTERPRETATION SYSTEMS*). (718. p. 74).

ORGANIZAÇÃO INTELIGENTE. (1) Organização que adota um conjunto de práticas e comportamentos que transcendem o modelo de simples manutenção do conhecimento, buscando questionar o que aprendeu, revisando seus princípios, e adotando novas estratégias e novas formas de ação. **(2)** A organização deve observar tanto seu ambiente externo, quanto o ambiente interno. Externamente, prospera navegando em seu ambiente, por entre ameaças e oportunidades. Internamente, indivíduos e grupos continuamente renovam e expandem o conhecimento e habilidades que possibilitam que a organização possa agir e aprender. **(3)** Habilidade em lidar com a complexidade, isto é, para capturar, compartilhar e extrair significado de sinais do mercado. (*INTELLIGENT ORGANIZATION*). (131, p. 1-22; 307, p. 126).

ORGANIZAÇÃO QUE APRENDE. (1) Tipo de organização, cujo principal foco recai sobre o desenvolvimento das competências profissionais, técnicas e gerenciais, essenciais para o sucesso das estratégias empresariais. As competências individuais devem ser consideradas no seu alinhamento com as competências essenciais da corporação. (*LEARNING ORGANIZATION*). (188; 215; 504).

OTIMIZAÇÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS. (1) Trata da otimização de cadeias de suprimentos, seja de manufaturas ou industriais, utilizando estratégias e recursos. Visa o aprimoramento e agilização no movimento dos itens de cadeias de suprimentos. **(2)** A cadeia de suprimentos de uma organização é um processo de negócios crítico, crucial para uma experiência bem-sucedida do cliente. Sendo de alto desempenho, permite a eficiência e capacidade de resposta dos negócios para que os clientes obtenham o que desejam, quando e onde, de modo que seja lucrativa para a organização e contribua para a sustentabilidade da cadeia de suprimentos. (*SUPPLY CHAIN OPTIMIZATION*). (636).

◇ P

PACTO GLOBAL. (1) Advoga dez Princípios Universais, derivados da Declaração Universal de Direitos Humanos, da Declaração da Organização Internacional do Trabalho sobre Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho, da Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento e da Convenção das Nações Unidas contra a Corrupção. **(2)** As organizações que passam a fazer parte do Pacto Global comprometem-se a seguir esses princípios no dia a dia de suas operações: apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva; eliminação de todas as formas de trabalho compulsório; abolição efetiva do trabalho infantil; eliminar a discriminação no emprego; apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais; desenvolver iniciativas para promover maior

responsabilidade ambiental; incentivar o desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis; combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina. (16).

PATENTE. (1) Título de propriedade temporária sobre uma invenção ou modelo de utilidade, outorgado pelo Estado aos inventores ou outras pessoas físicas ou jurídicas detentoras de direitos sobre a criação. **(2)** Patentes são fontes importantes de informação, já que seus resultados quando publicados, raramente são replicadas em outras publicações. (*PATENT*). (220, p. 131.).

PATENTSCOPE. Fornece acesso a pedidos internacionais do Tratado de Cooperação de Patentes (PCT), em formato de texto completo no dia da publicação. As informações podem ser pesquisadas digitando palavras-chave, nomes de candidatos, pela classificação internacional de patentes (CIP) e outros critérios de pesquisa, normalmente em vários idiomas. (291, p. 344).

PATRIMÔNIO DE MARCA. Ativos intangíveis associados com a aquisição de uma empresa por outra. Especificamente, o patrimônio de marca se realiza numa situação, na qual o preço de compra de uma empresa é maior do que a soma do valor justo de todos os seus ativos tangíveis e intangíveis e os passivos assumidos no processo. Também compõem o patrimônio de marca o valor da marca da empresa, base sólida de clientes, boas relações com os clientes, boas relações com os empregados, patentes e tecnologia proprietária. (*BRAND EQUITY*). (498, p. 24).

PCT (PATENT COOPERATION TREATY). Tratado de cooperação sobre patentes. Acordo da OMPI (Organização Mundial de Propriedade Intelectual, na sigla inglesa WIPO (*WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION*)) firmado em 19 de junho de 1970, em Washington, com a finalidade de desenvolver o sistema de patentes e de transferência de tecnologia. Prevê, basicamente, meios de cooperação entre os países industrializados e os países em desenvolvimento. Teve emendas em 28 de setembro de 1979; foi modificada em 3 de fevereiro de 1984, e também em 3 de outubro de 2001. Regulamentada sob o Tratado de Cooperação sobre Patentes- na sigla inglesa PCT, e em vigor desde 1º de julho de 2020. (291, p. 344; 744).

PEER-TO-PEER (P2P). Classe de aplicativos (literalmente ponto-a ponto) que tira proveito de recursos, como armazenamento, ciclos, conteúdos, presença humana disponíveis na Internet. Acessar esses recursos descentralizados significa operar em um ambiente de conectividade instável e endereços IP imprevisíveis. Os nós P2P devem operar fora do DNS (*Domain Name System* - sistema de nomes de domínio) e ter autonomia significativa a partir de servidores centrais. A comunicação P2P se sustenta na linguagem HTML (*Hypertext Markup Language*) que permite a amadores criar conteúdos a baixo custo. (498).

PEGADA ECOLÓGICA. (1) Metodologia de contabilidade ambiental para avaliar a pressão do consumo das populações humanas sobre os recursos naturais. É expressa em hectares globais (gha), que permite comparar diferentes padrões de consumo e verificar se estão dentro da capacidade ecológica do planeta. Um hectare global significa o hectare de produtividade média mundial para terras e águas produtivas em um ano. **(2)** Quanto à biocapacidade, ela representa a capacidade dos ecossistemas em produzir recursos úteis e absorver os resíduos



gerados pelo ser humano. Sendo assim, a pegada ecológica contabiliza os recursos naturais biológicos renováveis (grãos e vegetais, carne, peixes, madeira e fibras, energia renovável etc.), segmentados em agricultura, pastagens, florestas, pesca, área construída e energia e absorção de dióxido de carbono (CO₂). (*ECOLOGICAL FOOTPRINT*). (746).

PEGADA ECOLÓGICA BRASILEIRA. (1) Composta por 2, 9 hectares globais por habitante, indica que o consumo médio de recursos ecológicos pelo brasileiro é bem próximo da média mundial da Pegada Ecológica por habitante, equivalente a 2, 7 hectares globais. **(2)** Em sua série histórica, a Pegada Ecológica brasileira tem mostrado uma tendência de aumento. Por outro lado, a biocapacidade brasileira vem sofrendo um forte declínio ao longo dos anos, devido ao empobrecimento dos serviços ecológicos e à degradação dos ecossistemas. Ainda assim, o país encontra-se em uma importante posição no cenário mundial, por ser um dos maiores credores ecológicos do planeta. Para se manter nesta posição de credor ecológico, o Brasil precisa reverter este quadro de declínio de sua biocapacidade com ações de conservação e de produção ecoeficiente, buscando diminuir a Pegada Ecológica de sua população por meio do consumo consciente e da manutenção da estabilidade populacional. (*BRAZILIAN ECOLOGICAL FOOTPRINT*). (746).

PERCEPÇÃO. Reconhecimento e desenvolvimento de descrições de eventos e entidades externos, usando o conhecimento disponível em nossa memória. Estratégias perceptivas incluem o desenvolvimento da representação de uma cena externa, classificação de objetos e eventos de acordo com as categorias já conhecidas e reconhecimento da identidade e dos atributos principais dos objetos de interesse. A percepção organizacional depende fortemente de normas, estruturas e regras que são usadas como lentes para visualizar tendências e desenvolvimentos. (*PERCEPTION*).

PESQUISA-AÇÃO. (1) Ferramenta de pesquisa que promove mudanças em uma dada situação, simultaneamente ao desenvolvimento de um projeto, enquanto aprende com os processos derivados das mudanças. **(2)** Estudo de uma situação social com vistas a melhorar a qualidade da ação dentro dela. **(3)** Termo genérico para um processo de pesquisa, que segue um ciclo no qual se aprimora a prática pela oscilação sistemática entre agir no campo da prática e investigar a respeito dela. **(4)** Planeja-se, programa-se, descreve-se e avalia-se uma mudança para a melhora de sua prática, aprendendo no decorrer do processo tanto a respeito da prática, quanto da própria investigação. (*ACTION RESEARCH*). (238; 666).

PESQUISA BOOLEANA. Técnica de consulta que utiliza a lógica booleana para conectar palavras-chave ou frases individuais em uma única consulta. O termo booleano refere-se a um sistema de lógica desenvolvido pelo matemático e pioneiro da computação britânico, George Boole (1815-1864). A pesquisa booleana inclui três operadores (booleanos) principais: E (AND), OU (OR) e NÃO (NOT). (*BOOLEAN RESEARCH*). (312).

PIRÂMIDE DO CONHECIMENTO. (1) Representa a informação numa pirâmide hierárquica, com os dados na base da pirâmide, seguida da informação no nível seguinte, depois o conhecimento, e a sabedoria no topo da pirâmide.

Representada pela sigla inglesa DIKW (Data Information Knowledge Wisdom. **(2)** Termo usado em gestão do conhecimento no contexto do aprendizado organizacional. (*KNOWLEDGE PYRAMID*). (356).

PLANEJAMENTO E GESTÃO ESTRATÉGICA DE CONTEÚDOS DIGITAIS. (1) Em planejamento e gestão estratégica de conteúdos digitais, organiza-se o processo de produção de materiais, estrutura e procedimentos (como pesquisas de mercado, frequência de postagens, formatos de mídia, armazenamento e tudo o que envolve a produção de peças que vão para a rede). **(2)** Esta organização traz diversos benefícios para os projetos de sua presença nas redes sociais tais como: a) Criação de conteúdos de forma antecipada à data limite do post; b) agendamento de posts e manutenção da frequência em todos os canais; c) armazenamento de dados de forma adequada; d) acompanhamento de métricas para mensurar o progresso e *performance* do que foi feito em determinado período. **(3)** Preocupa-se com que todos os processos de produção de conteúdo digital, estejam organizados, revisados, tempestivos e alinhados com os objetivos da empresa. (*STRATEGIC PLANNING AND MANAGEMENT OF DIGITAL CONTENTS*). (430).

PLANEJAMENTO EM LONGO PRAZO. Planejamento com o objetivo de estabelecer uma direção em longo prazo para uma organização. Deve ser adaptado e modificado em resposta a mudanças ambientais, considerando que qualquer organização passa por contínuas transformações, seja de pessoal, ferramentas usadas, método e mudança de objetivos. Desta forma o planejamento deve ser revisto de forma contínua, sempre que novas variáveis se apresentarem, e em harmonia com o ambiente. (*LONG RANGE PLANNING*). (251, p. 186).

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO. (1) Processo pelo qual a organização antecipa o futuro estabelecendo sua visão, cria sua missão e desenvolve valores e princípios a serem seguidos. **(2)** Envolve a revisão sistemática e a avaliação de recursos financeiros e de pessoal, no sentido de estabelecer o curso futuro da organização. **(3)** Como diferencial competitivo, o planejamento estratégico, atualmente deve focar nos seus recursos de pessoal, considerando suas várias funções, com o objetivo de criar capacidades (em grupo) dinâmicas de maneira única e diferenciada. Estas podem ser recombinaadas ou substituídas em resposta a mudanças na ambiência. **(4)** Sugere-se que as capacidades únicas e o diferencial organizacional constem dos serviços oferecidos ao cliente. Da mesma forma na criatividade e no conhecimento dos empregados da organização e da cultura e missão social da organização. Esses valores únicos, combinados, constituem o potencial competitivo da empresa. (*STRATEGIC PLANNING*). (54; 289; 542; 548; 730).

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL (PEO). (1) Processo dinâmico e interativo para determinar objetivos, políticas e estratégias (atuais e futuras) das funções organizacionais e dos procedimentos das organizações. **(2)** É elaborado por meio de técnicas administrativas de análise do ambiente (interno e externo), das ameaças e oportunidades, dos seus pontos fortes e fracos, possibilitando aos executivos estabelecerem um rumo para a organização. Objetiva um certo nível de otimização no relacionamento entre organização, ambiente e mercado, for-



malizados os resultados, na forma de integração sinérgica de decisões e ações organizacionais. (*STRATEGIC ORGANIZATIONAL PLANNING*). (446).

PLATAFORMA. (1) Grupo de tecnologias, ou construções tecnológicas, que são utilizadas como base sobre a qual outras aplicações, processos ou tecnologias são desenvolvidas. Na computação pessoal, uma plataforma é constituída pelo *hardware* (computador) e o *software* (sistema operacional), sobre os quais os aplicativos de *software* podem ser executados. **(2)** Os computadores usam unidades de processamento central (CPUs) específicas que são projetadas para executar códigos de linguagem de máquina específicos. Para que o computador execute aplicativos de *software*, estes aplicativos devem estar na linguagem de máquina com o código binário dessa CPU. Portanto, historicamente, os programas de aplicativos escritos para uma plataforma não funcionariam em uma plataforma diferente. **(3)** Empresas da Era Digital que se valem do princípio de “livre inovação”, constroem plataformas que centram-se no conhecimento sobre seus usuários. Essa estratégia, de intenso engajamento, operacionalizada pela aquisição do conhecimento das características de usuários, constantemente conectados, é a assim chamada “economia da atenção” (ou do *capitalismo de vigilância*), pois traz retorno econômico às organizações que facilitam o uso das plataformas. Praticamente tudo o que os usuários fazem em plataformas, como as da Amazon, do Google e do Facebook, entre outros, é espionado e controlado por essas empresas que, por sua vez, compartilham todas as informações pessoais, entre si e com vários governos. Não se trata apenas de venderem os dados pessoais de usuários, mas do imenso poder de influenciar que isso lhes confere. Neste sentido, a Europa e os Estados Unidos, bem como o Brasil, têm se preocupado em estabelecer limites a este poder por meio de leis e ações judiciais. O Brasil já possui a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 2018. (*PLATFORM*). (539).

PLATAFORMA DE MARCADORES SOCIAIS. (1) Com o rápido desenvolvimento da tecnologia informacional, os marcadores (tags) tornaram-se cada vez mais difundidos. Várias plataformas sociais emergiram numa sucessão contínua, como os Websites de compartilhamento de recursos (ex. Delicious), compartilhamento de vídeos (ex. YouTube), compartilhamento de fotos (ex. Flickr), plataformas de redes de rádio (ex. Last.fm), e plataformas de *blogging* e *micro-blogging*. **(2)** Nesses sistemas sociais, os usuários podem adicionar seus marcadores de forma aleatória. Entretanto, esses marcadores, em grande número, não apresentam estrutura e não se limitam a vocabulários padrão. (*SOCIAL TAGGING PLATFORMS*). (707, p. 653).

PLATAFORMAS DIGITAIS. (1) São produtos que servem ou permitem outros produtos ou serviços. Plataformas (no contexto dos negócios digitais) existem em vários níveis. Variam de de alto nível (que permitem um modelo de negócios de plataforma). As plataformas de baixo nível (que fornecem uma coleção de recursos de negócios) e/ou de tecnologia. **(2)** As plataformas que permitem um modelo de negócios têm ecossistemas de negócios associados. Normalmente, expõem seus recursos aos membros desses ecossistemas por meio de APIs (Interface de Programação de Aplicações) **(3)** As plataformas internas também costumam expor seus recursos por meio de APIs. Mas podem oferecer outros mecanismos, como acesso direto aos dados, conforme exigido pelos produtos. (*DIGITAL PLATFORMS*). (532).

PODCASTS. Tecnologia que envia, automaticamente, arquivos de áudio e vídeo sempre que forem atualizadas em seus sites de origem. (291, p. 345).

PODCASTING. (1) Preparação e distribuição de arquivos multimídia através da utilização de fornecimentos *Web*. Os utilizadores têm a possibilidade de subscrever fornecimentos de canais de podcasting específicos, a serem descarregados automaticamente para os computadores pessoais da próxima vez que estes forem ligados. (2) Começou como transmissões radiofônicas de conteúdo, de palavra falada, variando de ensaios individuais, gravados ou discursos, de forma livre, a formatos mais convencionais de *talk-show* sobre conjuntos de vários temas. Podem ser consumidos em qualquer dispositivo que suporte a reprodução de áudio, desde *smartphones* até tablets e reprodutores de música portáteis, como o *Apple iPod*. (291, p. 345).

PORTAL. É um construto de páginas voltadas para a apresentação de funcionalidades e conteúdos de sítios (*sites*). Pode ser dotado de mecanismos de segurança de acesso (por perfil, por localidade etc.), determinando quem for autorizado para executar determinada ação (291, p. 345).

PORTAL WEB. (1) Local onde redes inteiras ou máquinas individuais se interligam a uma rede maior ou a uma rede dorsal (*backbone*). (2) *Sítio Web* que reúne produtos e serviços de informação de determinada área de interesse ou de interesse geral. (3) Pode ser considerada uma biblioteca de conteúdos personalizado e categorizado. Oferece, por exemplo, serviços gratuitos de correio eletrónico, conversas, notícias, informações sobre o tempo, cotação de ações, assim como facilidades para procurar outros sítios. (3) Um portal da *Web* ajuda na navegação de pesquisa, personalização, notificação e integração de informações, e muitas vezes fornece recursos como gerenciamento de tarefas, colaboração e inteligência de negócios e integração de aplicativos. (*WEB PORTAL*). (715).

PÓS-VERDADE. Relativização da verdade, através da suspensão completa da referência a fatos e verificações objetivas, substituídas por opiniões, observações, interpretações, tornadas verossímeis e plausíveis apenas à base de repetições, sem que suas fontes sejam confirmadas. (*POST TRUTH*). (543; 587).

PRÁTICAS DE GESTÃO DO CONHECIMENTO. (1) Rotinas diretamente envolvidas no desenvolvimento e na aplicação do conhecimento. Ajudam empresas a tomar medidas orientadas a melhorar suas capacidades de resposta e a superar limitações de inovações causadas pela cultura e história. (2) Práticas de gestão organizacional voltadas para a produção, retenção, disseminação, compartilhamento e aplicação do conhecimento dentro das organizações, assim como na relação com o mundo exterior. Envolve a captura, absorção e retroalimentação de todo conhecimento que possa promover o desenvolvimento organizacional. Para tanto, as práticas de gestão do conhecimento deverão estar alinhadas à missão, à visão de futuro e às estratégias organizacionais. (*KNOWLEDGE MANAGEMENT PRACTICES*). (53; 325; 564).

PREDIÇÃO ESTRUTURADA. Disciplina aplicada ao aprendizado de máquina, na qual técnicas de aprendizado (de máquina) predizem objetos estruturados. Tipicamente, a predição estruturada faz uso de programas de aprendizado de



máquina supervisionados com indicações a ser aplicadas de forma a produzir resultados. (*STRUCTURED PREDICTION*). (432).

PREVISÃO ESTRATÉGICA. Habilidade de analisar uma situação estratégica e antecipar o que está por acontecer. A partir daí, tomar decisões que afetarão os seus *payoffs* (pagamentos) futuros, considerando a estratégia um processo. (*STRATEGIC FORECAST*). (319).

PRIVACIDADE. (1) Direito de ter o seu espaço e a sua pessoa inviolável. **(2)** Qualidade de dispor de suas informações pessoais e de seu “espaço sensorial” pessoal, sem acesso a outras pessoas desautorizadas. (*PRIVACY*). (396; 693).

PROCESSAMENTO DE IMAGEM. Trata-se de qualquer forma de processamento de dados, onde a entrada e saída de dados é a imagem, inclui fotografias ou quadros de vídeo. O processamento de imagens é um estágio para novos processamentos de dados tais como *aprendizagem de máquina* ou *reconhecimento de padrões*. A maioria das técnicas envolve o tratamento da imagem como um sinal bidimensional, no qual são aplicados padrões de processamento de sinais. (*DIGITAL IMAGE PROCESSING*). (211).

PROCESSAMENTO DE SINAIS. Consiste na análise e/ou modificação de sinais. Os objeto de interesse do processamento de sinais podem incluir sons, imagens, séries temporais, sinais de telecomunicações, como sinais de rádio e outros. Seu processamento pode ser conduzido de forma analógica ou digital; Este processo utiliza matemática, estatística, computação, heurística e representações linguísticas, formalismos e técnicas de representação, modelagem, análise, síntese, descoberta, recuperação, detecção, aquisição, extração, aprendizagem, segurança e forense. (*DIGITAL SIGNAL PROCESSING*). (211).

PROCESSAMENTO EM LINGUAGEM NATURAL. (1) Subárea da inteligência artificial e da linguística que se ocupa dos problemas de geração e compreensão automática das línguas humanas naturais. **(2)** Na área do processamento de linguagem natural visa-se construir máquinas que entendam e respondam a dados de texto ou de voz, da mesma forma como os humanos. (*NATURAL LANGUAGE PROCESSING*). (291, p. 345).

PROCESSO HOLÍSTICO. Processo de focalizar a direção diretamente no todo e suas características, sem preocupar-se com as suas partes. (*HOLISTIC PROCESS*). (376).

PROGRAMAÇÃO LINEAR. Também chamado de otimização linear, trata-se de um método matemático usado para designar resultado ou solução, considerando uma atividade empresarial, financeira ou outra, a partir de um conjunto de parâmetros ou requisitos. Usada em modelagem ou simulação computacional visa o lucro máximo ou o custo mais baixo de uma atividade. (*LINEAR PROGRAMMING*).

PROJETO DE PROTEÇÃO DE CÓDIGO ABERTO. (1) Iniciativa do Departamento de Segurança Interna dos EUA (*United States Department of Homeland Security* ou DHS, em inglês) projetada para melhorar a segurança do código-de fonte aberto. A infraestrutura de muitos sistemas críticos nos EUA, como a internet e instituições financeiras, é executada em *software* de código aberto. Como resultado, garantir

a segurança desses sistemas é muito importante. Por isso o Departamento de Segurança Interna concedeu doações aos participantes do Projeto de Proteção de Código Aberto. (*OPEN SOURCE HARDENING PROJECT*).

PROPÓSITO CORPORATIVO. (1) Razão fundamental para uma empresa existir, criando valor todos os dias aos seus stakeholders. Trata-se não somente a busca do lucro, mas da força motivadora para alcançá-lo. Propósito (e não estratégia) é a razão primordial para uma empresa existir. **(2)** Incorporação do reconhecimento de que as relações corporativas com os *stakeholders* são interdependentes. (*CORPORATE PURPOSE*). (259).

PROPRIEDADE INTELECTUAL. (1) Criação da mente humana, como música, literatura, trabalhos artísticos, invenções, símbolos, desenho industrial (*industrial design*), incluindo direitos autorais (*copyright*), logomarcas, patentes e direitos relacionados. **(2)** Basicamente, consiste em duas categorias: *propriedade industrial*, que inclui invenções (patentes), logomarcas, desenho industrial e indicações geográficas de recursos; *copyright*, (direitos autorais) que incluem trabalhos científicos, artísticos literários, tais como novelas, contos e peças de teatro, filmes, e trabalhos artísticos musicais, desenho, pintura, fotografia, escultura e desenhos arquitetônicos. (*INTELLECTUAL PROPERTY*). (744)

PROSPECÇÃO. Meio sistemático de mapear os desenvolvimentos científico e tecnológico futuros, capazes de influenciar de forma significativa a indústria, economia ou sociedade (381).

PROSUMERS. Consumidores que participam e intervêm no processo de produção de produtos, significados e identidades. (291, p. 345).

PROCOLO DA INTERNET. Número específico e único que identifica cada computador, individualmente. (*INTERNET PROTOCOL -IP*). (350).

PROTOTIPAÇÃO. Ferramenta utilizada no desenvolvimento de *software*. Auxilia no alinhamento e compreensão das necessidades de determinado projeto. Compreende as atividades de levantamento dos requisitos funcionais do sistema e desenvolvimento de uma versão prévia do *software* para validação das funcionalidades necessárias. (*PROTOTYPING*). (162, p. 300; 757).



QUARTA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL. Surge no início do século XXI a assim denominada indústria 4. 0, ligada à robotização, inteligência artificial e tecnologias quânticas. (*FOURTH INDUSTRIAL REVOLUTION*). (267).

QUICK TECHNOLOGY INTELLIGENCE PROCESSES (QTIP). Processos de inteligência tecnológica rápidos. Baseado nas TICs é composto por quatro fatores: i) bases de dados de acesso instantâneo; ii) *softwares* analíticos; iii) automatização de rotinas; e iv) padronização do processo de decisão. Possui capacidade de gerar representações visuais contendo informações úteis que facilitam a interpretação dos resultados. (542; 543).



◇ R

RACIOCÍNIO ORGANIZACIONAL. Condição adquirida pela organização de prever e resolver situações e problemas organizacionais. (425).

RADAR DA INOVAÇÃO. Prática da inovação pela identificação de oportunidades para inovar. O Radar da Inovação apresenta doze dimensões possíveis para inovar nos negócios, alicerçadas por quatro eixos principais: as ofertas de uma empresa; os clientes; os processos; e os pontos de presença que levam ofertas ao mercado. Cada dimensão oferece diferentes modos de inovar: **1)** Oferta: envolve a criação de novos produtos ou serviços; **2)** Plataforma: envolve o uso de componentes ou blocos comuns para criar diferentes produtos; **3)** Solução: compreende a criação de ofertas integradas e customizadas; **4)** Cliente: inclui o descobrimento de novas necessidades dos clientes ou a identificação de segmentos não atendidos; **5)** Experiência: abrange toda e qualquer ponto de interação (contato) com o cliente; **6)** Valor: inclui a redefinição de como a companhia obtém receitas; **7)** Processo: abrange principalmente aumento da *performance* nos processos; **8)** Organização: envolve mudanças na forma, função ou escopo de atividades da empresa; **9)** Cadeia de fornecimento: envolve mudanças na cadeia, como no fluxo de informações, e relações de terceirização; **10)** Presença: compreende, principalmente, novos canais de distribuição e novos pontos de presença; **11)** Redes: envolve principalmente o uso de tecnologias da informação e comunicação de forma integrada com a oferta; **12)** Marca: inclui a expansão da marca para novos domínios. (772).

RANSOMWARE. **(1)** Tipo de *software* nocivo que restringe o acesso ao sistema que ele infecta. Com uma espécie de bloqueio, cobra um resgate em criptomoedas para que o acesso possa ser restabelecido. Caso não ocorra esse resgate, arquivos podem ser perdidos e até mesmo publicados e, na pior das hipóteses, vendidos. **(2)** Dominou no mercado de ameaças digitais em 2017. É o tipo de *malware* mais rentável da história. Um exemplo deste tipo é o *Arhiveus-A*, que compacta arquivos no computador da vítima em um pacote criptografado. Em seguida informa que os arquivos somente poderão ser recuperados com o uso de uma chave difícil de ser quebrada, geralmente de 30 dígitos, a qual a vítima receberá após efetuar seu pagamento em um site indicado pelo atacante. Portanto, trata-se de um golpe, isto é uma ação extorsiva. O atacante, mesmo após o pagamento do resgate, pode ou não fornecer a chave para descriptografar os arquivos. (563).

REALIDADE AUMENTADA (AR). **(1)** Tecnologia que sobrepõe uma imagem gerada por computador à visão do usuário do mundo real. Desse modo proporciona-se uma visão composta. Constitui uma versão aprimorada da realidade produzida pela tecnologia para sobrepor informações digitais em uma imagem de algo visualizado por meio de um dispositivo (como uma câmera de *smartphone*). **(2)** Refere-se à maneira de interagir em tempo real com objetos e conteúdos gerados digitalmente que são incorporados ao ambiente do mundo real do usuário. Ao contrário da realidade virtual, a realidade aumentada não substitui completamente o ambiente do usuário por uma simulação virtual. A realidade aumentada

pode incorporar objetos virtuais em um ambiente do mundo real (simulação construtiva) ou mascarar e substituir alguns elementos do mundo real por outros, gerados virtualmente (simulação destrutiva. (*AUGMENTED REALITY*). (34; 756).

REALIDADE MIXTA. Combinação do mundo real e digital. Os benefícios comuns da realidade mista incluem a capacidade de gerar treinamento simulado, de alta precisão, em ambientes experimentais, trazer recursos de computação digital ainda mais para o ambiente do mundo real, e alcançar maior produtividade pessoal. As soluções de realidade mista utilizam tecnologias de realidade aumentada e virtual para alcançar o resultado desejado. (*MIXED REALITY*). (MR). (756).

REALIDADE VIRTUAL. Simulação gerada por computador de uma imagem tridimensional, ou ambiente passível de ser interagido de forma aparentemente real ou física por uma pessoa, usando equipamento eletrônico especial, como capacete com tela, ou luvas equipadas com sensores. Seu propósito é permitir às pessoas experimentar e manipular o ambiente virtual como se fosse real. Outras tecnologias relacionadas podem incluir uma realidade aumentada (AR) ou realidade mista (RM). (*VIRTUAL REALITY*). (34; 756).

RECONHECIMENTO AUTOMÁTICO DE CONTEÚDOS. Tecnologia de identificação que permite aos dispositivos reconhecer o conteúdo reproduzido num dispositivo de multimídia, obtendo rapidamente informações adicionais sobre o conteúdo analisado. (*AUTOMATIC CONTENT RECOGNITION*). (34).

RECONHECIMENTO DE FALA. (1) Área interdisciplinar originária da linguística computacional cujo objetivo é desenvolver métodos e tecnologias que permitam o reconhecimento e a transcrição de linguagem falada de maneira automática. **(2)** Habilidade computacional para identificar e responder aos sons produzidos pela fala humana. (*SPEECH RECOGNITION*).

RECONHECIMENTO DE PADRÕES. Procedimento científico, cujo objetivo é a classificação de objetos dentro de um número de categorias ou classes. (*PATTERN RECOGNITION*). (510).

RECUPERAÇÃO DA INFORMAÇÃO. (1) Processo que pesquisa e obtém seletivamente a informação relevante num conjunto de recursos de informação. É efetuada através da definição de critérios de pesquisa para filtragem da informação (variedade de processos apresentando a informação pertinente, para quem a busca). É utilizada por meios eletrônicos em bibliotecas digitais, sistemas informacionais e bases de dados. **(2)** A recuperação da informação ocorre quando: a) da busca por informações sobre objeto (s) bem definido (s) e conhecido (s); b) busca por informações sobre um objeto que não pode ser totalmente descrito, mas será reconhecido à vista; e, c) descoberta acidental, incidental ou casual de um objeto. A recuperação casual, ou descoberta ao acaso (*serendipity*) ocorre no contexto de navegação ou pesquisa em um espaço de informação, digital ou não, quando as pessoas mergulham nos itens que lhes interessam, vagando de um tópico para outro (*browsing*) enquanto encontram, como por acaso, informações interessantes durante o percurso. (*INFORMATION RETRIEVAL*). (34; 660).



REDE. (1) Redes são estruturas abertas capazes de serem expandidas de forma ilimitada, integrando novos nós, desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, compartilhando dos mesmos códigos de comunicação, por exemplo, de valores ou objetivos de desempenho. **(2)** Em ciência computacional e em Inteligência Artificial, entende-se por rede um *grafo*, no qual há um conjunto de vértices (ou nós), e um conjunto de arestas que conectam esses vértices. As arestas estabelecem algum tipo de relação entre dois vértices, de acordo com o problema modelado. Além disso, o grafo pode ser direcionado ou não. Em um grafo direcionado (dígrafo), cada aresta tem um sentido (direção) que conecta um vértice origem a um vértice destino. Exemplos de dígrafos são aqueles usados para representar chamadas telefônicas e mensagens de *e-mails*, nos quais as mensagens são direcionadas de uma pessoa para outra. Os dígrafos podem ser cíclicos, quando há um caminho de um vértice para ele mesmo, ou acíclicos quando não existe esse caminho. (WEB). (113, p. 498; 440, p. 4).

REDE DE APRENDIZADO. (1) Rede criada com o propósito de aumentar o conhecimento dos seus participantes. Estabelece limites e define a participação dos membros, tem uma estratégia definida, bem como suporte necessário para possibilitar compartilhamento de conhecimento, gerando aprendizado real para seus membros. **(2)** Compreende uma variedade de formas de organização, como as redes de negócio formais, redes profissionais, e redes de inovação. Nesses últimos, os objetivos de colaboração referem-se ao desenvolvimento de novos produtos ou processos. **(3)** Assim como acontece com alianças estratégicas, as redes de aprendizado são, de fato, formas de estrutura oferecendo o contexto necessário para que possa ocorrer o compartilhamento de conhecimento. (LEARNING NETWORK). (62; 63; 220).

REDE DE INTELIGÊNCIA. Permite o intercâmbio de informações entre organizações, no tocante ao ambiente externo à sua estrutura, a fim de permitir aos participantes adotar uma política mais proativa do que ativa, e assim tomar decisões que as tornarão mais competitivas. (INTELLIGENCE WEB). (557).

REDE DE SUSTENTABILIDADE ABERTA. Rede criada no sentido de unir interesses de vários stakeholders preocupados com o desenvolvimento sustentável justo, tais como indivíduos, comunidades locais, organizações, desenvolvedores de tecnologia de fonte aberta, organizações sem fins lucrativos, governo, empresas, empreendedores e universidades. (OPEN SUSTAINABILITY NETWORK). (512).

REDE DE VALOR. Rede de fornecedores, distribuidores, provedores de serviços e clientes com o objetivo de produzir valor para os consumidores finais e para os membros da própria rede. (WEB OF VALUE). (643; 653).

REDE EMPRESARIAL. REDE DE EMPRESAS. (1) Associação formal ou informal de empresas com características semelhantes ou com forte vinculação a determinado setor econômico ou ao(s) cliente(s) com grande influência territorial. **(2)** Nasce por meio da consolidação de vínculos sistemáticos entre firmas, as quais assumem diversas formas, tais como: aquisição de partes de capital, alianças estratégicas, externalização de funções da empresa etc. **(3)** Atividade comercial socioeconômica pela qual pessoas, grupos, empresas ou empresários se reúnem

em relacionamentos comerciais para reconhecer, criar e/ou agir sobre oportunidades de negócios, compartilhar informações e buscar parceiros em potencial para seus empreendimentos. (*BUSINESS NETWORKING*). (99; 605).

REDE SOCIAL. REDE DE RELACIONAMENTO SOCIAL. (1) Comunidade comportamental e social. A noção é utilizada para descrever relacionamentos e interações entre atores sociais. **(2)** Uso de sites de mídia social, baseados na Internet, para ficar conectado com amigos, família, colegas, ou clientes. As redes sociais podem ter propósitos social, comercial ou ambos. As redes sociais se tornaram uma base importante para os profissionais de marketing que buscam envolver o cliente. Estruturas organizacionais capazes de reunir indivíduos e instituições de forma igualitária e participativa em torno de interesses comuns. **(3)**. Exemplos de sites: *Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram*. (*SOCIAL NETWORKING*). (472; 568; 617).

REENGENHARIA DE PROCESSOS DE NEGÓCIOS. (1) Intervenção radical integrada sobre os processos-chave de negócios, a partir de novas abordagens de tecnologia, por exemplo. **(2)** Redefinição dos processos existentes numa organização e definição do modo de implementar as mudanças necessárias, com vista a melhorar a competitividade **(3)** Análise dos processos existentes, determinando novas maneiras de organizar as tarefas, pessoas e sistemas informacionais. (*BUSINESS PROCESS RE-ENGINEERING*). (34).

REMARKETING. (1) Acompanhamento de acesso sobre clientes. Permite que seja contabilizado o histórico de acesso de cada cliente, utilizando o *Google Analytics*. **(2)** Trata-se de uma plataforma de análise da Web que, ao ser conectada ao domínio que se deseja analisar (através do número de IP – Internet Protocol), revelam informações relacionadas ao acesso, quais sejam: número de visualizações, usuários novos ou recorrentes, duração do acesso, taxa de rejeição, localização (país e cidade), dispositivo usado para acesso, aquisição do acesso, fluxo de comportamento nas páginas e, finalmente, conversão de vendas (515).

RESILIÊNCIA CIBERNÉTICA. Capacidade organizacional, de antecipar-se, resistir, recuperar-se e adaptar-se a condições adversas, tensões, ataques ou comprometimentos em sistemas que a organização usa ou são ativados por recursos cibernéticos. (*CYBER RESILIENCY*). (165).

RESILIÊNCIA ORGANIZACIONAL. Termo importado da Engenharia de Materiais, trata da capacidade de uma organização antecipar-se, preparar, responder e adaptar-se a mudanças incrementais e interrupções ambientais repentinas (disruptions) para sobreviver e prosperar. (*ORGANIZATIONAL RESILIENCE*). (749).

RESPONSABILIDADE AMBIENTAL. (1) Aplicável aos danos, especialmente danos ambientais, quando decorrentes de atividades profissionais, desde que seja estabelecida uma relação de causalidade entre o dano e a atividade em questão. **(2)** Danos ambientais são definidos como diretos ou indiretos causados ao ecossistema. Exemplo: contaminação direta ou indireta dos solos que impliquem um risco importante para a saúde humana. Como exemplo europeu, a Diretiva 2006/21/CE refere-se à gestão dos resíduos de indústrias extrativas, alterada pela Diretiva 2004/35/CE. (*ENVIRONMENTAL ACCOUNTABILITY*). (292; 672; 673).



RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA. (1) Concilia as esferas econômica, ambiental e social na geração de cenário favorável à continuidade e à expansão de suas atividades, no presente e futuro. **(2)** Associada ao desenvolvimento sustentável, este tipo de responsabilidade deve ter como princípios: ser voluntária; adotar práticas responsáveis e transparentes; ter uma abordagem ampla (inclusive preocupação econômica, social e ambiental); apoiar e estar compatível com acordos e instrumentos internacionais (*ILO, OECD*) quando empresas multinacionais. **(3)** Ver também a ABNT NBR 16001 de 07/2012 que normaliza o procedimento da implantação de um sistema de gestão da responsabilidade social. (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*). (34; 44; 148; 508).

RFID (RADIO FREQUENCY IDENTIFICATION). Identificação por Radiofrequência - sistema de identificação automática, tendo como principal componente uma etiqueta dotada com dispositivo de sensoriamento remoto através de sinais de rádio frequência. Estas etiquetas podem ser utilizadas em embalagens, produtos diversos, vestimentas, animais e até mesmo em pessoas. (560).

RSS (REAL SIMPLE SYNDICATION). Também chamada de *Rich Site Summary*, é uma modalidade do XML que facilita a transmissão de conteúdos do website ou do blog, encapsulando-os entre rótulos (título, autor, data e corpo do texto entre outros). Isto será reconhecido por um *software* ou serviço em linha chamado de agregador (aggregator) que coleta itens de conteúdo relacionados, revelando-os ou oferecendo um *link* até eles. (567).

◇ S

SABER. O saber ou conhecimento normalmente é formado a partir das experiências cognitivas acumuladas ao longo da vida de um indivíduo ou de uma organização. (*KNOWLEDGE*). (454, p. 252).

SABER-AGIR. Tipo de saber (atitude) ligado a laços estabelecidos entre a memória emocional (que conecta problemas vivenciados) à escolha de soluções. (454, p. 252).

SABER-FAZER. Tipo de saber (habilidade) ligado às capacidades desenvolvidas em situações vivenciadas e em problemas já solucionados por indivíduos ou organizações. (*HABILITY*). (454, p. 252).

SEGURANÇA CORPORATIVA. (1) É a proteção de ativos do conhecimento, sejam de entidades físicas ou intelectuais. **(2)** Parte da segurança interna que se refere à proteção das instalações corporativas, recursos, utilidades, materiais e informação classificada como essencial, para proteger de perda ou estrago. (*CORPORATE SECURITY. INDUSTRIAL SECURITY*). (166).

SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO. (1) Medidas para proteger e defender a informação e os sistemas de informação, assegurando sua disponibilidade, integridade, autenticidade e confidencialidade. Essas medidas incluem a restauração de sistemas informacionais, que incorporam a proteção, detecção e capacidades de reação. (*INFORMATION ASSURANCE*). (337).

SEGURANÇA DE DADOS. (1) Prática de proteger informações digitais da organização contra acesso não autorizado, corrupção ou roubo durante seu ciclo de vida. Este conceito abrange todos os aspectos da segurança da informação, desde a segurança física de hardware e dispositivos de armazenamento até controles administrativos e de acesso, bem como a segurança lógica de aplicativos de *software*. Também inclui as políticas e os procedimentos organizacionais. Quando implementada de modo correto, estratégias robustas de segurança de dados protegerão os ativos informacionais contra atividades cibernéticas criminosas, evitando igualmente ameaças internas e erros humanos, que atualmente figuram entre as causas maiores de brechas nos sistemas de segurança. (*CYBER SECURITY. DATA SECURITY*). (723).

SEGURANÇA NA NUVEM. Refere-se aos processos, mecanismos e serviços utilizados para controlar segurança, cumprimento de normas e riscos de uso na chamada computação em nuvem. Ainda que todas as formas de computação em nuvem tenham necessidade de segurança únicas, este termo se refere basicamente à computação em nuvem pública. Refere-se especificamente à segurança do serviço em nuvem e segurança dentro do serviço da nuvem. Portanto, o termo não cobre serviços entregues pela nuvem (segurança como serviço), que se processa fora da nuvem. (*CLOUD SECURITY*). (141).

SEMÂNTICA DE BASE DE DADOS. (1) Trata da busca de significado de dados nas bases de dados. **(2)** Interpretação intencional de dados, muitas vezes, em termos de formalismo lógico ou algébrico. (*DATABASE SEMANTICS*). (694).

SEMINÁRIO BASEADO EM REDE. Tipo de conferência via web, na qual a comunicação é de uma via apenas, ou seja, somente uma pessoa se expressa enquanto as demais assistem. (*WEBINAR. WEB-BASED SEMINAR*). (307; 722).

SERVIDOR. (1) Computador, dispositivo ou programa dedicado ao gerenciamento de recursos de rede. Assim denominado por “servir” a outro computador, dispositivo ou programa chamado “cliente”, ao qual fornece funcionalidade. Existem várias categorias de servidores, incluindo servidores de impressão, servidores de arquivos, servidores de rede e servidores de banco de dados. **(2)** Em teoria, sempre que os computadores compartilham recursos com máquinas clientes, eles são considerados servidores. O objetivo de um servidor é gerenciar recursos de rede como hospedagem de sites, transmissão de dados, envio ou recebimento de e-mails, controle de acessos etc. (*SERVER*). (603).

SERVIDOR WEB. Programa de *software* capaz de atender pedidos do protocolo de transferência do hipertexto (*Hypertext Transfer Protocol*). (*WEB SERVER*).

SGML (STANDARD GENERALIZED MARKUP LANGUAGE). (1) Metalinguagem através da qual se pode definir linguagens de marcação para documentos. **(2)** A SGML providencia uma variedade de sintaxes de marcação que podem ser usadas por várias aplicações. HTML e XML são ambas derivadas do SGML. **(3)** Definida pela norma ISO 8879 1986. (606).

SIMULAÇÃO. Desempenho de um processo mais rápido que em tempo real. A simulação permite que as organizações observem como um processo funcionará



em resposta a variações de entradas no mesmo, assim como em um ambiente de trabalho da vida real. (*SIMULATION*).

SISTEMA. (1) Derivado da palavra grega *systeme* que significa “um todo coerente”. Conjunto de elementos em interação dinâmica, organizado de acordo com um objetivo específico. **(2)** Conjunto de elementos ou componentes que interagem para atingir objetivos. **(3)** Conjunto de elementos em interrelação entre si e com o ambiente. **(4)** A noção de sistema engloba uma série de abordagens, tais como engenharia de sistemas (sistemas artificiais, como robôs, processamento eletrônico de dados, entre outros), análise de sistemas (desenvolvimento e planejamento de modelos de sistemas, inclusive matemáticos) e outros. (*SYSTEM*). (60, p. 417; 120; 578; 579; 620).

SISTEMA ABERTO. A ciência até o século XIX adotava a mecânica clássica (termodinâmica) como modelo do pensamento científico, que pensava nas coisas como mecanismos e sistemas fechados. Na ciência atual tem se voltado para o organismo vivo como modelo. Organismos vivos são sistemas abertos, que não podem ser descritos pela termodinâmica clássica, que trata de sistemas fechados em estado de equilíbrio térmico ou próximo dele. Os sistemas abertos alimentam-se de um contínuo fluxo de matéria e de energia extraídas e devolvidas ao meio ambiente, mantendo-se em equilíbrio dinâmico. (*OPEN SYSTEM*). (102; 600).

SISTEMA DE APOIO À TOMADA DE DECISÃO (SAD). (1) Ferramenta tecnológica da inteligência de negócios que tem como propósito central dar suporte à tomada de decisão. **(2)** Modelo composto de um conjunto de procedimentos computacionais para processar dados e decisões, no sentido de auxiliar os gestores na tomada de decisão. **(3)** Combina modelos e dados numa tentativa de resolver problemas semiestruturados (ou problemas não estruturados), com intenso envolvimento do usuário. São projetados para permitir que os gerentes e analistas da empresa acessem os dados interativamente, manipulem esses dados e realizem análises apropriadas. **(4)** Possuem dispositivos relacionados à análise de sensibilidade, análise de variações hipotéticas e análise de busca de metas. A análise de sensibilidade estuda o impacto que as mudanças em uma ou mais partes de um modelo de tomada de decisão acarretam sobre as demais. A análise de variações hipotéticas é focada no impacto que a mudança nos dados de entrada pode causar sobre a solução proposta. A análise de busca de metas visa descobrir o valor das entradas de dados necessárias para alcançar determinado resultado. (*DECISION SUPPORT SYSTEMS*). (DSS). (190; 561; 669; 670);

SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL. (1) Estrutura organizacional que permite à empresa avaliar e controlar os impactos ambientais de suas atividades, produtos ou serviços. **(2)** Regulado pela norma internacional ISO 14001 e sua equivalente nacional (ABNT NBR ISO 14001) que especificam os requisitos de um Sistema de Gestão Ambiental. Esses requisitos permitem à organização o desenvolvimento de uma estrutura para proteção do meio ambiente. A norma leva em conta aspectos ambientais influenciados pela organização e outros, passíveis de serem controlados por ela. **(3)** A implementação dessa norma deve ser buscada por empresas que desejam estabelecer ou aprimorar um Sistema de Gestão Ambiental, estar

seguras sobre políticas ambientais praticadas ou demonstrar que estão de acordo com práticas sustentáveis que incluem clientes e organizações externas. **(4)** A versão da ABNT de 2015 incorpora, além de questões estratégicas, a preocupação com a cadeia de valor e ciclo de vida. **(5)** As normas de gestão ambiental contribuem para que a empresa crie objetivos e metas a serem cumpridos a partir das políticas ambientais.

SISTEMA DE GESTÃO DO TRABALHO. (1) Na sigla inglesa *LMS* (*Labor management system*), refere-se a sistema composto de ferramentas empresariais que dão suporte ao planejamento do trabalho diário empresarial. **(2)** Inclui processos para melhor entrega de produtos e serviços. Essas ferramentas têm como objetivo facilitar “relatórios de produtividade de trabalho” e ajudar a analisar unidades de trabalho e unidades de tempo para permitir o rastreamento de alterações. (*LABOR MANAGEMENT SYSTEM*). (LMS). (384).

SISTEMA DE INFORMAÇÃO. (1) Trata-se de sistema que permite coletar, armazenar, recuperar e disseminar informações para fins específicos. **(2)** Série de elementos ou componentes inter-relacionados que coletam, manipulam, armazenam e disseminam informações. (*INFORMATION SYSTEM*). (561; 623; 670).

SISTEMAS DE INFORMAÇÃO BASEADAS EM COMPUTADOR. (1) Sistemas que apoiam as funções operacionais, gerenciais e de tomada de decisão existentes na organização. **(2)** Composto por seis elementos: hardware, *software*, banco de dados, telecomunicações (redes), pessoas (usuários) e procedimentos. (*COMPUTER BASED INFORMATION SYSTEMS*). (561; 623, p. 13)

SISTEMA DE INFORMAÇÃO DIGITAL. Sistemas eletrônicos que integram *software* e hardware para possibilitar a comunicação e o trabalho colaborativo. (*DIGITAL INFORMATION SYSTEMS*). (DIS). (117).

SISTEMA DE INFORMAÇÕES EXECUTIVAS. Primeiro sistema a surgir no cenário de informações estratégicas na metade dos anos 80. Este sistema provê aos executivos facilidades no acesso às informações internas e externas relevantes ao processo decisório estratégico. A facilidade de acesso se dá não só pela interface gráfica e amigável, mas também pelas funcionalidades de análise, simulações e projeções que apoiam o processo decisório. (*EXECUTIVE INFORMATION SYSTEMS*). (EISS). (585)

SISTEMA (INTEGRADO) DE GESTÃO EMPRESARIAL. Ver **ENTERPRISE RESOURCE PLANNING (ERP)**.

SISTEMA DE GERENCIAMENTO DE CONTEÚDO. Sistema usado para gerenciar o conteúdo editorial de um sítio *Web*. (*CONTENT MANAGEMENT SYSTEM*). (CMS). (201).

SISTEMA DE GERENCIAMENTO DE FLUXOS DE TRABALHO. Sistema que define, cria e administra a execução dos fluxos de trabalho através da utilização de *software*, capaz de interpretar a definição do processo, interagir com os participantes do fluxo de trabalho e, se necessário, recorrer ao uso da TI através de ferramentas e aplicativos. (*WORKFLOW MANAGEMENT SYSTEM*). (WFMS). (685).

SISTEMA DE GESTÃO ANTISUBORNO. (1) Sistema desenvolvido para fomentar uma cultura antissuborno na organização e implementar controles apropriados,



aumentando a chance de detectar irregularidades e reduzindo sua incidência. Integra a governança e o *compliance corporativo*. **(2)** É normalizada no Brasil pela ABNT NBR ISO 37001:2016. Fornece requisitos e orientações para estabelecer, implementar, manter e aperfeiçoar um sistema de gestão antissuborno. (*ANTI BRIBERY MANAGEMENT SYSTEM*).

SISTEMAS DE GESTÃO DA INFRAESTRUTURA DE CENTRO DE DADOS. São grupos de sistemas compostos de *software* e *hardware*, específicos para a gestão do ambiente, gestão da energia, gestão da segurança física, gestão de ativos e espaços, bem como integração de sistemas envolvidos nos *datacenters*. A implantação de um sistema de gestão da infraestrutura de *datacenters* é tema importante, que discute sistemas *multisites* e multiambientes, como se dão as instalações e o comissionamento do *software* e *hardware*, e como aproveitar o sistema para a eficiência energética do *datacenter*. (*DATA CENTER INFRASTRUCTURE MANAGEMENT-DCIM*). (249).

SISTEMA DE GESTÃO DA QUALIDADE (SGQ). **(1)** Instrumento para ajudar o gestor a encontrar e corrigir processos ineficientes dentro da organização. Além disso, é uma forma de documentar a cultura da organização, permitindo que o seu negócio cresça, mantendo a qualidade dos bens e serviços prestados. **(2)** É implementado nas empresas como garantia da qualidade, na oferta de produtos ou serviços aos seus clientes. Compõe-se de processos operacionais, processos de suporte e de gestão, bem como de procedimentos que orientam como executar os detalhes de determinada tarefa, bem como, a definição das respectivas responsabilidades. **(3)** Ver também: ABNT NBR ISO 9001:2015. (*QUALITY MANAGEMENT SYSTEM*). (663).

SISTEMA DE PROCESSAMENTO DE NEGÓCIOS. **(1)** Plataforma de *software* que dá suporte à definição, execução e acompanhamento de processos de negócios. (*BUSINESS PROCESS MANAGEMENT SYSTEM*). (301).

SISTEMA DE PROCESSAMENTO DISTRIBUÍDO. Em tecnologia da informação (TI) é uma coleção de computadores autônomos interligados através de uma rede de computadores e equipados com *software* que permite compartilhar os recursos do sistema: *hardware*, *software* e dados. (*DISTRIBUTED PROCESS SYSTEM*).

SISTEMA DE SERVIÇOS. **(1)** Configuração de recursos (pessoas, tecnologia, organizações e informações compartilhadas), que cria e entrega valor ao cliente através do serviço. **(2)** A criação de valor é uma propriedade emergente do sistema de serviços informacionais. Esses sistemas formam uma proporção crescente do mundo econômico e estão se tornando centrais para a forma como as empresas, governos, famílias e indivíduos trabalham. **(3)** Interações primárias ocorrem na interface entre provedor e cliente. Permitem também interações de cliente a cliente, fornecedor a fornecedor, e com outras partes interessadas. (*SERVICE SYSTEM*). (770).

SISTEMA DE TRABALHO SUSTENTÁVEL. Sistema de trabalho que considera os requisitos de todas as partes interessadas. Se tais requisitos são consistentes, satisfatórios e operacionais a longo prazo, sem comprometer inclusive as necessidades das gerações futuras. Concentra-se em um equilíbrio entre as necessidades do trabalhador, como o uso eficaz de competências e habilidades, aprendizagem, motivação, inovação, eficiências estáticas de curto prazo (como

produtividade e lucratividade), e eficiências dinâmicas de longo prazo (como aprendizado e inovação). (*SUSTAINABLE WORK SYSTEM*). (347, p. 36).

SISTEMA DURO. Uso observado no Brasil como tradução do inglês *hard system*. Refere-se à natureza de sistema, que permite a identificação de características como fronteira, entradas, saídas, as principais funções e processos de transformação. A abordagem *hard* é empregada em situações bem estruturadas, relativamente fáceis de serem medidas e quantificadas, onde prevalecem leis conhecidas e alto grau de previsibilidade. Em resposta às críticas e limitações da abordagem *hard-system*, alguns autores sugeriram uma mudança das experiências sistêmicas na direção do enfoque de sistema flexível (*soft systems*). (*HARD SYSTEM*). (60; 117).

SISTEMA ESPECIALISTA. Em Inteligência Artificial é o conjunto de programas de computador associado a uma base de conhecimento para efetuar diagnóstico, extrair conclusões ou apresentar planos de ação em uma área específica. Em geral, lida com campos bem definidos, abrangendo uma base de conhecimentos, um dispositivo de inferência, programa explicativo, programa de aperfeiçoamento do conhecimento e um processador de linguagem natural. (164, p. 345–346; 247; 404).

SISTEMA FLEXÍVEL. (1) Em organizações, o foco de análise sistêmica, no caso da adoção da orientação de *soft system*, muda de objetos físicos (característicos de sistemas de produção) para os sujeitos (seres vivos, principalmente humanos) e, sobretudo, para as relações que os caracterizam e sua interação com o ambiente. **(2)** Seu objetivo não é o controle do sistema, visando obter resultados pré-determinados, como na abordagem *hard* (visão positivista). Na perspectiva *soft*, sobressai a intenção de entender as relações humanas e interagir (visão construtivista). Essa metodologia procura enriquecer a compreensão de uma determinada situação, sem se preocupar diretamente com a resolução algorítmica do problema. É aplicada, principalmente, em ambientes onde a questão não é “como” fazer, mas “o que” fazer”. (*SOFT SYSTEM*). (413; 526).

SISTEMAS SOCIOTÉCNICOS. Sistemas de trabalho dinâmicos e abertos com limites permeáveis. Os sistemas sociotécnicos nas organizações são compostos por: (a) um subsistema tecnológico; (b) um subsistema psicossocial de pessoal; (c) o ambiente externo que interage com a organização; e (d) o desenho organizacional. Esses sistemas de trabalho estão em constante evolução em resposta a múltiplas influências internas e externas (*SOCIOTECHNICAL SYSTEMS*). (347, p. 35).

SNOWSHOE SPAMMING. (1) Estratégia de malware, na qual o *spam* é propagado por vários domínios e endereços de IP (*Internet protocol*) a fim de enfraquecer as métricas de reputação e evitar filtros. O número crescente de endereços IP dificulta o reconhecimento e a captura do *spam*. Isto significa que uma determinada quantidade de *spam* chega às caixas de entrada do e-mail de destino. **(2)** Organizações especializadas em localizar o *spam*, muitas vezes, têm dificuldade em identificar e capturar este tipo de *spam* (agindo como raquetes de neve (ing. *snowshoe*) por meio de filtros de *spam* convencionais. A atuação desse *spam* é semelhante a raquetes de neve reais, que distribuem o peso de um indivíduo por uma grande área para evitar afundar na neve. Da mesma forma, o *spam* como raquetes de neve distribui seu peso sobre uma ampla área para permanecer livre de filtros. (616).



SOCIEDADE CAPITALISTA. É possível olhar para a sociedade capitalista sob diversos ângulos: em *termos técnicos*, que sugere um capitalismo industrial ou pós-industrial; em *termos de abertura de mercados*, o que nos permite falar em globalização; sob um *ponto de vista político*, e então teremos o *Estado democrático liberal* ou então o *Estado democrático social*; em *termos culturais*, e falaremos em modernidade; ou ainda em *termos sociológicos*, e teremos o *capitalismo profissional* ou do conhecimento ou ainda *tecno-burocrático*. (*CAPITALIST SOCIETY*). (85, p. 1).

SOCIEDADE DO CONHECIMENTO. (1) Sociedade que definida por meio de sua diversidade e capacidades para estimular o compartilhamento do conhecimento. Isto oferece muitas oportunidades para seu desenvolvimento, apoiadas por inovação tecnológica e pela ampla participação na produção e consumo da informação. **(2)** Com efeito, as TICs, especialmente os telefones celulares e a informação digital, assim como o conteúdo da comunicação em massa estão cada vez mais ao alcance da população mundial. **(3)** O modelo de mercado vê o conhecimento a partir de uma perspectiva utilitária orientada para a produtividade, comercialização e competência, tendendo a limitar o acesso mediante direitos de propriedade intelectual. Em contraposição, o modelo comunitário se baseia no princípio da liberdade de expressão como direito fundamental da vida democrática. (*KNOWLEDGE SOCIETY*). (664).

SOCIEDADE EM REDE. (1) Tem como características cinco elementos que compõem as fundações materiais da sociedade em rede: 1º) a informação é a principal matéria-prima, sobre a qual agem as tecnologias. 2º) como a informação faz parte de toda a atividade humana da sociedade, as tecnologias de informação e comunicação também estão presentes em todas as facetas da vida social. 3º) qualquer utilização destas tecnologias entra numa lógica de rede, que atinge todos os sectores da vida social. 4º) novas tecnologias de informação e comunicação permitem uma flexibilidade quase total sobre as condições de utilização da informação e da comunicação. 5º) essas tecnologias tendem a fazer convergir vários formatos de mensagens num único sistema global, ao nível da produção, da distribuição e da manipulação da informação. **(2)** Formação social nova, na qual as infraestruturas sociais e informativas, com arquitetura em rede, constituem o modo principal de a sociedade organizar-se em níveis individual, grupal e social. Sua base tecnológica repousa sobre os avanços da microelectrónica, da digitalização, da comunicação por meio de computadores, da internet, conjugados com a oferta de ligações de banda larga e consequentes transferências massivas de dados e comunicações pessoais em massa. (*NETWORK SOCIETY*). (114, p. 2; 685, p. 49 -54).

SOCIEDADE INFORMACIONAL. Indica o atributo de uma forma específica de organização social, em que a geração, o processamento e a transmissão da informação tornam-se as fontes fundamentais de produtividade e poder devido às novas condições tecnológicas surgidas na era digital. (*INFORMATIONAL SOCIETY*). (113, p. 46; 114).

SOFTWARE LIVRE. Programa distribuído e usado gratuitamente pelo usuário. Por isso, a maioria dos *softwares* livres incluem termos proibindo a venda, a revenda ou uso comercial. (27; 282).

SOFTWARE MALICIOSO. (1) Termo usado na cibersegurança, refere-se a programas de computador destinados a infiltrar-se em um sistema de computador, de forma ilícita, com o intuito de causar danos, alterações ou roubo de informações. Pode aparecer na forma de código executável, scripts de conteúdo ativo, e outros *softwares*. **(2)** Malware é um termo geral utilizado para uma variedade de formas de *software* hostil ou intruso. **(3)** *Spyware*, é um *software* malicioso que infecta computadores e registra hábitos de *browsing* do utilizador, websites que visita e compras online. (*MALWARE*). (417).

SOFTWARE SOCIAL. (1) Ferramentas, metodologias e recursos tecnológicos desenvolvidos na Web 2.0. **(2)** Termo cunhado por Clay Shirky em 2002 que o define como *software* que suporta interação em grupo, possibilitando o compartilhamento de informações, tais como: fóruns, listas de discussão, *blogs*, *microblogs*, *chats*, *RSS* (*Rich site summery*), *widgets*, mensagens instantâneas, *podcasts*, sites de compartilhamento de vídeos e fotos, *wikis*, sites de redes sociais, programas de e-mail e outros dispositivos de interação, síncrona ou assíncrona, que variam de acordo com a estruturação do grupo e a autonomia do internauta. (*SOCIAL SOFTWARE*). (506).

SOCIAL BOOKMARKING. Ferramenta que auxilia os seus usuários a reunir e compartilhar endereços (*links*) da Web. (314; 297, p. 364).

SPAM. Mensagem eletrônica, muitas vezes publicitária (por exemplo: propaganda de promoções comerciais) não solicitadas e enviada, em massa. **(2)** Refere-se ao uso de mensagens eletrônicas indesejadas, em massa. Isto favorece a entrada de uma grande ameaça à segurança, pois o spam é usado para ataques de *software* maliciosos, como o *phishing*. (343, p. 615; 618).

SPAMMERS. Produtores de mensagens eletrônicas não solicitadas enviadas em grande quantidade (*spam*). (289, p. 347).

SPINOFF. (1) Novo negócio, criado pela separação de parte de uma empresa existente, ou ato de criar tal negócio. **(2)** Uma empresa cria uma cisão, resultando uma nova companhia, esperando que valha mais como uma entidade independente. Sinônimos de *spinoff* são *spin out* ou *starbus*. (619).

SPOOFING. Técnica ilegal que consiste em fornecer uma identidade falsa, aparentemente confiável aos usuários alvos, conectados à rede. Essa técnica, por meio de identidade falsa, modifica e envia pacotes falsos ou ilegais aos seus alvos. O *spoofing* possui algumas variações no enfoque do ataque, podendo ser usado basicamente: o *IP Spoofing*, o *DNS Spoofing* e também o *ARP Spoofing*. (54).

SPOOFING ARP. Ataque com o objetivo de alterar a resposta ARP (*adress resolution protocol*- padrão de redes de computação) enviada a uma requisição original, através de uma resposta falsa. Enviando uma resposta falsa, o roteador pode expedir dados destinados ao computador da vítima recebedora para o computador do usuário malicioso, sendo que este se redireciona aos dados da vítima. Se for bem-sucedido, a vítima não terá ideia de que o redirecionamento das informações está ocorrendo. (111, p. 100).

SPOOFING DNS. Consiste em enganar o dispositivo do usuário alvo, redirecionando as requisições realizadas ao servidor de DNS (*Domain name system*



– sistema de nomes de domínio) dos aplicativos *Web*, que o dispositivo alvo deseja acessar, propiciando um redirecionamento para uma página definida pelo usuário malicioso. (111, p. 100).

SPOOFING IP. (1) Consiste em enganar o dispositivo do usuário alvo, fazendo com que o computador alvo identifique o dispositivo do usuário malicioso de maneira confiável. Desta forma, o dispositivo alvo acaba por confiar e receber qualquer tipo de pacote de informações provenientes do atacante. **(2)** Com sua utilização, é possível que o atacante invada o computador do usuário alvo, receba os pacotes provenientes da comunicação entre os dispositivos e cometa um *hijacking*, que é um sequestro da sessão do usuário. **(3)** O *IP Spoofing* é uma das maneiras mais comuns de crimes cibernéticos. Através dessa técnica o atacante ganha um acesso não autorizado a um computador ou a uma rede fazendo parecer que a mensagem foi enviada através de uma máquina confiável, cujo endereço de IP foi falsificado. (111, p. 100).

SQL (STRUCTURED QUERY LANGUAGE). (1) É uma linguagem de consulta estruturada para uma base de dados relacional, inspirada na álgebra relacional. Diferencia-se de outras linguagens de consulta a banco de dados, no sentido em que uma SQL especifica a forma do resultado e não o caminho para chegar a ele. **(2)** É normalizado pela ISO/IEC 9075-1:2016 – Information technology–Data base languages – SQL Part 1: Framework (SQL/Framework). (164).

STAKEHOLDER. (1) Interessados ou detentores de uma parte ou fração (do inglês *stake*) de uma empresa. **(2)** Podem ser *stakeholders*: clientes; fornecedores; governo; mídia; funcionários; acionistas; comunidade, distribuidores; universidades; e entidades de classe. Um *stakeholder* pode ser qualquer indivíduo ou grupo que afeta a organização, ou que é afetado por suas ações, políticas, práticas ou resultados. **(3)** Grupo que pode legitimar as ações de uma organização, tendo papel direto ou indireto na gestão e nos resultados da mesma (acionistas, credores, comércio, fornecedores, clientes e comunidades afetadas pelas atividades da empresa). **(4)** Termo e teoria cunhados por R. Edward Freeman, em sua obra *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, publicado em 1984. Considerada o marco no desenvolvimento da teoria dos stakeholders. Parte do pressuposto de que o negócio organizacional é um sistema que deve criar valor para todas as partes interessadas (detentoras de um *stake*). Em resumo, trata-se de uma visão de mundo que situa os negócios num contexto capitalista, com ética organizacional. (271; 469; 654).

STARTUP. (1) Organização formada para pesquisar um modelo de negócio passível de ser repetido e escalável. **(2)** Refere-se a uma empresa, recém-criada, nos primeiros estágios de operação. Startups são fundados por um ou mais empreendedores decididos a desenvolver um produto ou serviço para o qual acreditam haver demanda. Tais empresas, geralmente, começam com custos altos e receita limitada, razão pela qual procuram capital de uma variedade de fontes, junto a capitalistas de risco. (624).

STORYTELLING. Ver **NARRATIVA**

STREAMING. (1) Utilizada como método de transmissão ou recepção de dados (especialmente vídeo ou material de áudio) numa rede de computador sob forma

de fluxo contínuo e estável. Permite que sua reprodução começa, enquanto o restante dos dados ainda está sendo recebido. **(2)** A mídia utiliza essa técnica como um fluxo contínuo e serial. Ao contrário de outros métodos de *download*, o *streaming* de mídia é enviado e recebido de acordo com a respectiva disponibilidade. Um exemplo é o compartilhamento P2P (ponto a ponto), como torrente. (631).

STREAM PROCESSING. Processo de análise de dados em tempo real utilizado nas plataformas de mídia social, como no Facebook e Twitter. Pode ser útil para organizações que querem direcionar o curso de dados de modo mais preciso e especializado. Exemplos: vários tipos de ERP (*Enterprise Resources Planning*). (630).

SUPER CRUNCHERS. Termo inglês para ‘detetives estatísticos’, (cruncher equivale em português a “tritador”), que aplicam análise estatística em algoritmos de mineração de dados (*data mining*), de forma a obter resultados precisos referentes a dados coletados. Tais dados são processados exclusivamente por computadores, a partir de hipóteses levantadas pelos analistas. Como exemplo citam-se o Google e Amazon que, através da análise do comportamentais de seus usuários, acabam sabendo mais sobre esses usuários do que os próprios imaginariam. (40).

SWITCH. Dispositivo responsável pela conexão física entre servidores, armazéns de dados e computadores. (773).

◇ T

TAG. Palavra-chave vinculada a um objeto digital (*website*, foto, vídeo etc.) para descrevê-lo. Quando termos populares são empregados por usuários de uma determinada coleção de registros (objetos digitais) tem-se as chamadas folksonomias (em inglês *folksonomies*). (639).

TAGGING SOCIAL. Também chamado de tagging cooperativo. Processo por meio do qual usuários da rede definem uma série de tags (marcas, rótulos, palavras-chave) de forma espontânea para descrever determinados objetos digitais. (*SOCIAL TAGGING*). (707, p. 653).

TAXONOMIA. (1) Classificação hierárquica de informação específica de acordo com um sistema conhecido, cujo produto serve para discutir, analisar e recuperar informações. **(2)** Lista de termos relacionados a determinado tema ou assunto. O termo mais comum ou representativo do tema ou assunto é colocado no ponto mais alto de uma hierarquia de outros termos a ele associados. Ao passar dos níveis mais altos para os mais baixos na hierarquia, encontramos termos cada vez mais específicos. Cada termo de determinada hierarquia é ligado ao termo de nível mais alto. **(3)** Ver também a norma americana ANSI-NISO Z39:19-2005, que define as taxonomias como um conjuntos de termos controlados, organizados em uma estrutura hierárquica. (*TAXONOMY*). (649).

TCP. Protocolo de comunicação usado na Internet ou em qualquer rede que segue os padrões da IETF (*Internet Engineering Task Force – Força Tarefa da Internet Engenharia*) para protocolo de trabalho na Internet (*Internetwork*). O TCP fornece



um protocolo hospedeiro-a-hospedeiro confiável em redes de comunicação comutadas por pacotes e em sistemas interconectados dessas redes. (665).

TCP/IP. Conjunto de protocolos de comunicação entre computadores em rede. Seu nome vem de dois protocolos: o TCP (*Transmission Control Protocol* - Protocolo de Controle de Transmissão) e o IP (*Internet Protocol* - Protocolo de Internet, ou ainda, protocolo de interconexão). O conjunto de protocolos pode ser visto como um modelo de camadas, onde cada camada é responsável por um grupo de tarefas, fornecendo um conjunto de serviços bem definidos para o protocolo da camada superior. As camadas mais altas, estão logicamente mais perto do usuário (chamadas camada de aplicação) e lidam com dados mais abstratos, confiando em protocolos de camadas mais baixas para tarefas de menor nível de abstração. (665).

TECNOLOGIA. (1) Aplicação prática do conhecimento para criar a capacidade de fazer algo novo, e de forma inteiramente nova. **(2)** Técnica ou conjunto de técnicas de um domínio particular e complexo. (*TECHNOLOGY*). (317; 476).

TECNOLOGIA 5G. (1) Padrão de tecnologia de quinta geração para redes móveis e de banda larga, sendo sucessora planejado das redes 4G, que fornecem conectividade para a maioria dos dispositivos atuais (celulares). **(2)** AS redes 5G são redes móveis, nas quais a área de serviço é dividida em pequenas áreas geográficas chamadas de "células". Todos os dispositivos sem fio 5G em uma célula são conectados à internet e à rede telefônica por ondas de rádio, por meio de um transmissor local na célula. **(3)** Por ter maior envergadura de banda proporciona maior velocidade de *download*, podendo chegar a até 10 gigabites por segundo (Gbit/s). Espera-se que as redes 5G sejam utilizadas como provedoras de serviços gerais de internet, para laptops e computadores desktop, bem como para possibilitar novas aplicações para as internet das coisas (IoT) e de máquina a máquina (M2M).

TECNOLOGIA ANALÓGICA. (1) No contexto da tecnologia, refere-se a sinais derivados de fenômenos físicos, que também podem ser interpretados como sinais que representam medições físicas. A entrada de luz ou visual, por exemplo, é um sinal analógico. Portanto, para capturar o vídeo, seu sinal analógico deve ser traduzido em pulsos eletrônicos flutuantes. **(2)** Transmite dados por sinais eletrônicos de frequência ou amplitude variável que são adicionadas a ondas de determinada frequência. A transmissão televisiva ou por telefone utiliza-se de tecnologia analógica. (*ANALOG TECHNOLOGY*). (20).

TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO (TI). (1) Área do conhecimento (tecnológico) que influi na arquitetura do conhecimento registrado (suporte, formato, conteúdo e tipo). **(2)** Tecnologias de Informação (*lato sensu*) têm sido empregadas ao longo de milênios. O processo de escrever, a formação de alfabetos, e a invenção da imprensa são tecnologias de informação que tiveram efeitos profundos na nossa cultura humana. **(3)** As TI atuais são tecnologias de armazenamento e transferência de informação que incluem o conhecimento dos sistemas de publicação, impressão e duplicação; computadores e periféricos; mídia não impressa; televisão e rádio; micrografia; e telecomunicação. A TI compreende tanto uma gama de instrumentos

como microcomputadores ou copiadoras, quanto o que pode ser denominado de tecnologias de informação intelectual, tais como: indexação; classificação; e sistemas de análise. (*INFORMATION TECHNOLOGY*). (*IT*). (8, p. 2).

TECNOLOGIA DE LEDGER DISTRIBUÍDO. Na sigla inglesa DLT (*Distributed Ledger Technology*) é um protocolo que permite o funcionamento seguro à uma base de dados digital descentralizada. As redes distribuídas eliminam a necessidade de uma autoridade central para controlar a manipulação. A DLT permite o armazenamento de todas as informações de maneira segura e precisa, usando criptografia. O mesmo pode ser acessado por meio de “chaves” e assinaturas criptográficas. Depois que as informações são armazenadas, elas se tornam um banco de dados imutável e são regidas pelas regras da rede. (*DISTRIBUTED LEDGER TECHNOLOGY*). (213).

TECNOLOGIA DIGITAL. (1) Pela tecnologia digital permite-se a compactação de todos os tipos de mensagens, inclusive som, imagens e dados. Forma-se uma rede capaz de comunicar toda a espécie de símbolos sem o uso de centros de controle. A universalização da linguagem digital e a lógica pura do sistema de comunicação em rede criaram condições para a comunicação horizontal global. **(2)** A conversão de informação analógica (som, imagem, vídeo) em valores digitais correspondentes, os torna manipuláveis por computador. (34; 113, p. 375).

TECNOLOGIA SOCIAL. Tecnologia social corporativa é a que apóia a comunicação interna e externa. As tecnologias sociais são utilizadas pelas organizações empresariais como ferramenta de marketing e divulgação social de notícias e troca de ideias (*SOCIAL TECHNOLOGY*). (151).

TECHNOLOGY READINESS LEVELS (TRL). Ver **NÍVEIS DE PRONTIDÃO TECNOLÓGICA**

TEMPO REAL. Desempenho computacional durante o tempo atual, no qual o processo físico acontece, de forma que os resultados computacionais podem ser usados, simultaneamente com o tempo do processo físico. (*REAL TIME*). (566).

TEORIA CONTINGENCIAL. (1) Maneira pela qual a corporação é organizada e funciona, correspondendo à natureza do meio ambiente no qual está inserida. Utilizando uma metáfora orgânica, pode-se afirmar que organizações evoluem de acordo com as contingências ambientais. **(2)** Organizações são mais ou menos complexas em relação à complexidade do ambiente que as cerca, que pode apresentar-se sob forma turbulenta, hostil, diversificada, tecnologicamente complexa ou restritiva. **(3)** A chamada teoria da contingência ou teoria contingencial ressalta que nas organizações “tudo depende de” ou “tudo é relativo a” alguma coisa. Não há nada de absoluto, e para que se alcancem os objetivos das organizações, as técnicas administrativas devem relacionar-se de forma funcional às condições do ambiente, por exemplo, tecnologia, tamanho das organizações, estratégias e ciclo de vida. (*CONTINGENCY THEORY*). (516; 389; 516).

TEORIA DA AÇÃO. (1) Esta parte da teoria administrativa, refere-se à estrutura organizacional, seus objetivos, métodos aprendidos e expectativas. Ela inclui: a) normas de desempenho corporativo, normas para estabelecer a margem de lucro ou retorno do investimento; b) estratégias para cumprimento de normas (p. ex. implantação de uma tecnologia); c) pressupostos que mantém unidas



normas e estratégias (p. ex. pressuposto de que a manutenção de um alto índice de retorno do investimento depende da contínua introdução de novas tecnologias). (*ACTION THEORY*). (28, p. 14-15).

TEORIA (MATEMÁTICA) DA INFORMAÇÃO. Estuda aspectos quantitativos do armazenamento e comunicação da informação. Originalmente proposta para determinar os limites fundamentais no processamento de sinais e operações de comunicação (como a compressão de dados), a teoria tem várias aplicações nas mais diversas áreas, incluindo a comunicação, inferência estatística, processamento de linguagem natural, criptografia, neurociência computacional, evolução, computação quântica, e ciência da informação, em especial na recuperação da informação e nos estudos bibliométricos. (*INFORMATION (MATHEMATICAL) THEORY*). (608; 609).

TEORIA DOS JOGOS. (1) Ramo da matemática aplicada que estuda situações estratégicas, no presente uso, aplicável à administração. Estuda os critérios de decisão racional quando há conflitos de interesse. **(2)** Originalmente desenvolvidas por matemáticos. Tem sido aplicada, também à área de negócios, em particular no processo de tomada de decisão 'lógica' (*logical decision making*). Trata-se de uma estrutura que visa simular situações de decisão entre competidores, em relação a determinados cenários. **(3)** Sob vários aspectos, pode-se dizer que a teoria dos jogos constitui uma ciência da estratégia, especialmente no caso da decisão "ótima" entre competidores independentes. **(4)** No âmbito dos negócios, e entre agentes econômicos, a teoria dos jogos se aplica à modelagem do comportamento dos competidores, sendo sua principal utilidade descrever e modelar como esses competidores se comportam em vários cenários e situações. **(5)** Pioneiros da teoria foram o matemático John von Newman (1903-1957) e o economista Oscar Morgenstern (1902-1977). (*GAME THEORY*). (214; 486; 648).

TEORIA SISTÊMICA. Noção de que o universo e, por conseguinte, também as organizações, podem ser pensados como um grande organismo vivo. Pressupõe-se que as partes não podem ser consideradas isoladamente, mas como parte de um todo. O todo emerge além da existência das partes, e as relações dão coesão ao sistema todo, conferindo-lhe um caráter de totalidade ou globalidade. Uma das características definidoras do sistema é que o todo é maior do que a soma de suas partes. O sistema se compõe de elementos que interagem entre si, sendo abertos, receptivos, continuamente com seu ambiente. Adicionalmente, podem adquirir qualitativamente novas propriedades emergentes estando, portanto em evolução contínua. Também são autorreguláveis através da realimentação (*feedback*). (*SYSTEM THEORY. GENERAL SYSTEM THEORY*). (*GTS*). (59).

TEORIA U. (1) Capacidade de uma organização atuar a partir do futuro emergente. A teoria U explora um território novo da pesquisa científica e da liderança individual. É fundada na experiência (individual) da vida real e de práticas compartilhadas. Como conceito central utiliza a expressão *presencing* ("presenciamento"), termo cunhado por Otto Scharmer (Massachusetts Institute of Technology MIT), que combina os conceitos de *presencing* ("presença") e *sensing* ("sentir"), dos indivíduos em seu trabalho (funcionários e líderes). Prática que, no seu conjunto,

possibilita a cada indivíduo participar plenamente na co-criação e visualização do futuro desejadas para a organização, a partir de seu envolvimento pessoal. **(2)** A ideia da metodologia vem do formato da letra U e indica duas visões diferentes para o tempo. O lado esquerdo representa um movimento para baixo, que envolve compreender nossos modelos mentais e nos afastar de tudo aquilo que não é essencial. A base do U representa o momento de reflexão e o lado direito é a subida, o momento em que novas ideias são colocadas em prática. **(3)** A Teoria U sugere a mudança de uma abordagem pessoal e centrada no indivíduo para uma abordagem coletiva centrada no grupo, visando a “consciência do ecossistema”, em outras palavras a “jornada em U”. (*THEORY U*). (590).

TERCEIRIZAÇÃO. (1) Estratégia de empresas de transferir para outras partes de suas atividades-meio, proporcionando mais disponibilidade e recursos para sua finalidade-fim. **(2)** A terceirização oferece a oportunidade para a organização se concentrar em suas competências essenciais, incluindo não apenas a terceirização de itens como limpeza, alimentação e segurança, mas também áreas como expertise especializada, *design*, manufatura, marketing, distribuição e sistema de informação. (*OUTSOURCING*). (323).

TESAURO. Lista de termos relativos a um tema ou assunto; em geral, mas não necessariamente, dispostos em uma hierarquia. Cada termo pode apresentar suas definições e conceitos. O relacionamento entre os termos respeita regras de associação pré-definidas. É possível disciplinar o uso /desuso de termos tratando-se de aspectos terminológicos como a sinonímia, polissemia, acrônimos, traduções e outras. Oferece trilhas lógicas para guiar os usuários pelos relacionamentos entre termos, bem como entre termos e definições/conceitos (como *hiperlinks*). (*THESAURUS*). (127).

TEXT MINING. Ver **MINERAÇÃO DE TEXTO**.

THINK TANK (TT). (1) Literalmente “usina de análises”, é uma instituição, entidade ou grupo de especialistas, cuja função é a reflexão intelectual sobre assuntos específicos, como por exemplo, política social, estratégia política, economia, assuntos militares, tecnológicos, culturais, análise e pesquisa sobre políticas públicas, entre outro. **(2)** Também chamados de laboratório de ideias, gabinete estratégico, centro de pensamento ou centro de reflexão. **(3)** O conceito de TT tem origem na Segunda Guerra Mundial, em referência aos ambientes militares onde especialistas planejavam as guerras. **(4)** A partir dos anos 1960 o número de TTs passou a aumentar, notadamente nos Estados Unidos, na Rússia e na China, onde o conceito tomou a forma atual (431; 460).

TOP-DOWN e BOTTOM-UP. Conceitos complementares, usados para designar respectivamente, dois tipos de dinâmica estratégica, seja nos campos científico, técnico, gerencial e em outros. Na primeira abordagem, parte-se da visão “de cima para baixo” num sistema, enquanto que na segunda, procede-se de “baixo para cima”. Na primeira modalidade, cada nível é detalhado, do mais alto ao imediatamente inferior, até aos níveis mais baixos do objeto ou universo analisado. Já na abordagem do bottom-up, a análise procede a partir dos níveis inferiores para os superiores, até chegar ao nível mais alto do sistema. Na gestão e organização de



empresas, por exemplo, a abordagem top-down parte do executivo responsável pelas decisões; enquanto que a modalidade do bottom-up parte de um conjunto maior de pessoas responsáveis pelas decisões, que não estejam no topo da empresa. No tocante ao desenvolvimento de projetos de *software* costumam-se combinar ambas as estratégias, tanto o top-down como o bottom-up. (774).

TRABALHADOR DO CONHECIMENTO. Profissionais cuja principal contribuição é o conhecimento, adquirido por meio de treinamento formal, aplicado ao desenvolvimento de produtos e serviços, e cuja principal função envolve a utilização de tecnologias de informática e de escritório para a realização de tarefas de trabalho relacionadas à informação. (*KNOWLEDGE WORKER*). (340; 347, p. 34).

TRABALHO INFORMACIONAL. Trabalho especializado que capta, processa, comunica e registra informações a partir da produção de sentido e significados em um contexto cultural ou científico. (*INFORMATIONAL WORK*). (172).

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DO NEGÓCIO. (1) Dentro da economia digital, trata-se do processo de reavaliar um modelo de negócio ou práticas exercidas em uma empresa, levando em consideração a disponibilidade e acesso à tecnologia digital. **(2)** Seu objetivo é criar uma base apropriada para os negócios. A estratégia digital deve ser suficientemente visionária para guiar as empresas através de mudanças na economia digital, propiciando a continuidade do negócio. **(3)** A transformação digital tem produzido mudanças em três áreas: experiência do cliente, processos operacionais e modelos de negócio. **(4)** O processo de transformação digital requer coordenação em toda a organização, envolvendo inclusive, mudanças na cultura da empresa. **(5)** A transformação do negócio para o digital consiste no processo de explorar as tecnologias digitais e sua capacidade de suporte, criando um modelo de negócio robusto. (*DIGITAL BUSINESS TRANSFORMATION*). (207; 577).

TRATADO DE COOPERAÇÃO EM PATENTES. O Tratado de Cooperação em Patentes (na sigla inglesa *PCT Patent Cooperation Treaty*), é um acordo da organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) firmado em 19 de junho de 1970, em Washington (modificado em 3 de fevereiro de 1984 e em 3 de outubro de 2001, regulamentado sob o PCT e em vigor desde 1º de julho de 2020), com a finalidade de desenvolver o sistema de patentes e de transferência de tecnologia. Prevê, basicamente, meios de cooperação entre os países industrializados e os países em desenvolvimento. (*PATENT COOPERATION TREATY*). (PCT). (291, p. 344).

TREINADOR. Profissional especializado para estimular outra pessoa, desenvolvendo seu potencial. Sua tarefa é guiá-la ajudando-lhe a aprender, estimulando-a para a descoberta de novos caminhos, de forma espontânea e natural. (*COACH*). (610, p. 303).

TREINAMENTO. (1) Conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes, que permite aos gestores identificar e reconhecer as diferenças individuais de sua equipe de trabalho. Podem treinar e orientar seus colaboradores, de acordo com as realidades do ambiente de trabalho, auxiliando-os no desenvolvimento máximo de suas capacidades. Esta ação pode levá-lo à superação de obstáculos na busca da excelência de resultados, gerando, também, um processo de transformação nas relações interpessoais. **2)** Intervenções em competências a fim de melhorar ações

de outros. **(3)** Metodologia amplamente empregada atualmente, que permite aprimoramento de desempenho pessoal e profissional, podendo apresentar resultados rápidos a partir de aplicação imediata. (*COACHING*). (262; 736, p. 1).

TRILHAS DE APRENDIZAGEM. (1) Caminhos alternativos e flexíveis para o aprimoramento pessoal e profissional. **(2)** A noção de trilhas de aprendizagem parte do pressuposto de que cada profissional pode conceber sua trilha a partir de suas conveniências, necessidades, ponto de partida e ponto a que deseja chegar. Deve poder integrar em seu planejamento de carreira as expectativas da organização, o desempenho esperado, suas aspirações, as competências que já possui e aquelas que necessita desenvolver. (*LEARNING TRACKS*). (273).

TRIPÉ DA SUSTENTABILIDADE. O chamado tripé da sustentabilidade se baseia nos resultados da empresa medidos em termos sociais, ambientais e econômicos. A frase “people, planet and profit” (ou “3Ps”), foi cunhada por John Elkington em 1994. (*TRIPPLE BOTTONLINE*). (237).

TWEET. Empréstimo do inglês, designando mensagem enviada pelo TWITTER, rede social que simula um blog pessoal, porém com plataforma reduzida de 280 caracteres para cada “TWEET” enviado.



UNIVERSALIDADE DA INTERNET. (1) Concepção de que a internet é mais do que uma simples infraestrutura de aplicações. Trata-se de uma rede de interações em nível econômico e social, que tem potencial de fortalecer os direitos humanos e capacitar indivíduos e comunidades. **(2)** Proposta pela Unesco em 2013, abarca quatro pilares (princípios), que devem balizar o crescimento e a evolução da internet, fundamentais para o seu desenvolvimento no sentido de ir ao encontro do cumprimento das metas do desenvolvimento sustentável. Esses princípios são conhecidos pela sigla *ROAM* – *Rights* (Direitos), *Openness* (Abertura), *Accessibility to all* (Acesso a todos), e *Multistakeholder participation* (Participação de todos os multi-interessados). A Unesco posiciona-se em relação ao acesso aberto de todos à internet, na qual os direitos humanos sejam respeitados, e sua estrutura de governança de múlti-interessados seja preservada. **(3)** O Brasil foi o primeiro país que teve o seu ecossistema de internet avaliado a partir dos Indicadores de Universalidade da Internet da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco). Os resultados foram publicados em 2020, no relatório “*Assessing Internet development in Brazil: using Unesco’s Internet Universality ROAM Indicators*” (em português, “Avaliando o Desenvolvimento da Internet no Brasil: aplicação dos Indicadores de Universalidade da Internet da Unesco”). (*INTERNET UNIVERSALITY*). (351).

UNIVERSIDADE CORPORATIVA. (1) Entidade educacional, tornada em instrumento estratégico, concebida e desenhada para assistir a sua organização (mantenedora) de origem. Sua missão consiste na condução de atividades que criem a cultura do aprendizado individual e organizacional, e que novos conhecimentos, desenvolvidos



a partir do aprendizado, sejam colocados em prática. **(2)** A característica principal da universidade corporativa é sua ligação com a estratégia de sua empresa. **(3)** Iniciativa no local de trabalho, que integra uma variedade de oportunidades de aprendizado, ligadas à missão e aos objetivos da organização. **(4)** Atualmente incorpora orientações da 'Teoria U'. (*CORPORATE UNIVERSITY*). (11, p. 9-10; 437).

URL (UNIFORM RESOURCE LOCATOR). O localizador uniforme de recursos é um endereço eletrônico que permite identificar seu site ou blog na rede. Contém uma série de informações específicas, seguindo um padrão pré-determinado para que o usuário possa encontrar o serviço que procura desde que se dirija ao endereço correto. O padrão das URLs foi definido em 1994 por Tim Berners-Lee, inventor da *World Wide Web* em 1989. (674).

USABILIDADE. (1) Anteriormente conhecida pela expressão '*user friendliness*' refere-se à interface amigável e fácil de ser usada entre usuário e computador. Pressupõe que o usuário possa encontrar-se confortável no uso de um *software*, tenha facilidade de aprendizagem com seu manuseio, bom tempo de reposta, recuperação confiável etc. **(2)** Nível de eficiência de um utilizador na realização de determinadas tarefas num produto, por exemplo, um sítio *Web* ou uma aplicação. **(3)** A usabilidade pode ser medida objetivamente através de erros de desempenho cometidos e da produtividade alcançada, e subjetivamente através da caracterização das preferências do utilizador em relação à interface. **(3)** Ver também a Norma ABNT NBR ISO/IEC 9126 de 1º de fevereiro de 2013, que define e padroniza a qualidade de produtos de *software*; e a NBR 9241-11, em sua segunda edição de 15 de julho de 2021 referente à ergonomia da interação humano-sistema. (*USABILITY*). (34).



VALOR. Em administração entende-se por valor o que uma empresa consegue criar para seus clientes, ultrapassando o custo de sua fabricação. (*VALUE*). (537, p. 425; 538).

VALORES. (1) Padrões fundamentais, não escritos que guiam o comportamento e o julgamento através de situações. **(2)** Desenvolvem-se a partir do aprendizado, experiência pessoal e em sistemas sociais. Valores são aprendidos e regulados por instituições sociais, tais como a família, comunidade, sociedade e organização em que as pessoas trabalham. (*VALUES*). (578).

VALOR AGREGADO. (1) Diferença entre o preço de um produto e o custo de sua produção. O preço é determinado pelo que os clientes estão dispostos a pagar com base em seu valor percebido. **(2)** Montante pelo qual o valor de um artigo aumenta a cada estágio de sua produção, além de seu custo inicial. **(3)** Gerado principalmente pela inovação, tanto do processo como de produtos. Como exemplos: novos *designs* de *chips* e inovações em gravação de *software* foram fortes condicionantes do destino da indústria eletrônica. (*VALUE ADDED*). (113, p. 264; 683)

VALOR DO CONSUMIDOR. Vínculo pessoal criado entre cliente e fornecedor, que se estabelece após o cliente ter usado o produto ou serviço oferecido pelo

fornecedor e tê-lo aprovado. A satisfação do cliente pode levá-lo a comprar repetida ou exclusivamente daquele fornecedor, recomendá-lo a amigos e familiares, e resistir a oferta de outros fornecedores. Pode ser chamado de *fidelição* do cliente uma longa relação, contruída com o fornecedor, proporcionando fortalecimento da posição competitiva da empresa e aumento da rentabilidade do negócio. **(CUSTOMER VALUE)**. (101).

VALORES COMPARTILHADOS. (1) Valor compartilhado resulta de políticas e práticas que contribuem para a vantagem competitiva, fortalecendo as comunidades em que uma empresa atua. As empresas podem criar um valor compartilhado de três maneiras: a) reconcebendo produtos e mercados, b) redefinindo a produtividade na cadeia de valor e c) fortalecendo clusters (econômicos) locais. **(3)** Valores e princípios fundamentais explícitos e implícitos, que sublinham a cultura de uma organização, guiando decisões e o comportamento ético de seus empregados, gerência e membros. M. Porter e M. Kramer defendem que os resultados de uma empresa devem andar de mãos dadas com benefícios sociais. **(SHARED VALUES)**. (377; 544).

VANTAGEM COMPETITIVA. (1) Michael Porter deu origem ao conceito de 'vantagem competitiva na *Harvard Business School* (1980). Ele propôs que para que as organizações atinjam vantagem competitiva poderiam adotar duas estratégias diferentes: a) ser líder de preço, ou (b) ser um diferenciador. **(2)** Vantagem competitiva é o valor que a organização consegue criar para seus compradores ou usuários, o qual ultrapassa o seu custo de fabricação. Trata-se de uma vantagem sobre os concorrentes oferecendo-se aos clientes maior valor, seja por meio de preços mais reduzidos ou, proporcionalmente, maiores benefícios. **(3)** Condição ou circunstância que coloca a organização numa posição de negócio favorável ou superior. É o motivador que leva o consumidor a consumir um produto em decorrência das vantagens que seu fornecedor lhe ofereceu ao consolidar valor agregado, em relação aos concorrentes, à sua cadeia de suprimento, ao seu processo de gestão e planejamento e/ou uso da inteligência competitiva para posicionar o produto no mercado e manter-se sustentável. **(4)** Capacidade de criação de valor acima da média de seus concorrentes. **(5)** Construto latente e precedente lógico do desempenho superior, pelo qual os estudos empíricos se baseiam- na observação de variáveis do desempenho para medir a competitividade das empresas **(6)** Apuração da vantagem competitiva dá-se por métodos estatísticos e pela comparação com a média da indústria. **(COMPETITIVE ADVANTAGE)**. (158; 540; 543; 641; 726).

VAZAMENTO DA INFORMAÇÃO. Na segurança de uma empresa, disponibilização intencional ou não intencional de informação para um ambiente não confiável. **(INFORMATION LEAKAGE)**. (338).

VIGILÂNCIA TECNOLÓGICA. VIGILÂNCIA CIENTÍFICA E TÉCNICA. (1) O termo francês *veille technologique*, corresponde ao monitoramento ambiental da organização, focado, principalmente, mas não apenas, em ciência e tecnologia. **(2)** Processo organizado, seletivo e permanente de busca, recuperação, análise e disseminação de informações do ambiente externo e informações da própria organização sobre ciência e tecnologia e outros fatores. Especificamente, a Vigilância



Tecnológica objetiva preparar-se para as aceleradas mudanças tecnológicas em curso, mantendo contínuas estratégias de inovação. Para estar a par dos desenvolvimentos e inovações tecno-científicas, a vigilância tecnológica faz largo uso da análise de patentes. (*VEILLE TECHNOLOGIQUE. VEILLE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE*). (354; 645; 692).

VIRAL. Prática ou padrão autoreprodutivo de utilização da internet que se transmite de pessoa para pessoa. (*VIRAL*). (81).

VIRTUAL. Usado para designar algo real que se projeta no ciberespaço, um simulacro digital online, uma experiência vivida por meio de canais de comunicação eletrônica. (*VIRTUAL*). (81).

VÍRUS. Em informática usado para um programa que, transferido para o sistema de um computador e afetar a operação do mesmo. Pode-se propagar passando de computador a computador, parecido com um vírus biológico, pode ser transferido por meio de e-mail, ou um aplicativo de arquivo. O vírus 'cola' no programa e se operacionaliza com este programa, causando problemas. (*VIRUS*). (551).

VISIBILIDADE DA CADEIA DE ABASTECIMENTO. Capacidade de rastreamento ou rastreabilidade de pedidos de produtos e sua remessa física, desde a origem da produção até seu destino. Isto inclui atividades de logística e transporte, assim como o seu acompanhamento (em trânsito) até a entrega ao consumidor. (**SUPPLY CHAIN VISIBILITY**). (636).

◇ W

WATSON. Supercomputador da IBM. **(1)** Trata-se de uma plataforma aberta e multicloud que permite automatizar o ciclo de vida da Inteligência Artificial. Possui tecnologia inovadora em machine learning. **(2)** Foca em serviços cognitivos para negócios, visando auxiliar profissionais, desenvolvedores e startups a construir sistemas cognitivos para processos, interações e ações. **(3)** Sistema para o processamento avançado, recuperação de informação, representação de conhecimento, raciocínio automatizado e tecnologias de aprendizado de máquinas.

WEB. REDE. (1) Abreviatura para designar a *World Wide Web*. Criada em 12 de março de 1989 por Tim Berners-Lee. Tem como objetivo disponibilizar informação em uma perspectiva *top down*, por meio de *Web sites* ou em ambientes informacionais digitais desenvolvidos com *Hyper Text Markup Language* (HTML). Seus dados são transmitidos por meio do *Hyper Text Transfer protocol*. **(2)** Desenvolveu-se a Web concomitantemente com a popularização dos computadores, em especial, os computadores pessoais, bem como a evolução dos sistemas operacionais, navegadores, linguagens e outras aplicações. (307; 691).

WEB 2.0. (1) Termo usado pela primeira vez pela pesquisadora Darcy DiNucci, refere-se à segunda geração de desenvolvimento e *design* da Web. **(2)** A segunda versão da Web, também chamada de Web social ou Web 2.0, acontece no período entre 2000 e 2010. Essa geração de serviços e produtos da Web é caracterizada pela interação dos usuários na Internet **(3)** Uma de suas principais características do

ponto de vista dos desenvolvedores é o regime de beta perpétuo, isto é, o programa é corrigido, alterado e melhorado constantemente. Os usuários participam deste processo, dando sugestões, reportando erros e aproveitando as melhorias contínuas. (558; 645, p. 41).

WEB 3.0. Terceira geração da *World Wide Web* pela qual se pretende que os conteúdos online estejam organizados de forma semântica, mais personalizados, para cibernautas, com sítios e aplicações inteligentes, apresentando publicidade baseada nas pesquisas e nos comportamentos. (34).

WEB 4.0. Em constante evolução, a *Web*, atualmente, não é composta exclusivamente por humanos, mas também a partir de objetos físicos, dispositivos e veículos, originando o conceito de Internet das Coisas. Essas novas realidades levaram ao surgimento de um novo paradigma intitulado *Web 4.0*, conceito ainda bastante irregular e mutável. Desde 2009, diversas definições da *Web 4.0* foram sugeridas por vários autores. Não há consenso total sobre uma definição sólida de *Web 4.0*, ao contrário das definições anteriores, amplamente aceitas. Pode-se afirmar que a *Web 4.0* cobre um conjunto de múltiplas dimensões. Cada uma dessas dimensões oferece uma visão distinta do paradigma da *Web 4.0*. Aplicações como redes sociais e tecnologias como Internet das Coisas, *Big Data*, inteligência artificial e M2M (*Machine to Machine*– Máquina a Máquina) desempenham um papel fundamental na adoção e implementação da *Web 4.0*. (12, p. 7040).

WEB BROWSER. *Software* ou ferramenta adequada para ler documentos eletrônicos na *Web*. (710).

WEBCASTING. Apropriação de funcionalidades dos serviços de rádio e televisão para o ambiente Internet. Pode incluir serviços de transmissão simultânea de programas, bem como serviços orientados para grupos específicos de utilizadores, necessitando eventualmente de subscrição. (80).

WEBCONFERÊNCIA. Apropriação pelo ambiente *Web* das funcionalidades da teleconferência, com recursos de áudio e/ou imagem. (80).

WEB CRAWLER. RASTREADOR. Explora a *Web* ao recuperar documentos e seguir os *links* dentro desses documentos. (712).

WEB ESCURA. (1) Refere ao conteúdo online criptografado, que não é indexado por mecanismos de pesquisa convencionais. A *dark Web* às vezes, também é chamada de *dark net*, que é uma parte da *Web* profunda (*deep Web*). Esta refere-se apenas a *sites* que não aparecem nos mecanismos normais de busca da Internet. **(2)** A maior parte dos conteúdos da *Web* profunda consiste em arquivos privados, hospedados no *Dropbox*, sendo seus concorrentes ou bancos de dados somente de assinantes. **(3)** Navegadores específicos, como o *Tor Browser*, são necessários para acessar a *Web* escura. Muitos *sites* desta *Web*. Simplesmente fornecem serviços padrão com sigilo, o que beneficia dissidentes políticos e pessoas preocupadas com sua privacidade. **(4)** Infelizmente, os mercados online de drogas, trocas referentes a dados roubados e outras atividades ilegais, também procuram a *Web* escura. (*DARK WEB*). (172).



WEB PROFUNDA. Também conhecida como *Web* invisível. **(1)** Estima-se que 96% de dados da *Web* são encontrados na *Web* profunda. Nesta, não é trivial obter dados, que se constituem de bancos de dados, sites de empresas e outras fontes. A acessibilidade, em geral, só é permitida através de consulta personalizada, como cadastro ou licença. (*DEEP WEB. INVISIBLE WEB*). (191).

WEBOMETRIA. **(1)** Estudo de aspectos quantitativos da construção e uso dos recursos informacionais, recursos e tecnologias na *Web*, utilizando abordagens *bibliométrica e informétrica*. **(2)** Estudo do conteúdo baseado na *Web* com métodos principalmente quantitativos, visando objetivos de pesquisas, por exemplo, nas ciências sociais, utilizando técnicas não específicas de um campo de estudo. (*WEBOMETRICS*). (656, p. 6).

WEB ONTOLOGY. LANGUAGE (OWL). ONTOLOGIA DA LINGUAGEM WEB. Linguagem usada para representar explicitamente o significado dos termos nos vocabulários e nas relações entre esses termos. O OWL é usado quando as informações contidas nos documentos precisam ser processadas por aplicativos, diferentemente de situações em que o conteúdo só precisa ser apresentado aos seres humanos. (713; 714).

WEB SCIENCE. CIÊNCIA DA WEB. **(1)** Área de conhecimento da teoria e prática de máquinas sociais. **(2)** Exemplos de máquinas sociais incluem construção ambiental colaborativa de conhecimento (como a *Wikipedia*), redes sociais (como o *Twitter*), ambiente de coleta de dados (do tipo *crowd sourcing* como o *Galaxy Zoo*). Em todos os casos, a combinação de recursos computacionais baseados na *Web*, combinados com a interação social, tiveram um efeito transformador na construção e compartilhamento do conhecimento. **(3)** A própria *Web* pode ser considerada uma máquina social. Por ela transitam quantidades enormes de conteúdos, aplicações, serviços, dados e redes sociais. Esse processo envolve gente e tecnologia e, ao mesmo tempo, permite a criação de outros processos com impacto na atividade humana nas mais diversas formas. (308).

WEBINAR. WEB SEMINAR. Ver **SEMINÁRIO BASEADO EM REDE**.

WEB SEMÂNTICA. **(1)** Conjunto de tecnologias e aplicações online interoperáveis que interagem entre si através de um sistema de metadados. **(2)** Refere-se à visão da *W3C* da *Web* de dados vinculados. As tecnologias da *Web* semântica permitem que as pessoas criem e armazenem dados na *Web*, construam vocabulários e escrevam regras para manipulação de dados. Os dados vinculados são potencializados por tecnologias. (*SEMANTIC WEB*). (601).

WEB SINTÁTICA. Também conhecida como *Web* 1.0 apareceu, quando as redes de comunicação passaram a não ser do uso exclusivo dos governos e empresas, dando início da migração do analógico para o digital. Este primeiro momento da *Web* pode ser considerado como *Web* de documentos ou *Web* somente para leitura. (*WEB SYNTATICS*). (308).

WEB SOCIAL OU REDE SOCIAL. Consiste em um número de ferramentas e plataformas online por meio das quais as pessoas compartilham suas perspectivas, opiniões, pensamentos e experiências. (*SOCIAL WEB*). (551).

WEB VISÍVEL. Aquela onde qualquer informação pode ser obtida através de pesquisa simples padrão (como por meio do Google e outros motores de busca, assim como Twitter, Facebook e sites não dinâmicos). Estima-se que os dados disponíveis nesta categoria correspondam a 10% do que existe em toda Web. (*SURFACE WEB*). (637).

WHITE HAT HACKER. Literalmente “hacker de chapéu branco”, especialista em segurança de computadores, para testar e avaliar sua segurança. Os “hackers de chapéu branco” usam suas habilidades para melhorar a segurança, expondo vulnerabilidades antes que hackers mal-intencionados (conhecidos como “hackers de chapéu preto” ou *crackers*) possam detectá-los e explorá-los. Embora os métodos usados sejam semelhantes, senão idênticos, os “hackers de chapéu branco” têm permissão para empregá-los a favor da organização que os contratou contra os *crackers*. (724).

WIDGETS. Pequenos aplicativos que flutuam pela área de trabalho e fornecem funcionalidades específicas ao usuário. Um *widget* é portátil e reutilizável ou parte de conteúdo dinâmico que pode ser colocado em uma página Web, e se comunicar com um outro aplicativo ou *widget*. (725).

WIKI. Trata-se de um hipertexto, coleção de muitas páginas interligadas, onde cada uma delas pode ser visitada e editada por qualquer pessoa, usando um *Web browser*. A característica principal das ferramentas *wiki* é a possibilidade de criação de textos de forma coletiva e livre, assim como se faz na *Wikipédia* e em outros projetos que utilizam de hipertextos. (727).

WIKIPEDIA MINER. (1) Plataforma para compartilhar técnicas de *mineração de dados* (*data mining*). Trata-se de um conjunto de ferramentas para analisar e correlacionar a semântica de termos codificados dentro da Wikipédia. Foi desenvolvido pela *University of Waikato*, Nova Zelândia. **(2)** Oferece, como ferramenta, um *software* de código aberto, que cria bancos de dados que contêm versões resumidas do conteúdo e estrutura da Wikipédia. Inclui uma API Java (sigla para *Application Programming Interface*, isto é, uma Interface de Programação de Aplicativos), para possibilitar acesso a esses dados. (444).

WORKFLOW. FLUXO DE TRABALHO. No meio empresarial, sequência de atividades desenvolvidas de acordo com os processos de negócio de uma empresa. (739; 740).

WORK ON DEMAND. Trabalho sob demanda. Forma de trabalho na economia *gig*, em que a execução de atividades tradicionais de trabalho como transporte, limpeza e execução de recados, além de formas de trabalho administrativo, é canalizada por meio de aplicativos. Estes são gerenciados por empresas que também intervêm na fixação de padrões de qualidade de serviço e na seleção e gestão de mão de obra. (346, p. 36).

WWW. WORLD WIDE WEB. WEB. W3. REDE MUNDIAL. Serviço que oferece acesso através de hiperlinks ao espaço multimídia da Internet Responsável pela popularização da rede, que agora pode ser acessada através de interfaces gráficas de uso intuitivo, como o Netscape ou Explorer, a Web possibilita uma navegação mais fácil pela Internet (745).



WORLD WIDE WEB CONSORTIUM (W3C). Consórcio industrial internacional criado para desenvolver protocolos que promovem evolução e interoperabilidade da *www*. (745).

◇ X

XML EXTENSIBLE MARKUP LANGUAGE. (1) Formato de documento emergente da *Web*, mais flexível que o formato standard *HTML*. (*HYPertext MARKUP LANGUAGE*). Descreve virtualmente quaisquer dados num documento. Pode ser usado para aplicações específicas, permitindo que páginas *Web* funcionem como registros de bases de dados. **(2)** Trata-se de uma recomendação do consórcio *WWWC* (criado por Tim Berners-Lee] em 1994, para gerar uma linguagem de marcação para necessidades especiais. **(3)** Elementos que a compõem incluem os *XMLs Catalog, Data, Digital Signature, Document, Encryption*. (47; 248; 750-755).

XQUERY LANGUAGE. A linguagem *XML Query* tem como principal objetivo fornecer mecanismos de consulta para extração de dados de documentos reais e virtuais baseados na *Web*. Vincula tecnologias da *Web* e de banco de dados com a ajuda de *XML*. (756).

◇ Y

◇ Z

Z39.50. (1) Protocolo nacional e internacional (ISO 23950) de comunicação entre computadores desenhado para permitir pesquisa e recuperação de informação; documentos com textos completo, dados bibliográficos, imagens, e multimeios - em redes de computadores distribuídos. **(2)** Baseado em arquitetura cliente/servidor e operando sobre a rede internet, o protocolo permite um número crescente de aplicações. **(3)** O ambiente dinâmico, no qual o protocolo é aplicado, requer que a norma seja constantemente analisada e atualizada para proporcionar as mudanças de que os criadores, provedores e usuários de informação necessitam. (579).

ZETTABYTE. 1 zettabyte = 1 mil exabytes = 1 milhão petabytes = 1 bilhão terabytes = 1 trilhão gigabytes. Um zetabyte equivale a 103 exabytes, um exabyte; equivale a 106 terabytes ou 1018 bytes (considerando a base decimal). (764).

POSFÁCIO

A elaboração do Vocabulário Técnico da Organização Inteligente na Era Digital, em língua portuguesa, se revela de suma importância devido a vários fatores, alguns dos quais são apontados a seguir.

A organização inteligente, num contexto de concorrência mundial exacerbada, requer como condição indispensável, o uso correto de terminologias inter e transdisciplinares, na comunicação, no ensino e na pesquisa.

Na atual sociedade digital, evoluindo numa velocidade espantosa e incontrolável, é importante fixar as bases conceituais dos termos técnicos da organização inteligente por meio de rigorosas definições. Muito além de certos modismos, a presente iniciativa inclui também, uma seleção de novos termos, usados nas organizações, além do conhecimento já existente. A presente obra contribui com o rigor conceitual, essencial para o entendimento e a aquisição de novos conhecimentos.

Hoje, organizações inteligentes constituem assunto complexo. Nesta complexidade, o conteúdo semântico de cada termo ou expressão técnica é o primeiro passo para entender melhor do que se trata, igualmente indispensável para qualquer modelização.

Observa-se que a organização inteligente se encontra no cruzamento de várias disciplinas, oriundas tanto das ciências humanas, exatas e, sobretudo, tecnológicas. Devido a esta interdisciplinaridade, os membros de uma mesma equipe devem estar preparados a possibilitar o entendimento mútuo.

No panorama digital de hoje, eivado de fake news, é necessário à organização inteligente recorrer às definições, contribuindo para o processo de melhorar o entendimento nos respectivos grupos de trabalho, quando da construção de conhecimento teórico ou prático.

Para os profissionais, professores, técnicos e instituições no mundo lusófono, envolvidos em trabalhos de pesquisa e aplicações da organização inteligente, a presente obra tem valor indiscutível, garantindo rigor, exatidão e atualidade.

Prof. Dr. Luc Quoniam

Université de Toulon (titular aposentado) e Docente Permanente do Programa de Pós-Gradua o em Gestão da Informa o e do Conhecimento (PPGIC) da Universidade São Judas Tadeu

REFERÊNCIAS

1. 2021 facebook leak. *In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia*. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/2021_Facebook_leak. Acesso em: 29 dez. 2021.
2. 3D printing. *In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia*. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/3D_printing. Acesso em: 29 nov. 2021.
3. 5G. *In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia*. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/5G>. Acesso em: 20 jan. 2022.
4. ACCESS. *In: COMPUTER Security Resource Center glossary*. Gaithersburg, MD: NIST, 2021. Disponível em: <https://csrc.nist.gov/glossary/term/access>. Acesso em: 13 out. 2021.
5. ACKOFF, R. L. From data to wisdom: presidential address to ISGSR, 1988. *Journal of Applied Systems Analysis*, Lancaster, v. 16, p. 3-9, 1989.
6. ACORDO ganha-ganha. *In: WIKIPEDIA: a enciclopédia livre*. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Ganha-ganha>. Acesso em: 10 out. 2021.
7. AKGUN, A. E. *et al.* The Influence of storytelling approach in travel writings on readers' empathy and travel intentions. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, Amsterdam, v. 207, p. 577-586, 2015. Special issue: 11th International Strategic Management Conference.
8. ALBAGLI, S. Informação, conhecimento e desenvolvimento. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 6.*, Florianópolis. Anais. . . Florianópolis: UFSC, 2005. 1 CD-ROM
9. ALBERGHINI, E. ; CRICELL, L; GRIMALDI, M. KM versus enterprise 2. 0: a framework to tame the clash. *International Journal of Information Technology and Management*, New York, NY, v. 12, n. 3/4, p. 320-336, 2013.
10. ALDRICH, H. *Organizations evolving*. London: Sage Publications, 1999.
11. ALLEN, M. (ed). *The Corporate university handbook: designing, managing, and growing a successful program*. New York, NY: Amacon, 2002.
12. ALMEIDA, F. *Concepts and dimensions of Web 4. 0*. *International Journal of Computer and Technology*, [s. l.], v. 16, n. 7, p. 7040-7046, Nov. 2017

13. ALTUNOK, T. ; CAKMAK, T. A Technology Readiness Levels (TRLs) calculator software for systems engineering and technology management tool. *Advances in Engineering Software*, New York, NY, v. 41, n. 5, p. 769–778, 2010.
14. ALVARES, L; QUONIAM, L. ; BOUTET, C. V. Representação cartográfica dinâmica online: metodologia para análise de comunidades. *Encontros Bibli: revista eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, Florianópolis, v. 16, n. 32, p. 94-106, 2011
15. AMARAL, R. *et al.* Modelo para o mapeamento de competências em equipes de inteligência competitiva. *Ciência da informação*, Brasília, DF, v. 37, n. 2, p. 7-19, maio/ago. 2008
16. AMBIÇÃO net zero. In: PACTO GLOBAL. Rede Brasil. [S. l.: s. n.], [2021?] Disponível em: <https://www.pactoglobal.org.br/pg/ambicao-net-zero>. Acesso em: 09 set. 2021.
17. AMERICAN MARKETING ASSOCIATION (AMA). *Definition of marketing*: approved July, 2013. Disponível em: <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>. Acesso em: 15 out. 2021.
18. AMORIM, M. T. C. F. ; CURT, D. ; MENEZES, C. S. Um Helpdesk Inteligente baseado em Ontologias. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE INFORMÁTICA NA EDUCAÇÃO, 23, Rio de Janeiro, 26–30 de novembro de 2012. *Anais. . .* Rio de Janeiro: CBIE, 2012. Disponível em: <https://www.br-ie.org/pub/index.php/sbie/article/viewFile/1779/1540>. Acesso em: 27 ago. 2019.
19. ANÁLISE de risco. In: DICIONÁRIO financeiro. [S. l. : s. n.]. [c2021]. Disponível em: <https://www.dicionariofinanceiro.com/analise-de-risco/>. Acesso em: 20 out. 2021.
20. ANALOG. In: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp. , 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/784/analog>. Acesso em: 19 out. 2021.
21. ANALYTICS. In: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp. , c2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/30296/analytics>. Acesso em 10 out. 2021.
22. ANDERSON, C. *A cauda longa: a nova dinâmica de marketing e vendas: como lucrar com a fragmentação de mercados*. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
23. ANSOFF, H. I. *Strategic management*. London: MacMillan Press, 1978.
24. ANSOFF, H. I. ; McDONELL, E. J. *Implantando a administração estratégica*. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1993.
25. ARAÚJO, C. A. A. Correntes teóricas da Ciência da Informação. *Ciência da Informação*, Brasília, DF, v. 38, n. 3, p. 192-204, set. /dez. , 2009.
26. ARGENTI, P. A. ; HOWELL, R. A. ; BECK, K. A. The strategic communication imperative. *MIT Sloan Management Review*, Cambridge, MA, v. 46, n. 3, p. 82-90, 2005.
27. ARGOTE, L. ; INGRAM, D. Knowledge transfer: a basis for competitive advantage in firms. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, New York, NY, v. 82, n. 1, p. 150-169, 2000.



28. ARGYRIS, C. ; SCHÖN, D. A. *Organizational learning: a theory of action perspective*. Reading, MA: Addison Wesley, 1978. v. 1.
29. ARIA, M. ; CUCCURULLO, C. A brief introduction to bibliometrix. [Naples, 2020?]. Disponível em: https://www.bibliometrix.org/vignettes/Introduction_to_bibliometrix.html. Acesso em: 06 set. 2020.
30. ARIA, M. ; CUCCURULLO, C. *Package 'bibliometrix'*. [S. l. : s. n.], 2021. Disponível em: <https://cran.r-project.org/Web/packages/bibliometrix/bibliometrix.pdf>. Acesso em: 06 set. 2021.
31. ARRUDA, M. C. C. ; WITHAKER, M. C. ; RAMOS, J. M. R. *Fundamentos de ética empresarial e econômica*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
32. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. São Paulo, c2021. Disponível em: <http://www.abnt.org.br/sobre>. Acesso em: 20 out. 2021
33. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS ANALISTAS DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA. *Glossário de inteligência competitiva*. Brasília, DF: ABRAIC, 2002.
34. ASSOCIAÇÃO PARA A PROMOÇÃO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO. *Glossário da Sociedade da Informação*. Lisboa: APDSI, 2019. Disponível em: http://apdsi.pt/glossario/wp-content/uploads/sites/4/2019/07/GLOSSA%CC%81RIO-DA-SOC-INFORMACAO_v2019-APDSI.pdf. Acesso em: 01 nov. 2021.
35. ASSOCIATION OF COLLEGE AND RESEARCH LIBRARIES (ACRL). *Framework for information literacy for higher education*. Chicago: ALA, 2016.
36. ASSOCIATION OF COLLEGE AND RESEARCH LIBRARIES (ACRL). Presidential Committee on Information Literacy. *Final Report*. Chicago: ALA, 1989.
37. AUFDERHEIDE, P. *Media literacy: a report of The National Leadership Conference on Media Literacy*. Queenstown, MD: The Aspen Institute, 1993.
38. AUGMENTED analytics. In: GARTNER information technology glossary. [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/augmented-analytics>. Acesso em: 25 out. 2021.
39. AUSTER, E. ; CHOO, C. W. *Managing information for the competitive edge*. New York: Neal-Schuman, 1996.
40. AYRES, I. *Super crunchers: why thinking-by-numbers is the new way to be smart*. New York: Bantam Books, 2007.
41. BAKER, W. E. ; SINKULA, J. M. Market orientation, learning orientation and product innovation: delving into the organization's black box. *Journal of Market-Focused Management*, [s. l.], v. 5, n. 1, p. 5-23, 2002.
42. BANCO CENTRAL DO BRASIL. *Moedas virtuais*. Brasília, DF: Bacen, c2020. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/acessoinformacao/perguntasfrequenterespostas/faq_moedasvirtuais. Acesso em: 15 out. 2021.

43. BANCO CENTRAL DO BRASIL. *Resolução nº 4. 595, de 28 de agosto de 2017*. Dispõe sobre a política de conformidade (compliance) das instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil. Brasília, DF: BACEN, 2017. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/pre/normativos/busca/downloadNormativo.asp?arquivo=/Lists/Normativos/Attachments/50427/Res_4595_v1_O.pdf. Acesso em: 01 nov. 2021.
44. BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (Brasil). *Balço social e outros aspectos da responsabilidade social corporativa: relato setorial nº 2*. Rio de Janeiro: BNDES, 2000. Disponível em: https://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/relato/social02.pdf. Acesso em: 29 dez. 2020.
45. BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. 4. ed. Lisboa: Edições 70, 2008.
46. BAREGHEH, A; ROWLEY, J.; SAMBROOK, S. *Towards a multidisciplinary definition of innovation*. *Management Decision*, Bingley, v. 47, n. 8, p. 1323-1339, 2009.
47. BARNERS-LEE, T.; FISCHETTI, M. *Weaving the Web: the original design of the World Wide Web by its inventors*. New York: HarperCollins, 2000.
48. BARNES, J. *Azure Machine Learning*. Redmond, WA: Microsoft Press, 2015. E-book. (Microsoft Azure Essentials). Disponível em: <https://download.microsoft.com/download/0/9/6/096170E9-23A2-4DA6-89F5-7F5079CB53AB/9780735698178.pdf>. Acesso em: 23 out. 2021.
49. BARON, D. P. *Business and its environment*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1993.
50. BARRETO, A. A. A eficiência técnica e econômica e a viabilidade de produtos e serviços de informação. *Ciência da Informação*, Brasília, DF, v. 25, n. 3, 1996.
51. BASKERVILLE, R.; DULIPOVICI, A. The theoretical foundations of knowledge management. *Knowledge Management Research & Practice*, Basingstoke, v. 4, n. 2, p. 83-105, 2006.
52. BASTIAN, M., HEYMANN, S.; JACOMY, M. Gephi: an open source software for exploring and manipulating networks. *In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON WEB LOGS AND SOCIAL MEDIA*, 3, 2009, San Jose, CA. *Proceedings*. Palo Alto, CA: AAAI Press, 2009. p. 361-362.
53. BATISTA, F. F. *Governo que aprende: gestão do conhecimento em organizações do executivo federal*. Brasília, DF: Ipea, 2004. (Texto para Discussão n. 1022). Disponível em: https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_1022.pdf. Acesso em 23 out. 2021.
54. BELCIC, I. *O que é spoofing e como posso me proteger dele?* Praga: Avast, 2021. Disponível em: <https://www.avast.com/pt-br/c-spoofing>. Acesso em: 30 out. 2021.
55. BELLUZZO, R. C. B. Competências e novas condutas de gestão: diferenciais de bibliotecas e sistema de informação. *In: VALENTIM, M. L. P. (org.). Ambientes e fluxos de informação*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. p. 23-53.



56. BERG, E. A era do cliente: três coisas que o tornam poderosíssimo. *In: ADMINISTRADORES*. com. João Pessoa, 06 fev. 2017. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/a-era-do-cliente-3-coisas-que-o-tornam-poderosissimo>. Acesso em: 15 out. 2021.
57. BERMAN, E. M.; KIM, C-G. Creative management in public organizations: jump-starting innovation. *Public Performance & Management Review*, Thousand Oaks, CA, v. 33, n. 4, p. 619-652, 2010.
58. BERMAN, E. M.; KIM, C-G. Creative management in public organizations: jump-starting innovation. *Public Performance & Management Review*, Thousand Oaks, CA, v. 33, n. 4, p. 619-652.
59. BERNSTEIN, P. A.; NEWCOMER, E. Business process management. *In: BERNSTEIN, P. A. ; NEWCOMER, E. Principles of transaction processing*. 2nd ed. Burlington, MA: Morgan Kaufmann, 2009. Chapter 5, p. 121-139. (The Morgan Kaufmann series in data management systems).
60. BERTALANFFY, L. von. *General system theory: foundations, development, applications*. New York, NY: George Brazillier, 1968.
61. BERTALANFFY, L. von. The history and status of General System Theory. *The Academy of Management Journal*, Briarcliff Manor, NY, v. 15, n. 4, p. 407-426, Dec. 1972.
62. BESSANT, J.; TSEKOURAS, G. Developing learning networks. *A. I. and Society*, London, v. 15, n. 2, p. 82-98, 2001.
63. BESSANT, J.; TSEKOURAS, G. *Developing learning networks: working paper*. Brighton: Centrim - University of Brighton, 1999.
64. BIG data analyst. *In: TECHOPEDIA technology dictionary*. [Edmonton: Janalta Interacting Corp, c2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/29956/big-data-analyst>. Acesso em: 15 out. 2021.
65. BIOINFORMATICS. *In: NATIONAL HUMAN GENOME RESEARCH INSTITUTE (US). Talking glossary of genetic terms*. Bethesda, MD: NIH, c2014. Disponível em: <https://www.genome.gov/genetics-glossary/Bioinformatics>. Acesso em: 25 out. 2021.
66. BITENCOURT, C. C. A gestão de competências gerenciais e a contribuição da aprendizagem organizacional. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 44, n. 1, p. 58-69, 2004.
67. BLOCKCHAIN explained. *In: INVESTOPEDIA dictionary*. [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/b/blockchain.asp>. Acesso em: 23 out. 2021.
68. BLOG. *In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia*. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Blog>. Acesso em 10 out. 2021.

69. BOCCATO, V. R. C. A linguagem documentária vista pelo conteúdo, forma e uso na perspectiva de catalogadores e usuários. *In: FUJITA, M. S. L. (org.) et al. A indexação de livros: a percepção de catalogadores e usuários de bibliotecas universitárias; um estudo de observação do contexto sociocognitivo com protocolos verbais.* São Paulo: Editora UNESP, Cultura Acadêmica, 2009. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/wcvbc/pdf/boccatto-9788579830150-08.pdf>. Acesso em 23 out. 2021.
70. BOCKEN, N. M. P. Sustainable venture capital and catalyst for sustainable start-up success? *Journal of Cleaner Production*, Amsterdam, v. 108, p. 647-658, 2015.
71. BORGES, J. et al. Competências infocomunicacionais: um conceito em desenvolvimento. *Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação*, [s. l.], v. 5, n. 1, 2012.
72. BORKO, H. Information Science: what is it? *Journal of Documentation*, London, v. 19, n. 3, p. 3-5, 1968.
73. BOT. *In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia.* [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Bot>. Acesso em: 21 out. 2021.
74. BPM CBOK V3. 0: guia para o gerenciamento de processos de negócio corpo comum de conhecimento. Brasília, DF: Association of Business Process Management Professionals Brasil, 2013.
75. BRANCO, S.; BRITTO, W. *O que é Creative Commons? novos modelos de direito autoral em um mundo mais criativo.* Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013.
76. BRANDÃO, H. P. Aprendizagem e desenvolvimento de competências, conceitos, pressupostos e práticas. *In: TARAPANOFF, K. (org.). Aprendizado organizacional.* Curitiba: Intersaberes, 2012. v. 2, cap. 3, p. 93-130.
77. BRANDÃO, H. P.; BARRY, C. P. Gestão de competências: métodos e técnicas para mapeamento de competências. *Revista do Serviço Público*, Brasília, v. 56. n. 2, p. 179-194, abr. /jun. 2005.
78. BRANDÃO, H. P.; GUIMARÃES, T. A. Gestão por competências e gestão de desempenho: tecnologias distintas ou instrumentos de um mesmo constructo? *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 41, n. 1, p. 8-15, jan. /mar., 2001.
79. BRANDÃO, H. P.; PUENTE-PALACIOS, K. E.; BORGES-ANDRADE, J. E. A análise multinível aplicada ao estudo da competência: em busca de uma compreensão mais integrada e abrangente sobre a noção de competência. *In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Administração – EnANPAD*, 32, 2008, Rio de Janeiro. *Trabalhos apresentados.* Rio de Janeiro: ANPAD, 2008. Disponível em: http://anpad.org.br/abrir_pdf.php?e=ODk5OQ==.EOR20. Acesso em: 19 jan. 2022.
80. BRANDÃO, O. Organizações diante da evolução das tecnologias de informação e comunicação; *In: TARAPANOFF, K. (org.). Inteligência, informação e conhecimento em organizações.* Brasília, DF: IBICT-Unesco, 2006. p. 139-158.



81. BRASIL. Ministério da Ciência e Tecnologia. Secretaria de Política de Informática. *Internet comercial: conceitos, estatísticas, aspectos legais*. 2. ed. Brasília: MCT, 2001.
82. BRASIL. Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão. Secretaria de Tecnologia da Informação e Comunicação. *Estratégia de governança digital: transformação digital – cidadania e governo*. Brasília, DF: MP, 2018.
83. BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Secretaria de Gestão Pública. *Benchmarking colaborativo: guia metodológico*; Brasília, DF: MP, SEGEF, 2013. Versão 1/2013. (Programa Gespública).
84. BREDO, E. Reconstructing educational psychology; situated cognition and Deweyan pragmatism. *Educational Psychologist*, Philadelphia, PA, v. 29, n. 1, p. 23-35, 1994.
85. BRESSER-PEREIRA, L. C. *As duas fases da história e as fases do capitalismo*. São Paulo: Escola de Economia de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, 2011. (Textos para discussão, 278).
86. BRETZKE, M. Database marketing. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 32, n. 4, p. 112-120, 1992.
87. BRIET, S. *What is Documentation?* English translation of the classic French text. Lanham, MD: Scarecrow Press, 2006.
88. BRINKLEY, I. *Defining the knowledge economy: knowledge economy programme report*. London: The Work Foundation, 2006.
89. BROWN, J.; COLLINS, A.; DAGUID, P. Situated cognition and the culture of learning. *Educational Researcher*, Thousand Oaks, CA, v. 18, n. 1, p. 32-42, 1989.
90. BROWSER. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Web_browser. Acesso em: 10 out. 2021.
91. BRUCE, C. S. Las siete caras de la alfabetización en información en la enseñanza superior. *Anales de Documentación*, Murcia, n. 6, p. 289-294, 2003.
92. BRUM, M. A. C.; BARBOSA, R. R. Comportamento de busca e uso da informação: um estudo com alunos participantes de empresas juniores. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 14, n. 2, p. 52-75, maio/ago. 2009.
93. BRUMEL, L. Social accountability between consensus and confrontation; developing a theoretical framework for societal accountability relationships of public sector organizations. *Administration & Society*, Thousand Oaks, CA, v. 53, n. 7, p. 1046-1077, 2021.
94. BUCKLAND, M. Document theory. *Knowledge Organization*, Wurzburg, v. 45, n. 5, p. 425-436, 2018.
95. BUDAPEST open access initiative. Budapest: BOAI, 2002. Disponível em: <https://www.budapestopenaccessinitiative.org/>. Acesso em: 25 out. 2021.

96. BURANARACH, M. *The Foundation for semantic interoperability on the World Wide Web*. 2001. (PhD Thesis) – Department of Information Science and Telecommunications, School of Information Sciences, University of Pittsburgh, Pittsburgh, PA: 2001.
97. BURGESS, J. T. F.; KNOW, E. J. M. (Ed.). *Foundations of information ethics*. Chicago, IL: ALA, Neal-Schuman, 2019.
98. BUSINESS intelligence 2. 0 (BI 2. 0). *In: TECHOPEDIA technology dictionary*. [Edmonton: Janalta Interacting Corp., 2021]; Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/26502/business-intelligence-20-bi-20>. Acesso em: 12 out. 2021.
99. BUSINESS *networking*. *In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia*. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Business_networking. Acesso em: 12 out. 2021.
100. BUSINESS TO BUSINESS (B2B). *In: INVESTOPEDIA dictionary*. [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/b/btob.asp>. Acesso em: 23 out. 2021.
101. BUTZ Jr., H. E.; GOODSTEIN, L. D. Measuring customer value: gaining the strategic advantage. *Organizational Dynamics*, New York, NY, v. 24, n. 3, p. 63-77, 1996.
102. CÂNDIDO, A. C. Gestão da informação e inovação aberta: oportunidades em ações integradas. *Brazilian Journal of Information Studies: Research Trends*, Marília, v. 11, n. 2, p. 72-78, 2017.
103. CAPRA, F. *A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos*. São Paulo: Cultrix, 2006.
104. CAPURRO, R. Information ethics. *In: DÍAZ NAFRIA, J. M.; PÉREZ-MONTORO GUTIÉRREZ, M.; SALTO ALEMANY, F. (Coord.). Glosarium BITri: glosario de conceptos, metáforas, teorías y problemas en torno a la información: glossary of concepts, metaphors, theories and problems concerning information*. León: Universidad de León, 2010. p. 308-314
105. CAPURRO, R.; HJØRLAND, B. O conceito de informação. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 12, n. 1, p. 148-207, jan/abr. 2007. Tradução do capítulo publicado no *Annual Review of Information Science and Technology*, v. 37, cap. 8, p. 343-411, 2003.
106. CARAYANNIS, E. G.; RAKHMATULLIN, R. The Quadruple/quintuple innovation helixes and smart specialization strategies for sustainable and inclusive growth in Europe and beyond. *Journal of Knowledge Economy*, New York, NY, v. 5, n. 2, p. 212-239, 2014.
107. CARAYANNIS, E. G.; GONZALES, E.; WHETTER, J. J. The nature and dynamics of discontinuous and disruptive innovations from a learning and knowledge management perspective. *In: SHAVININA, L. V. (Ed.). The International handbook on innovation*. Oxford: Elsevier, 2003. p. 115-138.
108. CARAYON, B. *Intelligence économique, compétitivité et cohésion sociale*. Paris: La Documentation Française, 2003. (Collection des rapports officiels).



109. CARBONE, P. P. *et al.* *Gestão por competências e gestão do conhecimento*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2005.
110. CARNEIRO, M. L. F.; SILVEIRA, M. S. Objetos de aprendizagem como elementos facilitadores na educação à distância. *Educar em Revista*, Curitiba, n. 4, p. 235-260, 2014. Edição Especial.
111. CARVALHO, H. C. F. B.; PELLI, E. Técnicas de reconhecimento de padrões para identificação de ataque de DNS. *Revista Brasileira de Computação Aplicada*, Passo Fundo, v. 9, n. 2, p. 99-110, jul. 2017.
112. CASSOL, A. *et al.* A administração estratégica do capital intelectual: um modelo baseado na capacidade absorptiva para potencializar inovação. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 27-43, 2016.
113. CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. Tradução: Roneide Venancio Majer. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. (A era da informação: economia, sociedade e cultura, v. 1).
114. CASTELLS, M. *The rise of the network society*. 2nd ed. Oxford: Wiley-Blackwell, 2011. (The Information age: economy, society, and culture, v. 1).
115. CHAGAS, E. T. O. Inteligência artificial, computação quântica, robótica e blockchain: qual a realidade destas tecnologias em tempos atuais e futuros? *Núcleo do Conhecimento*, São Paulo, v. 9, n. 6, p. 72-95, 2019. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/inteligencia-artificial>. Acesso em: 15 out. 2021.
116. CHANDARANA, P.; VIJAYALAKSHMI, M. *Big data analytics frameworks*. In: 2014 INTERNATIONAL CONFERENCE ON CIRCUITS, SYSTEMS, COMMUNICATION AND INFORMATION TECHNOLOGY APPLICATIONS (CSCITA), 2014, Mumbai. [Proceedings...]. Piscataway, NJ: IEEE, 2014. p. 430-434.
117. CHANDLER JR, A. D.; CORTADA, J. W. The information age: continuities and differences. In: CHANDLER JR, A. D.; CORTADA, J. W. (Ed.). *A Nation transformed by information: how information has shaped the United States from colonial times to present*. Oxford: Oxford University Press, 2000. Chapter 9.
118. CHECKLAND, P. Soft systems methodology. In: ROSENHEAD, J.; MINGERS, J. (org). *Rational analysis for a problematic world revisited: problem structuring methods for complexity, uncertainty and conflict*. 2nd ed. Chichester: John Wiley & Sons, 2001. p. 61-89.
119. CHECKLAND, P. *Systems thinking, systems practice*. Chichester: John Wiley & Sons, 1981.
120. CHECKLAND, P. Towards a systems-based methodology for real-world problem solving. *Journal of Systems Engineering*, Lancaster, v. 3, n. 2, p. 87-116, 1972.
121. CHEN, C. *How to use CiteSpace*. Victoria, BC: Leanpub, 2019.
122. CHENIKI, N. *et al.* LODS: A Linked Open Data Based Similarity measure. In: IEEE 25TH INTERNATIONAL CONFERENCE ON ENABLING TECHNOLOGIES: Infrastructure for Collaborative Enterprises (WETICE), 25, 2016, Paris. *Proceedings*. Los Alamitos, CA: IEEE computer Society, 2016. p. 229-234.

123. CHESBROUGH, H. *et al.* (Ed.). *Open Innovation: researching a new paradigm*. New York: Oxford University Press, 2008.
124. CHESBROUGH, H. The era of open innovation. *MIT Sloan Management Review*, Cambridge, 44, v. 3, p. 35-41, 2003.
125. CHESNAIS, F. *A mundialização do capital*. São Paulo: Xamã, 1996.
126. CHIEF analytics officer (CAO). In: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp. , 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/33104/chief-analytics-officer-cao>. Acesso em: 15 out. 2021.
127. CHOO, C. W. *A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significados, construir conhecimento e tomar decisões*. Tradução Eliana Rocha. São Paulo: Editora Senac, 2003.
128. CHOO, C. W. Aprendizado como inteligência organizacional. In: TARAPANOFF, Kira. *Aprendizado organizacional*. Curitiba: Ibpex, 2012. V.1, p. 33-54.
129. CHOO, C. W. Closing the cognitive gaps: how people process information. *Financial Times*. London, Mar. 22, 1999. *Mastering Information Management*, p. 7-10. Disponível em: <http://choo.fis.utoronto.ca/FIS/ResPub/FThis/FT.pdf>. Acesso em: 25 out. 2021.
130. CHOO, C. W. Information culture and organizational effectiveness. *International Journal of Information Management*, Amsterdam, v. 33, n. 5, p. 775-779, 2013.
131. CHOO, C. W. *Information management for the intelligent organization: the art of scanning the environment*. 2nd ed. Medford, NJ: Information Today Inc., 1998. (ASIS monograph series).
132. CHOO, C. W. *et al.* Information culture and information use: an exploratory study of three organizations. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, New York, NY, v. 59, n. 5, p. 792-804, 2008.
133. CHOO, C. W. *The knowing organization: how organizations use information to construct meaning, create knowledge, and make decisions*. 2nd ed. New York: Oxford University Press, 2005.
134. CHOO, C. W. *et al.* Working with Information: information management and culture in a professional services organization. *Journal of Information Science*, Thousand Oaks, CA, v. 32, n. 6, p. 491-510, 2006
135. CHRISTENSEN, C. M. The ongoing process of building a theory of disruption. *The Journal of Product Innovation Management*, New York, NY, v. 23, n. 1, p. 39-55, 2006.
136. CHRISTENSEN, C. M.; RAYNOR, M. E. *O crescimento pela inovação: como crescer de forma sustentada e reinventar o sucesso*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
137. CHURCHMAN, C. W. *Introdução à teoria dos sistemas*. Petrópolis: Vozes, 1971.
138. CIANCONI, R. M. *Gestão do conhecimento: cisão de indivíduos e organizações*. 2003. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.



139. CITATION analysis. *In*: WIKIPÉDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Citation_analysis. Acesso em: 21 out. 2021.
140. CLOUD backup. *In*: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Jantata Interacting Corp. , 2021]. Disponível em: https://www.techopedia.com/definition/13587/cloud-backup?utm_source=aimtell&utm_medium=push&utm_campaign=campaign-2506. Acesso em: 12 out. 2021.
141. CLOUD security. *In*: GARTNER information technology glossary. [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/cloud-security>. Acesso em: 17 nov. 2021.
142. COCKERILL, T. The king of competence for rapid change. *In*: MABEY, C.; ILES, P. (Org.). *Managing learning*. London: Open University/Routledge, 1994. Cap. 7, p. 70-76.
143. CÓDIGO de compliance corporativo: guia das melhores práticas de compliance no direito empresarial. São Paulo, IBDEE, 2017. Disponível em: https://www.legiscompliance.com.br/images/pdf/ibdee_guia_compliance_digital.pdf. Acesso em: 26 out. 2021.
144. COELHO, G. M. Prospecção tecnológica: metodologias e experiências nacionais e internacionais: nota técnica 14. Rio de Janeiro: INT, 2003. Projeto CTPETRO: Tendências Tecnológicas.
145. COELHO, O. M. *et al.* Inovação na *accountability* de instituições de ensino superior a partir da gestão do capital intelectual: uma revisão sistemática. *In*: MARTINS, E. R. (org). *Gestão e organização da informação e do conhecimento*. Ponta Grossa, PR: Atena Ed., 2020. Cap. 7, p. 86-100.
146. COHEN, R. BI Strategy: what's in a name? Data governance roles, responsibilities and results factors. *DM Review*, West Allis, WI, 2006 apud CHEONG, L. K.; CHANG, V. The Need for data governance: a case study. AUSTRALASIAN CONFERENCE ON INFORMATION SYSTEM, 18th, 2007, Toowoomba. [*Proceedings*]. Toowoomba, 2007. p. 1001.
147. COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS. *Memorando sobre aprendizagem ao longo da vida*. Bruxelas: CCE, 2000. Disponível em: <https://infoeuropa.euocid.pt/files/database/000033001-000034000/000033814.pdf>. Acesso em: 07 set. 2021.
148. COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES. *Communication from the Commission concerning corporate social responsibility: a business contribution to sustainable development*. Brussels: CEC, 2002. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0347:FIN:EN:PDF>. Acesso em: 13 nov. 2021.
149. COMMITTEE ON THE FINANCIAL ASPECTS OF CORPORATE GOVERNANCE (UK). *The Financial aspects of corporate governance*. London: Gee and Co. Ltd, 1992. (Cadbury Report).
150. CONCEPTUAL model. *In*: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Conceptual_model. Acesso em: 16 out. 2021.

151. CONSTANTINIDES, E.; FOUNTAIN, S. J. Web 2. 0: conceptual foundations of marketing issues. *Journal of Direct Data and Digital Marketing Practice*, London, v. 9, n. 3, p. 231-244, 2008.
152. COOKIES. In: INFOPEDIA dicionários. [Porto: Porto Editora, 2021?]. Disponível em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/cookies>. Acesso em: 26 out. 2021.
153. COOPETITION. In: INVESTOPEDIA dictionary. [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/c/coopetition.asp>. Acesso em: 23 out. 2021.
154. CORAL, E. Ecosistema de inovação. In: *Certi insights*. Florianópolis, 24 ago. 2017. Disponível em: <https://certi.org.br/blog/ecossistema-de-inovacao>. Acesso em: 12 out. 2021.
155. COSTA, C; SANTOS, M. Y. *Big Data: state-of-the-art concepts, techniques, technologies, modeling approaches and research challenges*. *IAENG International Journal of Computer Science*, Hong Kong, v. 44, n. 2, p. 285-301, 2017.
156. COSTUMER data integration (CDI). In: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp, 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/1458/customer-data-integration-cdi>. Acesso em: 12 out. 2021.
157. COUTINHO, L; FERRAZ, J. C. (Coord.). *Estudo da competitividade da indústria brasileira*. 3. ed. Campinas: Papirus, 1995.
158. COYNE, K. P. Sustainable competitive advantage; what it is, what it isn't. *Business Horizons*, New York, NY, v. 29, n. 1, p. 54-61, 1986.
159. CRAWFORD, R. *Na era do capital humano*. Trauçõ. Luciana B. Gouveia. São Paulo: Atlas, 1994.
160. CROSS, M. Opportunities of social media. In: CROSS, M. *Social media security: leveraging social networking while mitigating risk*. Waltham, MA: Syngress, 2014. Chapter 2, p. 21-43.
161. CROSSAN, M.; APAYDIN, M. A multi-dimensional framework of organizational innovation: a systematic review of the literature. *Journal of Management Studies*, Oxford, v. 47, n. 6, p. 1154-1191, 2010.
162. CRUWELL, S. *et al.* 8 Easy steps to open science: an annotated reading list (to give to your busy supervisor/office mate). [Trier, 2019]. Trabalho apresentado na Open Science Conference 2019, Trier, Germany. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.23668/psycharchives.2388>. Acesso em: 20 out. 2021.
163. CRYPTOGRAPHIC key. In: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp. , 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/24749/cryptographic-key>. Acesso em: 13 out. 2021.
164. CUNHA, M. B.; CAVALCANTI, C. R. O. *Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia*. Brasília: Brique de Lemos/Livros, 2008.



165. CYBER resiliency. *In: COMPUTER Security Resource Center glossary*. Gaithersburg, MD: NIST, 2021. Disponível em: https://csrc.nist.gov/glossary/term/cyber_resiliency. Acesso em: 19 nov. 2021.
166. CYBER security. *In: COMPUTER Security Resource Center glossary*. Gaithersburg, MD: NIST, 2021. Disponível em: https://csrc.nist.gov/glossary/term/cyber_security. Acesso em: 20 out. 2021.
167. DAFT, R. L.; LENGEL, R. H. Information richness: a new approach to managerial behavior and organization design. *In: AUSTER, E.; CHOO, C. W. Managing information for the competitive edge*. New York: Neal-Schuman, 1996. p. 167-216.
168. DAINEZE, M. A. Códigos de ética empresarial e as relações da organização com seus públicos. *In: RESPONSABILIDADE social das empresas: a contribuição das universidades*. São Paulo: Peirópolis, 2004. p. 75-117.
169. DALY, H. Crescimento sustentável? não obrigado. *Ambiente e Sociedade*, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 197-201, jul. /dez. 2004.
170. DAMANPOUR, F. Organizational innovation: a meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, Briarcliff Manor, NY, v. 34, n. 3, p. 555-590, 1991.
171. DANAHER, J. The Logic of surveillance capitalism. *In: Algocracy and the transhumanist project: the future of governance and values in the post-human era* [Blog]. [S. l.] March 21, 2016. Disponível em: <https://algocracy.wordpress.com/2016/03/21/the-logic-of-surveillance-capitalism/>. Acesso em: 15 out. 2020.
172. DANTAS, M. Capitalismo na era das redes: trabalho, informação e valor no ciclo da comunicação produtiva. *In: LASTRES, H.; ALBAGLI, S. Informação e globalização na era do conhecimento*. Rio de Janeiro: Campus, 1999. Cap. 9, p. 216-261.
173. DARK Web. *In: INVESTOPEDIA dictionary*. [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/d/dark-Web.asp>. Acesso em 20 out. 2021.
174. DATA. *In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia*. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Data>. Acesso em: 21 out. 2021.
175. DATA and analytics. *In: GARTNER information technology glossary*. [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/data-and-analytics>. Acesso em: 23 out. 2021.
176. DATA base manager (DBManager). *In: TECHOPEDIA technology dictionary*. [Edmonton: Janalta Interacting Corp. , 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/11302/database-manager-dbmanager>. Acesso em: 14 out. 2021.
177. DATA center. *In: GARTNER information technology glossary*. [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/data-center>. Acesso em: 23 out. 2021.

178. DATA Lake. *In*: GARTNER information technology glossary. [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/data-lake>. Acesso em: 21 out. 2021.
179. DATA modeling. *In*: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp., 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/14/data-modeling>. Acesso em: 16 out. 2021.
180. DATABASE. *In*: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Database>. Acesso em: 10 out. 2021.
181. DAVENPORT, T. H. *Ecologia da informação: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação*. São Paulo: Ed. Futura, 1998.
182. DAVENPORT, T. H. Melhorando o desempenho da empresa. *In*: DAVENPORT, T. H.; MARCHAND, D. A.; DICKSON, T. *Dominando a gestão da informação*. Porto Alegre: Bookman, 2004. p. 14-20.
183. DAVENPORT, T. H.; HARRIS, J.; MORISON, R. *Inteligência analítica nos negócios: como usar a análise de informações para obter resultados superiores*. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2010.
184. DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L. *Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam seu capital*. 12. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
185. DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L. *Working knowledge: how organizations manage what they know*. Boston, MA: Harvard Business School Press, 1998
186. DAVIDOW, W. H.; MALONE, M. S. *A Corporação virtual: lições das empresas mais avançadas do mundo: estrutura e revitalização da corporação para o século 21*. São Paulo: Pioneira, 1993.
187. DAWSON, M.; FOSTER, J. Virtual capitalism. *In*: MCCHESENEY, R. *et al.* (ed.). *Capitalism and the information age: the political economy of the global communication revolution*. New York, NY: Monthly Review Press, p. 51-57, 1998.
188. DE GEUS, A. The Living Company. *Harvard Business Review*, Boston, MA, v. 75, n. 2, p. 51-59, Mar. -Apr. 1997.
189. DEAN, J. Communicative capitalism: circulation and the foreclosure of politics. *Cultural Politics*, Oxford, v. 1, n. 1, p. 51-74, 2005.
190. DECISION support system (DSS). *In*: INVESTOPEDIA dictionary. [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/d/decision-support-system.asp>. Acesso em: 22 out. 2021.
191. DECLARAÇÃO de Alexandria sobre competência informacional e aprendizado ao longo da vida. Alexandria: Unesco, 2005. Disponível em: <https://www.ifla.org/wp-content/uploads/2019/05/assets/wsis/Documents/beaconinfosoc-pt.pdf>. Acesso em: 28 dez. 2021.
192. DEEP Web. *In*: INVESTOPEDIA dictionary. [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/d/deep-Web.asp>. Acesso em: 20 out. 2021.



193. DEFINITION of competency mapping. *The Economic Times*. Mumbai: Bennett Coleman & Co. Ltd, 2021. Disponível em: <https://economictimes.indiatimes.com/definition/competency-mapping>. Acesso em: 09 out. 2021.
194. DEFINITION of marketing intelligence. *The Economic Times*. Mumbai: Bennett Coleman & Co. Ltd, 2021. Disponível em: <https://economictimes.indiatimes.com/definition/marketing-intelligence>. Acesso em: 09 out. 21.
195. DESCHAMPS, C. Competitive intelligence 2. 0 tools. In: QUONIAM, L. (Ed.). *Competitive intelligence 2. 0: organization, innovation and territory*, London: ISTE, Hoboken, NJ: Wiley, 2011. Chapter 7, p. 139-160.
196. DESCHAMPS, J. P.; NAYAK, P. R. Fomenting a customer obsession. *Global Business and Organizational Excellence*, Hoboken, NJ, v. 14, n. 4, p. 89-122, 1995.
197. DESCRIPTIVE analytics. In: INVESTOPEDIA dictionary. [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/d/descriptive-analytics.asp>. Acesso em: 23 out. 2021.
198. DESINTERMEDIATION. In: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp., 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/1470/disintermediation>. Acesso em: 25 out. 2021.
199. DETERDING, S. *et al.* From game design elements to gamefulness: defining "gamification". In: *MindTrek '11: Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments*. New York, NY: ACM, 2011 p. 9-15. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/230854710_From_Game_Design_Elements_to_Gamefulness_Defining_Gamification. Acesso em: 29 jul. 2021.
200. DEWEY, J.; BENTLEY, A. *Knowing and the known*. Boston: Beacon Press, 1949.
201. DHAKATE, K. R. Study of content management system (CMS) for developing e-commerce Websites. *Indian Journal of Applied Research*, Ahmedabad, v. 5, n. 8, p. 456-458, 2015.
202. DIAS, R. F.; CARVALHO, C. A. A. Bioeconomia no Brasil e no mundo: panorama atual e perspectivas. *Revista Virtual de Química*, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 410-430, 2017.
203. DIAS, S. M. *Democratizando a inteligência artificial*. Brasília, DF: Serpro, c2019. Disponível em: <http://serpro.gov.br/menu/noticias/noticias-2019/democratizando-a-inteligencia-artificial>.
204. DIFERENÇAS entre coaching, mentoring, counseling e holomentoring-e-holo. In: RH Portal. [Rio de Janeiro], 16 set. 2019. Disponível em: <https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/diferenas-entre-coaching-mentoring-counseling-e-holomentoring-e-holo/>. Acesso em: 07 set. 2021.
205. DIGITAL assets. In: GARTNER finance glossary. [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/finance/glossary/digital-assets>. Acesso em: 01 nov. 2021.

206. DIGITAL data. *In*: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp. , 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/24872/digital-data>. Acesso em: 13 out. 2021.
207. DIGITAL disruption. *In*: GARTNER information technology glossary. [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/digital-disruption>. Acesso em: 23 out. 2021.
208. DIGITAL divide. *In*: GARTNER information technology glossary. [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/digital-divide>. Acesso em: 23 out. 2021.
209. DIGITAL economy. *In*: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp. , 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/32989/digital-economy>. Acesso em: 13 out. 2021.
210. DIGITAL marketing strategy. *In*: GARTNER information technology glossary. [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/digital-marketing-strategy>. Acesso em: 23 out. 2021.
211. DIGITAL signal processing. *In*: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: [https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_signal_processing#:~:text=Digital%20signal%20processing%20\(DSP\)%20is,variety%20of%20signal%20processing%20operations.&text=DSP%20is%20applicable%20to%20both,and%20static%20\(stored\)%20data](https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_signal_processing#:~:text=Digital%20signal%20processing%20(DSP)%20is,variety%20of%20signal%20processing%20operations.&text=DSP%20is%20applicable%20to%20both,and%20static%20(stored)%20data). Acesso em: 20 jan. 2022.
212. DIJKSTERHUIS, M. S.; VAN DEM BOSCH. F. A.; VOLBERDA, H. W. Where do new organizations come from? Management logics as a source of coevolution. *Organization Science*, Providence, RI, v. 10, n. 5, p. 569-582, Sept. /Oct. 1999.
213. DISTRIBUTED ledger technology (DLT). *In*: INVESTOPEDIA dictionary. [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/d/distributed-ledger-technology-dlt.asp>. Acesso em: 19 out. 2021.
214. DIXIT, A. D. ; NALEBUFF, B. Game theory. *In*: THE LIBRARY of Economics and Liberty. [Carmel, IN: Liberty Fund, Inc, c2019]. Disponível em: <https://www.econlib.org/library/Enc/GameTheory.html>. Acesso em: 15 abr. 2021.
215. DODGSON, M. Organizational learning: a review of some literatures. *Organization Studies*, Berlin, v. 14, n. 3, p. 375-394, 1993.
216. DOMAIN knowledge. *In*: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Domain_knowledge. Acesso em: 12 set. 2021.
217. DONALDSON, T. Values in tension: ethics away from home. *Harvard Business Review*, Boston, MA, v. 74, n. 5, p. 48-49, 52-56, 58, 60, 62, Sept. -Oct. 1996.
218. DOOLEY, K. Organizational complexity. *In*: WARNER, M. (Ed.). *International Encyclopedia of Business and Management*. London: Thompson Learning, 2002. p. 5013-5022.
219. DOOLEY, K. J. A Complex adaptive systems model of organization change. *Nonlinear Dynamics, Psychology, and Life Sciences*, New York, NY, v. 1, n. 1, p. 69-97, 1997.



220. DOU, H. Développement regional 2. 0. In: QUONIAM, L.; LUCIEN, A. (org.). *Intelligence competitiva 2. 0: organization, innovation et territoire*. Paris: Hermes, Lavoisier, 2010. p. 331-349.
221. DUDZIAK, E. A. et al. Competência informacional e midiática: uma revisão dos principais marcos políticos expressos por declarações e documentos. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, São Paulo, v. 13, n. esp., p. 213-253, jan. 2017.
222. DURAND, T. L'alchimie de la compétence. *Revue Française de Gestion*, Paris, v. 127, n. 1, p. 84-102, 2000.
223. DURIEUX, V.; GEVENOIS, P. A. Bibliometric indicator: quality measurement of scientific publication. *Radiology*, Easton, PA, v. 255, n. 2, p. 342-51, 2010.
224. DUTTA, S.; LANVIN, B.; WUNSCH-VINCENT, S. (Ed.). *The global innovation index: the human factor innovation 2014*. Geneva: World Intellectual Property Organization; New Delhi: Confederation of Indian Industry, 2014. Disponível em: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/economics/gii/gii_2014.pdf. Acesso em: 10 set. 2021.
225. DUTTA, S.; LANVIN, B.; WUNSCH-VINCENT, S. (ed.). *Índice global de inovação 2020: quem financiará a inovação?* Geneva: World Intellectual Property Organization; New Delhi: Confederation of Indian Industry, 2020. Disponível em: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/wipo_pub_gii_2020.pdf. Acesso em: 10 set. 2021.
226. DYNE, L. et al. Cultural intelligence: a pathway for leading in a rapidly globalizing world. In: HANNUN, K. M.; McFEETERS, B. B.; BOOYSEN, L. (Ed.). *Leading across differences*. San Francisco, CA: Pfeiffer, 2010. p. 131-138.
227. EARLEY, P. C. Redefining interactions across cultures and organizations: moving forward with cultural intelligence. *Research in Organizational Behavior*, Greenwich, CT, v. 24, p. 271-299, 2001.
228. EARLEY, P. C.; ANG, S. *Cultural intelligence: individual interactions across cultures*. Palo Alto, CA: Stanford University Press, 2003.
229. EASTERBY-SMITH, M. et al. Inter-organizational knowledge transfer: current themes and future prospects. *Journal of Management Studies*, Oxford, v. 45, n. 4, p. 677-690. 2008.
230. E-BUSINESS. In: GARTNER information technology glossary. [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/e-business>. Acesso em: 23 out. 2021.
231. ECKERSON, W. W. *Predictive analytic: extending the value of your datawarehousing investment*. Chatworth, CA: Data Warehouse Institute (TDWI), 2007. (TDWI Best Practices Report).
232. ECONOMETRICS. In: INVESTOPEDIA dictionary. [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/e/econometrics.asp>. Acesso em: 18 out. 2021.

233. EDDISON, L. *Deep learning: a technical approach to artificial intelligence for beginners* (vol. 4). Narrator: William Bahl. [S. l.]: Leonard Eddisson, 2019. 1 audio-book (52 min).
234. EDGE computing. In: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp., 2021]. Disponível em: https://www.techopedia.com/definition/32472/edge-computing?utm_source=aimtell&utm_medium=push&utm_campaign=campaign-2506. Acesso em: 13 out. 2021.
235. EGGHE, L. Methodological aspects of bibliometrics. *Library Science with a Slant to Documentation and and Information Studies*, [s. l.], v. 25, n. 3, p. 179-191, 1988.
236. EISENSTADT, R. A.; BEER, M.; BIGGADIKE, R. Strategic change: a new dimension of human resource management. In: FERRIS, G. R., ROSEN, S. D.; BARNUM, D. T. (Ed). *Handbook of human resource management*. Hoboken, NJ: Wiley, 1995. p. 115-138.
237. ELKINGTON J. *Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business*. Oxford: Capstone Publishing, 1997.
238. ELLIOT, J. *Action research for educational change*. Philadelphia, PA: Open University Press, 1991.
239. ELLIS, D.; ALLEN, D.; WILSON, T. D. Information science and information systems: conjunct subjects disjunct disciplines. *Journal of the American Society for Information Science*, New York, NY, v. 50, n. 12, p. 1095-1107, 1999.
240. ENTERPRISE decision management. In: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp., 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/1507/enterprise-decision-management-edm>. Acesso em: 16 out. 2021.
241. ENTERPRISE resource planning. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Fundação Wikimedia], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Enterprise_resource_planning. Acesso em: 16 out. 2021.
242. ENTERPRISE security intelligence (ESI). In: GARTNER information technology glossary. [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/enterprise-security-intelligence-esi>. Acesso em: 21 out. 2021.
243. ENTMAN, R. M. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, Chichester, v. 43, n. 4, p. 51-58, Dec. 1993.
244. ETZKOWITZ, H.; ZHOU, C. Hélice tríplice: inovação e empreendedorismo universidade-indústria-governo. *Estudos Avançados*, São Paulo, v. 31, n. 90, p. 23-48, 2017.
245. EUGÊNIO, T. Avanços na divulgação de informação social e ambiental pelas empresas e a teoria da legitimidade. *Revista Universo Contábil*, Blumenau, v. 6, n. 1, p. 102-118, 2010.
246. EUROPEAN PARLIAMENT. *Circular economy: definition, importance and benefits*. [Brussels], 2021. Disponível em: https://www.europarl.europa.eu/pdfs/news/expert/2015/12/story/20151201STO05603/20151201STO05603_en.pdf . Acesso em: 09 out. 2021.



247. EXPERT system. *In: GARTNER information technology glossary*. [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/expert-system>. Acesso em: 23 out. 2021.
248. EXTENSIBLE markup language (XML). *In: IBM glossary*. [New York, NY: IBM Corporation, 2021]. Disponível em: https://www.ibm.com/docs/en/bpm/8.5.7?topic=v857-glossary#gloss_E. Acesso em: 21 out. 2021.
249. FACCIONI FILHO, M. *Gestão da infraestrutura do datacenter*. Palhoça: UnisulVirtual, 2016. E-book. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/319913896_Gestao_da_Infraestrutura_do_Datacenter. Acesso em: 12 out. 2021.
250. FAKE news. *In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia*. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Fake_news. Acesso em: 14 out. 2021.
251. FAYOL, H. L'exposé des principes généraux d'administration. *In: PEAUCELLE, J. L. (org.). Henri Fayol inventeur des outils de gestion*. Paris: Economica, 2003. p. 186.
252. FERES, G. G.; BELLUZZO, R. C. B. Competência em informação, criatividade e inovação: uma experiência didática sob o enfoque de redes de conhecimento nas organizações. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 25, Anais do CBBBD, v. 25, 2013. Florianópolis. Anais. . . São Paulo: FEBAB, 2013. Disponível em: https://portal.febab.org.br/anais/article/view/1512*. Acesso em: 14 out. 2021.
253. FERNANDES, B. H. R.; FLEURY, M. T. Modelos de gestão por competência: evolução e teste de um sistema. *Análise*, Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 103-122, 2007.
254. FERNANDES, B. H. R.; FLEURY, M. T.; MILLS, J. Construindo o diálogo entre competência, recursos e desempenho organizacional. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 46, n. 4, p. 48-65, out. /dez. 2006.
255. FERNANDES, J. H. C. Interlocução bibliográfica e epistemológicas entre a ciência de dados e a ciência da informação. *Ciência da Informação*, Brasília, DF, v. 50, n. 3, p. 232-242, 2020.
256. FERNEDA, E. Recuperação da informação: análise da contribuição da ciência da computação para a ciência da informação. 2003. Tese (Doutorado em Ciência da Informação e Documentação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.
257. FEY, F.; ROSA J. A. Teoria do caos; a ordem da não linearidade. *Universo Acadêmico*, Taquara, v. 5, n. 1, p. 217-232, 2012.
258. FIGUEIREDO, R.; FERREIRA, J.; MARQUES, C. A Dimensão conceitual de Knowledge-Intensive Business Services (KIBS) como fator chave para inovação. *Sistemas & Gestão*, Niterói, v. 10, n. 1, p. 148-157, 2015.
259. FINK, L. Larry Fink's 2019 Letter to CEOs: the power of capitalismo. *In: BlackRock* [New York, NY]: Black Rock Inc. , 2022. Disponível em: <https://www.blackrock.com/corporate/investor-relations/larry-fink-ceo-letter>. Acesso em: 06 set. 2021.

260. FISCHER, R. Cross-cultural training effects on cultural essentialism beliefs and cultural intelligence. *International Journal of Intercultural Relations*, New York, NY, v. 35, n. 6, p. 767–775, 2011.
261. FITZPATRICK, T. Critical theory, information society and surveillance technologies. *Information, Communication & Society*, London, v. 5, n. 3, p. 357–78, 2002.
262. FLAHERTY, J. *Coaching: evoking excellence in others*. 2nd ed. Oxford: Elsevier Butterworth–Heinemann, 2005.
263. FLEURY, A. C. C.; FLEURY, M. T. *Estratégias empresariais e formação de competências*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
264. FORESIGHT manual: empowered futures for the 2030 agenda. Singapore, UNDP, Global Centre for Public Service Excellence, 2018. Disponível em: https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/publications/UNDP_ForesightManual_2018.pdf. Acesso em: 23 out. 2021.
265. FOSS, N. J. The Emerging knowledge governance approach: challenges and characteristics. *Organization*, London, v. 14, n. 1, p. 29–52, 2007.
266. FOSS, N. J., HUSTED, K.; MICHAILOVA, S. Governing knowledge sharing in organizations: levels of analysis, governance mechanisms, and research directions. *Journal of Management Studies*, Oxford, v. 47, n. 3, p. 455–482, 2010.
267. FOURTH industrial revolution. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Fourth_Industrial_Revolution. Acesso em: 16 out. 2021.
268. FRAMEWORK for information literacy for higher education. Chicago, IL: ACRL, 2015. Disponível em: <https://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/issues/infolit/framework1.pdf>. Acesso em: 14 out. 2021.
269. FRANCO, M. L. P. B. *Análise de conteúdo*. Campinas: Autores Associados, 2021.
270. FREE software. In: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Jantala Interacting Corp. , 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/7305/free-software>. Acesso em: 17 out. 2021
271. FREEMAN, R. E. *Strategic management: a stakeholder approach*. Boston, MA: Pitman, 1984.
272. FREITAS, H.; JANISSEK-MUNIZ, R. Uma proposta de plataforma para Inteligência Estratégica. In: ENCONTRO NACIONAL DA ABRAIC, 3; CONGRESSO IBERO AMERICANO DE GESTÃO DO CONHECIMENTO E INTELIGÊNCIA COMPETITIVA, 1, 2006, Curitiba. *Anais...* Curitiba: ABRAIC, 2006.
273. FREITAS, I. A.; BRANDÃO, H. P. Trilhas de aprendizagem como estratégia de TD&E. In: BORGES-ANDRADE, J. E. et al. (org.). *Treinamento, desenvolvimento e educação em organizações e trabalho: fundamentos para a gestão de pessoas*. Porto Alegre: Artmed/Bookman, 2006. Cap. 5, p. 97–113.



274. FREITAS, J. B.; MORESI, E. A. D. Sistema de gestão empresarial; lições aprendidas em uma implantação num sistema de informação financeira pública. *Brazilian Journal of Development*, São José dos Pinhais, v. 5, n. 10, p. 20357–20386, oct. 2019.
275. FRIEDMAN, M. The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, New York, NY, p. 32–33, 122, 126, Sept. 13, 1970.
276. FRIEDMAN, T. *Key issues for data management and integration*. Stamford, CT, Gartner, Inc., 30 Mar. 2006. ID Number: G00138812.
277. FULD, L. M. *The secret language of competitive intelligence: how to see through & stay ahead of business disruptions, distortions, rumors & smoke screens*. New York: Crown Business, 2006.
278. FUMAGALLI, L. A. W. Intraempreendedorismo: um estudo das relações entre cultura organizacional e a capacidade de empreender nas empresas. In: SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, 25, 2008, Brasília. *Tabalhos apresentados*. Brasília: ANPAD, 2008. Simpósio 88. Disponível em: http://anpad.org.br/abrir_pdf.php?e=OTYzNw==. Acesso em: 17 jan. 2022.
279. FUZZY logic. In: GARTNER information technology glossary. [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/fuzzy-logic>. Acesso em: 22 out. 2021.
280. GADELHA, C. A. P. *et al.* Cadeia de valor e vantagens colaborativas: estudo em um processo de importação de uma carga containerizada. *Revista Eletrônica de Estratégia e Negócio*. Florianópolis, v. 12, n. 3, p. 50–74. 2019.
281. GARCIA, R; FADEL, B. Cultura organizacional e as interferências nos fluxos informacionais (IFI). In: VALENTIM, ML. P. (org.). *Gestão, mediação e uso da informação*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. p. 211–234.
282. GAY, J. (Ed.). *Free software, free society: selected essays of Richard M. Stallman*. Boston, MA: GNU Press, 2002.
283. GAZELTER, D. *What, exactly, is open science? Open Science Project*. July 28, 2009. Disponível em: <https://openscience.org/what-exactly-is-open-science/>. Acesso em: 10 set. 2021
284. GERENCIAMENTO de dados. In: ORACLE Brasil. Disponível em: <https://www.oracle.com/br/database/what-is-data-management/>. Acesso em: 16 out. 2021.
285. GESTÃO de ativos. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Gest%C3%A3o_de_ativos. Acesso em: 19 nov. 2021.
286. GHEMAWAT, P. *A Estratégia e o cenário dos negócios: texto e casos*. Porto Alegre: Bookman, 2000.
287. GIG economy. In: GARTNER human resources glossary. [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/human-resources/glossary/gig-economy>. Acesso em: 22 out. 2021.

288. GILBERT, C. G. Unbundling the structure of inertia: resource versus routine rigidity. *Academy of Management Journal*, Briarcliff Manor, NY, v. 48, n. 5, p. 741-763, 2005.
289. GILLEY, J. W. ; MAYCUNICH, A. *Strategically integrated HRD: partnering to maximize organizational performance*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1998.
290. GLISTER, P. *Digital literacy*. New York: Wiley, 1997
291. GLOSSÁRIO. In: TARAPANOFF, K. (org.). *Análise da informação para tomada de decisão: desafios e soluções*. Curitiba: Intersaberes, 2015. p. 335-356.
292. GLOSSARY of environment statistics. New York: United Nations, 1997. Studies in Method. Series F, n. 67. Disponível em: https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF_67E.pdf. Acesso em: 23 out. 2021.
293. GOFFMAN W.; NEWILL, V. A. Generalization of epidemic theory: an application to the transmission of ideas. *Nature*. London, v. 204, n. 4955, p. 225-228, 1964.
294. GOODLAND, R.; DALY, H. Environmental sustainability: universal and not negotiable. *Ecological Applications*, Hoboken, NJ, v. 6, n. 4, p. 1002-1017, 1996
295. GORDON, J. Intellectual capital and you. *Training*. Minneapolis, MN, v. 36, n. 9, p. 30-39, Sept. 1999.
296. GRANT, R. *Contemporary strategy analysis: concepts, techniques, application*, 6th ed. Oxford: Blackwell Publishing, 2007.
297. GRANT, R. M. Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*, Chichester, v. 17, s2, p. 109-122, 1996.
298. GREENBERG, P. The impact of CRM 2.0 on customer insight. *Journal of Business & Industrial Marketing*. Bingley, v. 25, n. 6, p. 410-419, 2010.
299. GREENWASHING. In: INVESTOPEDIA dictionary. [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/g/greenwashing.asp>. Acesso em: 09 set. 2021.
300. GREGORY, R. L. Seeing intelligence. In: KHALFA, J. (Ed.). *What is Intelligence?* Cambridge: Cambridge University Press, 1994. P. 13-26.
301. GRIGORI, D. et al. Business process intelligence. *Computers in Industry*, Amsterdam, v. 53, n. 3, p. 321-343, 2004.
302. GRUSS, R. et al. Teaching *Big Data* through project-based learning in computational linguistics and information retrieval. *Journal of Computing Sciences in Colleges*. Evansville, IN, v. 31, n. 2, p. 260-270, Dec. 2015.
303. GUIMARÃES, T. A. et al. Forecasting core competencies in an R&D Environment. *R&D Management*, Oxford, v. 31, n. 3, p. 249-255, 2001
304. GUPTA, A. Environment & PEST analysis: an approach to external business environment. *International Journal of Modern Social Sciences*, Weston, FL, v. 2, n. 1, p. 34-43, 2013.



305. GUPTA, A. Environment & PEST analysis: an approach to external business environment. *Merit Research Journal for Arts Social Sciences and Humanities*, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 13-17, June 2013.
306. GUPTA, S. *Implantando estratégia digital: guia para reinventar sua empresa*. São Paulo: M. Books, 2019.
307. HAECKEL, S. H.; NOLAN, R. L. Managing by wire. *Harvard Business Review*, Boston, MA, v. 71, n. 5, p. 122-133, 1993.
308. HALL, W.; TIROPANIS, T. Web evolution and Web science. *Computer Networks*, Amsterdam, v. 56, n. 18, p. 3859-3865, 2011.
309. HALL, W. L. Construting a decision model. In: BROWN, K. et al. *Sustainable land devopment and restoration: decision consequences analysis*. Burlington, MA: Butterworth-Heinemann, 2010. Chapter 7, p. 111-136.
310. HAMEL, G. *Leading the revolution*. Boston: Harvard Business School Press, 2000.
311. HAMEL, G.; PRAHALAD C. K. *Competindo pelo futuro: estratégias inovadoras para obter o controle do seu setor e criar os mercados de amanhã*. Rio de Janeiro: Campus, 1995.
312. HANSEN, D. L. et al. Twitter: information flows, influencers, and organic communities. In: HANSEN, D. L. et al. *analyzing social media networks with NodeXL: insights from a connected world*. 2nd ed. Cambridge, MA: Morgan Kaufmann, 2020. Chapter 11, p. 161-178.
313. HANSETH, O.; MONTEIRO, E. *Understanding information infrastructure*. [S. l. : s. n.], 1998. Manuscript 27. Chapter. 1.
314. HARRIS, C. What's next for social bookmarking. *School Library Journal*, Philadelphia, PA, v. 55, n. 2, p. 14, 2009.
315. HASH. In: TECHTERMS. com: the computer dictionary. Disponível em: <https://techterms.com/definition/hash>. Acesso em: 14 maio 2021.
316. HAUG, F. W. *High-Tech-Kapitalismus*. Hamburg, Argument, 2003.
317. HEMPEL, T.; ZWICK, T. *Technology use, organizational flexibility and innovation: evidence for Germany*. Leibniz: Centre for European Economic Research, 2005. Discussion Paper No. 05-57. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=798904. Acesso em: 30 nov. 2021.
318. HJØRLAND, B. Data (with *big data* and database semantics). *Knowledge Organization*, Wurzburg, v. 45, n. 8, p. 685-708, 2018.
319. HO, T. H.; WEIGELT, K. Game theory and competitive strategy. In: DAY, G. S. ; Reibstein, D. L. (ed). *Wharton on dynamic competitive strategy*. New York: John Wiley & Sons, 1997. Chapter 5.
320. HOFER, C. W.; SCHENDEL, D. *Strategy formulation: analytical concepts*. St. Paul, MN: West Publishing, 1978.

321. HOLMBERG, K. Da bibliometria à altmetria. *In*: TARAPANOFF, K. (org.). *Análise da informação para tomada de decisão: desafios e soluções*. Curitiba: Ed. Intersaberes, 2015. Cap. 8, p. 273-300.
322. HOME office. *In*: INVESTOPEDIA dictionary. [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/h/home-office.asp>. Acesso em: 23 out. 2021.
323. HOUAISS, A. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
324. HOWE, J. The rise of crowdsourcing. *Wired*, London, Jan. 06, 2006. Disponível em: <https://www.wired.com/2006/06/crowds/>. Acesso em: 09 out. 2021.
325. HULL, R.; COOMBS, R.; PEITU, M. Knowledge management practices for innovation: an audit tool for improvement. *International Journal of Technology Management*, Geneva, v. 20, n. 5-8, p. 633-656, 2000.
326. HUMHUB. *In*: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/HumHub>. Acesso em: 08 out. 2021.
327. HUOTARI, K.; HAMARI, J. A definition for gamification: anchoring gamification in the service marketing literature. *Electronic Markets*, Berlin, v. 27, n. 1, p. 21-31, 2017.
328. HURWITZ, J.; KAUFMAN, M.; BOWLES, A. (Ed.) *Cognitive computing and big data analytics*. Indianápolis, IN: Wiley, 2015.
329. HYPERTEXT. *In*: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Hypertext>. Acesso em: 16 out. 2021.
330. IANNI, O. *Enigmas da modernidade no mundo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.
331. IMPACT factor. *In*: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: http://en.wikipedia.org/wiki/Impact_factor. Acesso em 16 out. 2021.
332. INBOUND marketing. *In*: GARTNER marketing and communications glossary. [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/marketing/glossary/inbound-marketing>. Acesso em: 20 out. 2021.
333. INDICADORES Ethos de responsabilidade social empresarial. São Paulo: Instituto Ethos, 2013. Disponível em: https://www.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/07/IndicadoresEthos_2013_PORT.pdf. Acesso em: 01 nov. 2021.
334. INDUSTRIAL security. *In*: COMPUTER Security Resource Center glossary. Gaithersburg, MD: NIST, 2021. Disponível em: https://csrc.nist.gov/glossary/term/industrial_security. Acesso em: 11 out. 2021.



335. INFONOMICS. *In: GARTNER information technology glossary.* [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/infonomics>. Acesso em: 20 out. 2021.
336. INFORMATION (knowledge) assets. *In: GARTNER information technology glossary.* [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/information-knowledge-assets>. Acesso em: 23 out. 2021
337. INFORMATION assurance (IA). *In: COMPUTER Security Resource Center glossary.* Gaithersburg, MD: NIST, 2021. Disponível em: https://csrc.nist.gov/glossary/term/information_assurance. Acesso em: 11 out. 2021.
338. INFORMATION leakage. *In: COMPUTER Security Resource Center glossary.* Gaithersburg, MD: NIST, 2021. Disponível em: https://csrc.nist.gov/glossary/term/information_leakage. Acesso em: 12 out. 2021.
339. INGWERSEN, P. The calculation of Web impact factors. *Journal of Documentation*, London, v. 54, n. 2, p. 236-243, 1998.
340. INSTITUTE FOR THE FUTURE; DELL TECHNOLOGIES. *Future of work: forecasting emerging technologies impact on work in the next era of human-machine partnerships.* Palo Alto, CA: Institute for the Future for Dell Technologies, c2019.
341. INSTITUTE OF ELECTRICAL AND ELECTRONICS ENGINEERS (IEEE). Learning Technology Standards Committee. *Standard for Learning Object Metadata.* Piscataway, NJ, July 2002. Draft.
342. INSTITUTE OF SOCIAL AND ETHICAL ACCOUNTABILITY. *AccountAbility 1000 (AA1000) framework: standard, guidelines and professional qualification.* London: ISEA, 1999.
343. INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). *A iniciativa privada e o espírito público: a evolução da ação social das empresas privadas no Brasil.* 2. ed. Brasília, DF: Ipea, 2006.
344. INTANGIBLE asset. *In: INVESTOPEDIA dictionary.* [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/i/intangibleasset.asp>.
345. INTERACTIVE marketing. *In: TECHOPEDIA technology dictionary.* [Edmonton: Janalta Interacting Corp. , 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/23544/interactive-marketing>. Acesso em: 16 out. 2021.
346. INTERNATIONAL Encyclopedia of Information and Library Science. 2nd ed. London: Routledge, 2003.
347. INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION (ILO); INTERNATIONAL ERGONOMICS ASSOCIATION (IEA). *Principles and guidelines for human factors/ergonomics (HF/E) design and management of work systems.* Geneva: ILO, 2021. Disponível em: http://www.ilo.ch/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---lab_admin/documents/publication/wcms_826596.pdf. Acesso em: 17 jan. 2022.

348. INTERNATIONAL MONETARY FUND. Globalization; threat or opportunity? Washington, DC: IMF Publications, April 12, 2000. Disponível em: <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/04I200to.htm>. Acesso em: 30 nov. 2021.
349. INTERNET of behaviors (IoB). *In*: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp. , c2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/34552/internet-of-behaviors-job>. Acesso em: 14 out. 2021.
350. INTERNET protocol suite. *In*: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Internet_protocol_suite. Acesso em: 15 out. 2021.
351. INTERNET universality indicators. *In*: UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (Unesco). Paris: Unesco, 2021. Disponível em: <https://en.unesco.org/internet-universality-indicators>. Acesso em 16 out. 2021.
352. IWAARDEN, J van der *et al.* Web 2. 0; the era of user generated content on Web sites. *In*: LEE, I (Ed.). *Encyclopaedia of e-business development and management in global economy*. IHershey, PA: IGI Global, 2010. p. 1208-1214.
353. JAFFAR, N., *et al.* A Literature review of ergonomics risk factors in construction industry. *Procedia Engineering*, Amsterdam, v. 20, p. 89-97, 2011.
354. JAKOBIAK, F. *L'Intelligence économique en pratique avec l'apport des NTIC: comment bâtir son propre système d'intelligence économique*. 2. ed. Paris: Editions d'Organisation, 2001.
355. JAMES, P.; STEGER, M. A genealogy of 'globalization': the career of a concept. *Globalizations*, Abingdon, v. 11, n. 4, p. 417-434, 2014.
356. JENNEX, M. E.; BARTCZAK, S. E. A revised knowledge pyramid. *International Journal of Knowledge Management*, Hershey, PA, v. 9, n. 3, p. 19-30, 2013.
357. JORDAN, T. *Hacking: digital media and technological determinism*. Cambridge, UK: Polity, 2008.
358. JUST-in-time (JIT). *In*: INVESTOPEDIA dictionary. [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/j/jit.asp>. Acesso em: 23 out. 2021.
359. KAASE, M. Databases, core: political science and political behavior. *In*: SMELSER, N. J. ; BALTES, P. B. (ed.). *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. Amsterdam: Elsevier, 2001, v. 5, p. 3251-3255.
360. KAHANER, L. *Competitive intelligence: how to gather, analyze, and use information to move your business to the top*. New York: Touchstone, 1997.
361. KALSI, N. S.; KIRAN, R. A strategic framework for good governance through e-governance optimization. *Program*, Bingley, v. 49, n. 2, p. 170-204, 2015.
362. KAMIYA, T. Y., MACENO, M. M. C.; KLEINA, M. Perspectives and future applications. *In*: KAMIYA, T. Y., MACENO, M. M. C.; KLEINA, M. *Environmental and financial performance evaluation in 3D printing using MFCA and LCA*. Cham: Springer, 2021. p. 69-71. (Springer Briefs in Applied Sciences and Technology).



363. KANT, I. *Crítica da razão pura*. São Paulo: Nova Cultural, 1987. (Os pensadores v. I.).
364. KAPLAN, S. R.; NORTON P. D. *A estratégia em ação: balanced scorecard*. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
365. KASHYAP, P. *Machine learning for decision makers: cognitive computing fundamentals for better decision making*. New York: Springer, 2017.
366. KAWACHI, K. Deterministic models for rumor transmission. *Nonlinear Analysis: Real World Applications*, Oxford, v. 9, n. 5, p. 1989–2028, 2008.
367. KEMPFER, H. Risk management intelligence. *Competitive Intelligence Magazine*, San Antonio, TX, v. 5, n. 6, p. 19–22, 2002.
368. KEY-performance indicators. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Key-performance_indicators. Acesso em: 15 out. 2021.
369. KIM, W. C. ; MAUBORGNE, R. *A estratégia do oceano azul: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
370. KIRN, S. Organizational intelligence and distributed AI. In: O'HARE, G. ; JENNINGS, N. (ed.). *Foundations of distributed artificial intelligence: sixth generation computer technology series*. New York: Wiley Inter-Science, 1995. Chapter 19.
371. KLEINBERG J. The convergence of social and technological networks. *Communications of the ACM*, New York, NY, v. 51, n. 11, p. 66–72, 2008.
372. KNOWLEDGE modeling. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Knowledge_modeling#. Acesso em: 26 out. 2021.
373. KÖNIG, A. et al. Opportunity/threat perception and inertia in response to discontinuous change: replicating and extending Gilbert (2005). *Journal of Management*, Thousand Oaks, CA, v. 47, n. 3, p. 771–816, 2021.
374. KOOHANG, A. ; HARMAN, K. (ed.) *Learning objects: theory, praxis, issues and trends*. Santa Rosa, CA: Informing Science Press, 2007. Chapter 1, p. 1–44.
375. KOTLER, P. et al. *Marketing 3.0: as forças que estão defendendo o novo marketing centrado no ser humano*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
376. KOTLER, P. et al. *Marketing 4.0: do tradicional ao digital*. 6. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.
377. KOTLER, P.; KELLER, K. L. *Administração de marketing*. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2006.
378. KRAMER, M.; PFITZER, M. W. The ecosystem of shared values. *Harvard Business Review*, Boston, MA, v. 94, n. 10, p. 80–89, 2016.
379. KRIPPENDORFF, K. *A dictionary on Cybernetics*. Norfolk, VA: The American Society for Cybernetics, 1986.

380. KUNSCH, M. M. K. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.
381. KUPFER, D.; TIGRE, P. Prospecção tecnológica. In: CARUSO, L. A.; TIGRE, P. B. (org.). *Modelo SENAI de prospecção*: documento metodológico. Montevideo: CINTERFOR/OIT, 2004. (Papeles de la Oficina Técnica, n. 14). P. 17-35. Disponível em: https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file_publicacion/papeles_14.pdf. Acesso em: 17 jan. 2022.
382. KURTZ, C. F.; SNOWDEN, D. L. The new dynamics of strategy: sense making in a complex and complicated world. *IBM System Journal*, New York, NY, v. 42, n. 3, p. 462-483, 2003.
383. LA ROVERE, E. L. (Coord.). *Manual de auditoria ambiental*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.
384. LABOR management system (LMS). In: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp. , 2021]. Disponível em: https://www.techopedia.com/definition/30821/labor-management-system-lms?utm_source=aimtell&utm_medium=push&utm_campaign=campaign-2506. Acesso em: 17 out. 2021.
385. LAMIZET, B. & SILEM, A. *Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication*. Paris: Ellipses, 1997.
386. LANEY, D. *3V Data management: controlling data volume, velocity, and variety*. Stamford, CT, Meta Group Inc, Jun. 2001. Report.
387. LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. *Sistemas de informação gerenciais*. Pearson, São Paulo, 2010.
388. LAW, N. et al. *A Global framework of reference on digital literacy skills for indicator 4. 4. 2 Montreal*: Unesco Institute for Statistics, 2018. Disponível em: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/ip51-global-framework-reference-digital-literacy-skills-2018-en.pdf>. Acesso em: 14 out. 2021.
389. LAWRENCE, P. R.; LORSCH, J. W. *Organization and environment*. Boston, MA: Harvard Business School, 1967.
390. LE BOTERF, G. *Compétence et navigation professionnelle*. Paris: Ed. d'Organisation, 1999.
391. Le MOIGNE, J-L. Inteligência da complexidade. *Sísifo: Revista de Ciências da Educação*, n. 4, p. 117-128, out/dez. 2007.
392. Le MOIGNE, J-L. Sobre a modelização da complexidade. In: MORIN, E.; Le MOIGNE, J-L. *A Inteligência da complexidade*. São Paulo: Fundação Peirópolis, 2000. Cap. 5.
393. LEE, I. (Ed.). *Encyclopaedia of e-business development and management in global economy*. Hershey, PA: IGI Global, 2010. 3 v.
394. LEE, K. C.; LEE, S.; KANG, I. W. KMPI: measuring knowledge management performance. *Information & Management*, Amsterdam, v. 42, n. 3, p. 469-482, 2005.



395. LEFEBVRE, V. M. *et al.* Social capital and knowledge sharing *performance* of learning networks. *International Journal of Information Management*, Amsterdam, v. 36, n. 4, p. 570-579, 2016.
396. LEMOS, A. A arte da vida; diários pessoais e Webcams na Internet *In: CONGRESSO ANUAL EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO*, 25, 2002, Salvador. *Anais...* Salvador, Intercom, 2002.
397. LERRO, A. *et al.* Managing intellectual capital dimensions for organizational value creation. *Journal of Intellectual Capital*, Bingley, v. 15, n. 3, p. 350-361, 2014. Guest editorial.
398. LESCA, H. Concepts fondamentaux d'ancrage de la VAS-IC. *In: LESCA, H. Veille stratégique: la méthode* L. E. SCAnning. Caen: Éditions EMS, 2003. Chapitre 1. Disponível em: http://www.veille-strategique.org/docs/_chapitre-1-ancrages.pdf. Acesso em: 07 ago. 2021.
399. LESSER, E.; PRUSAK, L. (ed.). *Creating value with knowledge: insights from the IBM Institute for Business Value*. Oxford: Oxford University Press, 2004.
400. LÉVY, P. *Cibercultura*. 3. ed. São Paulo: Ed. 34, 2010.
401. LÉVY, P. *O que é o virtual?* São Paulo: Ed. 34, 1996.
402. LEWIN, A. Y.; VOLBERDA, H. W. Prolegomena on coevolution: a framework for research on strategy and new organizational forms. *Organizational Science*, Catonsville, MD, v. 10, n. 5, p. 519-534, 1999.
403. LEWIS, P. V. Defining business ethics: like nailing jello to the wall. *Journal of Business Ethics*, Dordrecht, v. 4, n. 5, p. 377-383, 1985.
404. LIANG, T. -P.; LIU, Y. -H. Research landscape of business intelligence and *big data* analytics: a bibliometrics study. *Expert Systems with Applications*, Amsterdam, v. 111, p. 2-10, 2018.
405. LIM, E. -P. *et al.* Business intelligence and analytics: research directions. *ACM Transactions on Management Information Systems*, New York, NY, v. 3, n. 4, Article 17, 2013.
406. LIMA, M. Y. Pesquisas sobre a ciência cognitiva. *Ciências & Cognição*, Rio de Janeiro, v. 4, p. 104-105, 2011. Resenha.
407. LINKED data. *In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia*. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Linked_data. Acesso em: 10 out. 2021.
408. LODI, C. F. G. Planejamento por cenários e inteligência competitiva: integrando seus processos para tomar decisões estratégicas mais eficazes. *In: STAREC, C.; GOMES, E. B. P.; CHAVES, J. B. L. Gestão estratégica da informação e inteligência competitiva*. São Paulo: Saraiva, 2005. p. 124-142.
409. LOOSLI, M. Z. C.; IKO, M. A. Código de ética e de conduta: políticas e procedimentos. *In: CUNHA, M. L. R.; EL KALAY, M. (org.). Manual de compliance: compliance mastermind*, vol. 1. São Paulo: LEC, 2019. Capítulo 7.

410. LOPES, E. C.; VALENTIM, M. L. P. Gestão da informação e governança corporativa em empresas de capital aberto. In: VALENTIM, M. L. P. (org.). *Gestão, mediação e uso da informação*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. p. 277-299.
411. LUCCHESI, C. L. *Introdução à teoria dos grafos*. Rio de Janeiro: Instituto de Matemática Pura e Aplicada, 1979.
412. LUIZ, A. J. B. Meta análise: definição, aplicações e cinergia com dados espaciais. *Cadernos de Ciência & Tecnologia*, Brasília, DF, v. 19, n. 3, p. 407-428, 2002.
413. LUNARDI, G. L.; HENRIQUE, J. Aplicação da “soft systems methodology” na avaliação de um programa de pós-graduação em administração: perspectiva do corpo discente. *REAd*, Porto Alegre, v. 8, n. 4, Artigo 04, jul. /ago. 2002.
414. MACEDO, F. L. O. *Arquitetura da Informação: aspectos epistemológicos, científicos e práticos*. 2005. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Brasília: Universidade de Brasília, 2005.
415. MACHLUP, F. *The production and distribution of knowledge in the United States*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1962.
416. MALERBA, F.; MCKELVEY, M. Knowledge-intensive innovative entrepreneurship integrating. Schumpeter, evolutionary economics, and innovation systems. *Small Business Economy*, Berlin, v. 54, n. 2. p. 503-522, 2020.
417. MALWARE. In: AVAST Academy. [Praga: Avast], c2021. Disponível em: <https://www.avast.com/pt-br/c-malware>. Acesso em: 18 out. 2021.
418. MAMBERT. V. A.; SONI, A.; VENKATARAMANN, M. Enterprise resource planning; managing the implementation process. *European Journal of Operational Research*, Amsterdam, v. 146, n. 2, p. 302-314, 2003.
419. MANBER, U. *Introduction to algorithms: a creative approach*. New York: Addison-Wesley, 1989.
420. MANZI, V. A. *Compliance no Brasil: consolidação e perspectivas*. São Paulo: Saint Paul Ed., 2008
421. MARCIAL, E. C. *Utilização de modelo multivariado para identificação dos elementos-chave que compõem sistemas de inteligência competitiva*. 2007. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Brasília: Universidade de Brasília, 2007.
422. MARTIN, B. R. Technology foresight in a rapidly globalizing economy. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON ‘TECHNOLOGY FORESIGHT FOR CENTRAL AND EASTERN EUROPE AND THE NEWLY INDEPENDENT STATES, 2001, Vienna. *Proceedings*. [Vienna: s. n., 2001].
423. MARTRE, H. et al. *Intelligence économique et stratégie des entreprises*. Paris: La Documentation Française, 1994. Rapport. Disponível em: https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/information-strategie-sisse/rapport-martre.pdf. Acesso em: 18 jan. 2022.



424. MATHIESEN, K. What is information ethics? *Computers and Society*, New York, NY, v. 34, n. 1, p. 6, 2004.
425. MATSUDA, T. Organizational intelligence: its significance as a process and as a product. *In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON ECONOMICS MANAGEMENT AND INFORMATION TECHNOLOGY*, 1992, Tokyo. *Proceedings...* Tokio: The Japan Society for Management Information p. 219-222.
426. MATTEI, P.; MITRA, M.; FEILER, T. The politics of “social accountability” in England and Germany: democratic control and moral imperatives. *Public Organization Review*, New York, NY, v. 18, n. 3, p. 399-411, 2018.
427. MATTHEWS, J. H.; CANDY, P. C. New dimensions in the dynamics of learning and knowledge. *In: BOUD, D.; GARRICK, J. (org.). Understanding learning at work*. London: Routledge, 1999. Chapter 4, p. 47-64.
428. MAYER-SCHÖNBERGER, V.; CUKIER, K. *Big data: a revolution that will transform how we live, work, and think*. New York: Houghton Mifflin Harcourt Publishing, 2013.
429. McAFEE, A. Enterprise 2.0: the dawn of emergent collaboration. *MIT Sloan Management Review*, Cambridge, MA, v. 47, n. 3, p. 21-28, 2006.
430. McDOWELL, D. *Strategic intelligence: a handbook of practitioners, managers and users*. Lanhan, MD: The Scarecrow Press, 2009, p. 5-7.
431. MCGANN, J. G. *2015 Global go to Think Tank index report*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania, The Lauder Institute, 2016. Think Tanks and Civil Societies Program. Disponível em: http://repository.upenn.edu/think_tanks/10/. Acesso em 18 out. 2021.
432. MCGEE, J.; PRUSAK, L. *Gerenciamento estratégico da informação: aumente a competitividade e a eficiência de sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica*. Rio de Janeiro: Campus, 1994.
433. MCGEE, R. Information technology (IT) strategic planning for libraries. *Library Management*, Bingley, v. 27, n. 6/7, p. 470-485, 2006
434. MCGUINNESS, D. L. Question answering on the semantic Web. *IEEE Intelligent Systems*, Washington, DC, v. 19, n. 1, p. 82-85, 2004.
435. MEHTA, R. *Big data analytics with Java: big data analytics: massive, predictive, social and self-driving*. Birmingham: Packt Publishing Ltd, 2017.
436. MEIRELLES, S. E; CAMARGO, A. A. B. Capacidades dinâmicas; o que são e como identificá-las. *Revista de Administração Contemporânea*, Rio de Janeiro, v. 18, n. esp., p. 41-64, 2014.
437. MEISTER, J. C. *Corporate universities: lessons in building a world-class work force*. Rev. updated ed. New York: McGraw Hill, 1998.
438. MELL, P.; GRANCE, T. *The NIST definition of cloud computing: recommendations of the National Institute of Standards and Technology*. Gaithersburgh, MD: NIST,

2011. Special Publication 800-145. Disponível em: <http://csrc.nist.gov/publications/nistpubs/800-145/SP800-145.pdf>. Acesso em: 02 ago. 2021.
439. METADATA tree. In: IBM glossary. [New York, NY: IBM Corporation, 2021]. Disponível em: https://www.ibm.com/docs/en/cognos-analytics/11.0.0?topic=glossary-#gloss_M. Acesso em: 20 out. 2021.
440. METZ, J. et al. *Redes complexas: conceitos e aplicações*. São Carlos, Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação, Universidade de São Paulo, jan. 2007. Relatórios Técnicos do ICMC. Disponível em: http://repositorio.icmc.usp.br/bitstream/handle/RIICMC/6720/Relat%c3%b3rio%20T%c3%a9cnico_290_2007.pdf?sequence=3. Acesso em: 30 nov. 2021.
441. MEY, M. *The cognitive paradigm: an integrated understanding of scientific development*. Chicago, IL: University of Chicago, 1992.
442. MIKHAILOV, A. et al. *Scientific communications and informatics*. Arlington, VA: Information Resources Press, 1984.
443. MILLER, J. P. *O milênio da inteligência competitiva*. Porto Alegre: Bookman, 2002.
444. MILNE, D.; WITTEN, I. H. An open source toolkit for mining Wikipedia. *Artificial Intelligence*, Amsterdam, v. 194, p. 222-239, 2013.
445. MILOSLAVSKAYA, N.; TOLSTOY, A. *Big data, fast data and data lake concepts*. *Procedia Computer Science*, Amsterdam, v. 88, p. 300-305, 2016.
446. MINEIRO, A. C. et al. Da hélice tríplice a quintupla: uma revisão sistemática. *E&G Economia e Gestão*, Belo Horizonte, v. 18, n. 51, p. 77-93, 2018.
447. MINTZBERG, H. et al. *O processo da estratégia: conceitos, contexto e casos selecionados*. Porto Alegre: Artmed, 2007.
448. MINTZBERG, H. Patterns in strategy formation. *Management Science*, Haver, MD, v. 24, n. 9, p. 934-948, 1978.
449. MINTZBERG, H.; QUINN, J. B. *O processo da estratégia*. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. p. 26-32.
450. MIRANDA, A. D. Cultura organizacional, é possível gerenciá-la? *DOM*, Nova Lima, v. 7, n. 19, p. 106, nov. 2012/fev. 2013.
451. MIRANDA, R. C. R. et al. Criação de comunidades de prática como instrumento para o aprendizado organizacional. *Estratégia e Negócios*, Florianópolis, v. 3, n. 1, p. 89-122, 2010.
452. MIRANDA, R. C. R. *Gestão do conhecimento estratégico; uma proposta de modelo integrado*. 2004. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Brasília, DF: Universidade de Brasília, 2004.
453. MIRANDA, S.; STREIT, R. E. O processo de gestão da informação em organizações públicas. In: ENCONTRO DE ADMINISTRAÇÃO DA INFORMAÇÃO, 1, 2007, Florianópolis. *Trabalhos apresentados*. Florianópolis: ANPAD, 2007. EnADI309. Disponível em: http://anpad.org.br/abrir_pdf.php?e=ODA3Nw==. Acesso em 19 jan. 2022.



454. MIRANDA, S. V. Aprendizagem organizacional e desenvolvimento de competências informacionais. In: TARAPANOFF, K. (org.). *Aprendizado organizacional*. Curitiba: Intersaberes, 2012. v. 2, cap. 8, p. 243–287.
455. MIRANDA, S. V. Como as necessidades de informação podem se relacionar com as competências informacionais. *Ciência da Informação*, Brasília, DF, v. 35, n. 3, p. 99–114, set. /dez. 2006.
456. MIRANDA, S. V. Identificando competências informacionais. *Ciência da Informação*, Brasília, DF, v. 33, n. 2, 2004.
457. MOLINA, L. G. Tecnologia de informação e comunicação para gestão da informação e do conhecimento: proposta de uma estrutura tecnológica aplicada aos portais corporativos. In: VALENTIM, M. L. P. (org.). *Gestão, mediação e uso da informação*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. p. 143–167.
458. MONTALLI, K. M. L.; CAMPELLO, B. S. Fontes de informação sobre companhias e produtos industriais: uma revisão de literatura. *Ciência da Informação*, Brasília, DF, v. 26, n. 3, p. 321–326, set. /dez. 1997.
459. MONTEZANO, L. S. Diagnóstico de competências profissionais considerando fatores que influenciam sua expressão. 2016. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Brasília, DF: Universidade de Brasília, 2016.
460. MORAES, T. A. Os think tanks brasileiros em perspectiva: características gerais, apontamentos conceituais e possibilidades de pesquisa. SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 27, 2013, Natal. *Anais eletrônicos...* Natal: ANPUH, 2013. Disponível em: http://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1371335322_ARQUIVO_ThiagoAguiardeMoraes-ANPUH2013-FINAL.pdf. Acesso em 19 jan. 2022.
461. MORESI, E. A. D. Delineando o valor de um sistema de informação de uma organização. *Ciência da Informação*, Brasília, DF, v. 29, n. 1, p. 14–24, jan. /abr. 2000.
462. MORESI, E. A. D. Inteligência organizacional: um referencial integrado. *Ciência da Informação*, Brasília, DF, v. 30, n. 2, maio/ago. 2001.
463. MORESI, E. A. D. Memória organizacional e gestão do conhecimento. In: TARAPANOFF, K. (org.) *Inteligência, informação e conhecimento em corporações*. Brasília, DF: IBICT-Unesco, 2006. p. 277–302.
464. MORESI, E. A. D., PINHO, I.; COSTA, A. P. Análise bibliométrica: uma abordagem quantitativa e qualitativa. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGY MANAGEMENT, 18., 2021, São Paulo. *Proceedings and abstracts*. São Paulo: USP, 2021. #6736. Disponível em: <https://tecsi.submissao.com.br/18contecsi/final/6736.pdf?v=2>, <https://www.youtube.com/watch?v=d8olsyZT6vc>. Acesso em: 17 jan. 2022.
465. MORESI, E. A. D. et al. Avaliação das aprendizagens: um estudo bibliométrico. In: OLIVEIRA E SÁ, S. et al. (Ed.). *Investigação qualitativa em educação: avanços e desafios*. Aveiro: Ludomedia, 2020. v. 2, p. 42–54. (New Trends in Qualitative Research, v. 2).
466. MORGAN, G. Images of organizations. Newbury Park, CA: Sage, 1986.

467. MORVILLE, P.; ROSENFELD, L. Information architecture for the world wide Web. 3rd ed. Beijing: O'Reilly Media, 2006.
468. MUDANÇA organizacional e garantia de qualidade. In: PORTAL Educação. Disponível em: <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/biologia/mudanca-organizacional-e-garantia-de-qualidade/22188>. Acesso em: 20 jan. 2022.
469. MULTISTAKEHOLDER governance. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Multistakeholder_governance. Acesso em: 12 out. 2021.
470. MURRAY, M.; OWEN, M. A. Beyond the myths and magic of mentoring: how to facilitate an effective mentoring program. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 1991. p xiv.
471. MUSSEN, P. H. *et al.* Desenvolvimento e personalidade da criança. São Paulo: Harbra, 1988.
472. MUTSCHKE, P.; HAASE, A. Q. Collaboration and cognitive structures in social science research fields: towards socio- cognitive analysis in information systems. *Scientometrics*. Dordrecht, v. 52, n. 3, p. 487-502, 2001.
473. MYBURGH, S. Competitive intelligence: bridging organizational boundaries. *Information Management Journal*, Prairie Village, KS, v. 38, n. 2, p. 46-55, 2004.
474. NAKAMOTO, S. Bitcoin: a peer-to-peer electronic cash system. [S. l. : s. n. , 2008]. Disponível em: <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2021.
475. NALEBUFF, B. J.; BRANDENBURGER, A. M. Co-operação. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.
476. NATIONAL AERONAUTICS AND SPACE ADMINISTRATION (NASA). *Technology readiness levels demystified*. [Washington, D. C.: NASA], 2010. Disponível em: http://www.nasa.gov/topics/aeronautics/features/trl_demystified.html. Acesso em: 10 set. 2021.
477. NATIONAL RESEARCH COUNCIL (US). Committee on Network Science for Future Army Applications. *Network science*. Washington, D. C.: The National Academies Press, 2006.
478. NAUMER, C.; FISHER, K. E. Information needs. In: *ENCYCLOPEDIA of Library and Information Sciences*. 4th ed. Boca Raton, FL: CRC Press, 2018. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/288949939_Information_needs. Acesso em: 31 out. 2021.
479. NAYEBI, M.; RUHE, G. Analytical product release planning. In: BIRD, C.; ZIMMERMANN, T.; MENZIES, T. (Ed.). *The Art and science of analyzing software data*. Waltham, MA: Morgan Kaufmann, 2015. Chapter 19, p. 555-589.
480. NEEF, T.; LINHARES-JUVENAL, T. *Zero deforestation initiatives and their impacts on commodity supply chains*. Rome: FAO, 2007. Disponível em: <http://www.fao.org/3/a-i6857e.pdf>. Acesso em: 14 out. 2021.
481. NEGRI, A.; VERCELLONE, C. Le rapport capital/travail dans le capitalisme cognitif. *Multitudes*, Paris, n. 32, p. 39-50, 2008.



482. NETWORK intelligence (NI). In: GARTNER information technology glossary. [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/network-intelligence-ni>. Acesso em: 21 out. 2021.
483. NETWORKING. In: INVESTOPEDIA dictionary. [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/n/networking.asp>. Acesso em: 21 out. 2021.
484. NEVES, D. A. B. Ciência da informação e cognição humana: uma abordagem do processamento da informação. *Ciência da Informação*, Brasília, DF, v. 35, n. 1, p. 39-44, jan. /abr. 2006.
485. NEVES, D. A. B.; MOURA, M. A. Ciência da informação, semiótica e cognição: interseções. *Athos & Ethos*, Patrocínio, v. 2, p. 175-198, 2002.
486. NEWMAN, J. von; MORGENSTERN, O. *Theory of games and economic behavior*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1944.
487. NISEMBAUM, H. *A competência essencial*. São Paulo: Infinito, 2000.
488. NONAKA, I. et al. SECI, Ba and leadership: a unified model of dynamic knowledge creation. *Long Range Planning*, Amsterdam, v. 33, n. 1, p. 5-34, 2000.
489. NONAKA, I.; KONNO, N. The concept of “ba”: building a foundation for knowledge creation. *Management Review*, Berkeley, CA, v. 40, n. 3, p. 40-54, 1998.
490. NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. *Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica na inovação*. 16. ed. Rio de Janeiro: Campus, c1997.
491. NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. *The knowledge-creating company: how Japanese companies create the dynamics of innovation*. New York: Oxford University Press, 1995.
492. NORUZI, A. Folksonomies: (un)controlled vocabulary? *Knowledge Organization*, Wurzburg, v. 33, n. 4, p. 199-203, 2006.
493. O QUE é ciência de dados? In: OCI - ORACLE CLOUD INFRASTRUCTURE. [Austin, TX: Oracle, c2021]. Disponível em: <https://www.oracle.com/br/data-science/what-is-data-science/>. Acesso em: 26 out. 2021.
494. O QUE é coworking. In COOWORKING Brasil. org. [S. l.: s. n., c2021]. Disponível em: <https://coworkingbrasil.org/como-funciona-coworking>. Acesso em: 23 out. 2021.
495. OLIVEIRA, H. P. C. *Arquitetura da informação pervasiva: contribuições conceituais*. 2014. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Marília: Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, 2014.
496. OLIVEIRA; H. P. C.; VIDOTTI, S. A. B. G.; BENTES, V. *Arquitetura de informação pervasiva*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2015.
497. OPTICAL character recognition (OCR). In: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp., 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/31623/optical-character-recognition-ocr>. Acesso em: 16 out. 2021.

498. ORAM, A. (Ed.). *Peer-to-peer: o poder transformador das redes ponto a ponto*. São Paulo: Berkeley, 2001.
499. ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). *The bioeconomy to 2030: designing a policy agenda*. Paris: OECD, 2009.
500. ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. Ministério do Trabalho e Emprego: Fundo de Amparo ao Trabalhador. *Glossário de termos técnicos: certificação e avaliação de competências*. Brasília, DF: OIT, 2002. Disponível em: https://www.cplp.org/Admin/Public/Download.aspx?file=Files%2Ffiler%2FMIC_IT%2Fficheiros%2FBiblioteca%2FCompetencias%2FAvalicao_de_Competicencias.pdf. Acesso em: 17 jan. 2022.
501. ORGANIZATIONAL environment. In: ENCYCLOPEDIA. Basel: MDPI, 2021. Disponível em: <https://encyclopedia.pub/7619>. Acesso em: 25 out. 2021.
502. ORMAY, L. S. *Propriedade intelectual e renda no capital-informação*. 2018. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, IBICT, 2018.
503. ORTEGA, C. D.; LARA, M. L. L. G. *A noção de documento: de Otlet aos dias de hoje*. DataGramZero, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, Art. 03, abr. 2010.
504. ORTENBLAD, A. On differences between organizational learning and learning organizational. *The Learning Organization*, Bingley, v. 8, n. 3/4, p. 125-133, 2001.
505. OUCHI, W. *Teoria Z: como as empresas podem enfrentar o desafio japonês*. 10. ed. São Paulo: Nobel, 1985.
506. OWEN, M. et al. *Social software and learning*. Bristol: Futurelab, 2006. (Opening Education). Disponível em: <https://www.nfer.ac.uk/media/1820/futi57.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2021.
507. OXFORD INTERNET INSTITUT. Programme on Democracy and Technology. *Industrialized desinformation: 2020 global inventory of organized social media manipulation*. Oxford, OII, 2021. <https://demtech.oii.ox.ac.uk/research/posts/industrialized-desinformation/>. Acesso em: 12 out. 2021.
508. PAGE, A.; KATZ, R. A. Is social enterprise the new corporate social responsibility? *Seattle University Law Review*, Tacoma, WA, v. 34, n. 4, p. 1351-1384, 2011.
509. PASSARELLI, B. *Literacias emergentes nas redes sociais: estado da arte e pesquisa qualitativa no observatório da cultura digital*. São Paulo: Ed. SENAC, 2010.
510. PATTERN recognition. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Pattern_recognition. Acesso em: 16 out. 2021.
511. PAYNE, A.; FROW, P. A strategic framework for customer relationship management. *Journal of Marketing*, New York, NY, v. 69, n. 4, p. 167-176. Oct. 2005.
512. PEARCE, J. et al. *Leveraging Information Technology, Social Entrepreneurship, and Global Collaboration for Just Sustainable Development*. In: HAL: science ouvert. Paris: HAL, 2019. Preprint. Id: hal-02120513. Disponível em: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02120513/document>. Acesso em: 11 out. 2021.



513. PEPPARD, J.; RYLANDER, A. From value chain to value network: insights for mobile operators. *European Management Journal*, Amsterdam, v. 24, n. 2/3, p. 128-141, 2006.
514. PEPPER, S. C. *World hypotheses: a study in evidence*. Berkeley, CA: University of California Press, 1942.
515. PERDIGÃO, A. P. *et al.* Inteligência de marketing: utilizando a informação para compreender o mercado consumidor. *Revista da FAE*, Curitiba, v. 1, n. esp., p. 61-75, 2016.
516. PEREIRA, D. S.; RODRIGUES, M. R.; GESSI, N. L. Teoria contingencial: uma abordagem teórica sobre sua evolução. In: SILO. tips. [S. l.]: Silo Inc. , c2017. Disponível em: <https://silo.tips/download/teoria-contingencial-uma-abordagem-teorica-sobre-sua-evoluao>. Acesso em: 22 jan. 2022.
517. PEREIRA, F. C. M.; BARBOSA, R. R. Uso de fontes de informação por consultores empresariais: um estudo junto ao mercado de consultoria de Belo Horizonte. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 13, n. 1, p. 95-111, jan. / abr. 2008.
518. PÉREZ, K. Producción científica en Tecnologías Educativas en el período 2009-2013 a partir de la base de datos Scopus. 2014. Trabalho de conclusão (Graduação) – La Habana: Universidad de La Habana, 2014.
519. PÉREZ-LOPES, S. *et al.* Organizational learning, as a determining factor in business performance. *The Learning Organization*, Bingley, v. 12, n. 3, p. 227-245, 2006.
520. PÉREZ-MONTORO GUTIÉRREZ, M. Knowledge Management. In: DÍAZ NAFRIA. J. M.; PÉREZ-MONTORO GUTIÉRREZ, M.; SALTO ALEMANY, F. (Coord.). *Glosarium BITri: glosario de conceptos, metáforas, teorías y problemas en torno a la información: glossary of concepts, metaphors, theories and problems concerning information*. León: Universidad de León, 2010. p. 341-343.
521. PERSONAL data. In: COMPUTER Security Resource Center glossary. Gaithersburg, MD: NIST, 2021. Disponível em: https://csrc.nist.gov/glossary/term/personal_data. Acesso em: 15 out. 2021.
522. PEST analysis. In: INVESTOPEDIA dictionary. [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/p/pest-analysis.asp>. Acesso em: 23 out. 2021.
523. PETERS, M. A. ; BULUT, E. (ed.). *Cognitive capitalism, education and digital labor*. New York: Peter Lang, 2011.
524. PETRINI, M.; FREITAS, M. T.; POZZEBON, M. Inteligência de negócios ou inteligência competitiva? noivo neurótico, noiva nervosa. ENCONTRO DA ANPAD, 30, 2006, Salvador. *Trabalhos apresentados*. Salvador: ANPAD, 2006. ADIA-1016. Disponível em: http://www.anpad.org.br/diversos/down_zips/10/enanpad2006-adia-1016.pdf. Acesso em: 19 jan. 2022.
525. PETTIGREW, A. M. Context and action in the transformation of the firm. *Journal of Management Studies*, Oxford, v. 24, n. 6, p. 649-670, 1987.

526. PIDD, M. *Modelagem empresarial: ferramentas para tomada de decisão*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1988.
527. PIKETTY, T. *O capital no século XXI*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.
528. PINHEIRO, S. L. G. *Paradigm shifts in agricultural research, development and extension: a case study in Santa Catarina, Brazil*. 1997. Thesis (Doctor of Philosophy) – Sydney: University of Sydney, 1997.
529. PINHO, J. A. G.; SACRAMENTO, A. R. S. Accountability: já podemos traduzi-la para o português? *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, v. 43, n. 6, p. 1343-1368, dez. 2009.
530. PINTO, A. Considerations for planning and designing meta-analysis in oral medicine. *Oral Surgery, Oral Medicine, Oral Pathology and Oral Radiology*, New York, NY, v. 116, n. 2, p. 194-202, 2013.
531. PIRES, A. M. B.; TEIXEIRA, F. L. C.; HASTENREITER FILHO, H. N. H. Colaboração nas atividades de pesquisa desenvolvimento e inovação: o que nos ensina o modelo de Centros e Redes de Excelência Petrobras/COPPE UFRJ? *Organizações & Sociedade*, Salvador, v. 19, n. 62, p. 507-526, jul. /set. 2012.
532. PIRES, D. F.; RUIZ, E. E. S. Interoperabilidade em sistemas de informação em saúde; problemas e soluções com a UMLS. *Journal of Health Informatics*, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 35-42, 2010.
533. PLATFORM. In: TECHOPEDIA dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp., 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/3411/platform-computing>. Acesso em: 11 nov. 2021.
534. PLOTKIN, D. Implementing data stewardship. In: PLOTKIN, D. *Data stewardship: an actionable guide to effective data management and data governance*. 2nd ed. London: Academic Press, 2021. Chapter 4, p. 65-92.
535. POOL, C. R. A New digital literacy: a conversation with Paul Gilster. *Educational Leadership*, Washington, DC, v. 55, n. 3, p. 6-11, 1997.
536. PORTER, A. L.; CUNNINGHAM, S. W. *Tech mining: technology management through information mining*. Hoboken, NJ: Wiley-Interscience, 2005.
537. PORTER, A. L. et al. Technology futures analysis: toward integration of the field & new method. *Technological Forecasting and Social Change*, New York, NY, v. 71, n. 3, p. 287-303, 2004.
538. PORTER, M. *Competição: estratégias competitivas essenciais*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
539. PORTER, M. E. Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, Boston, MA, v. 76, n. 6, p. 77-90, Nov. /Dec. 1988.
540. PORTER, M. E. *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. New York: The Free Press, 1985.
541. PORTER, M. E. *Competitive strategy*. New York: The Free Press, 1980.



542. PORTER, M. E. *Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. São Paulo: Atlas, 2005
543. PORTER, M. E. *Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior*. Rio de Janeiro: Campus, 1989.
544. PORTER, M. E. What is strategy? *Harvard Business Review*, Boston, MA, v. 74, n. 6, p. 61-78, Nov. -Dec. 1996.
545. PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. Creating shared values. *Harvard Business Review*, Boston, MA, v. 89, n. 1/2, p. 62-77, 2011.
546. POST-truth. In: OXFORD learner's dictionary online. Oxford: Oxford University Press, 2021. Disponível em: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/post-truth?q=post+truth>. Acesso em: 02 jan. 2021.
547. POWELL, T. C. Competitive advantage: logical and philosophical considerations. *Strategic Management Journal*, Chichester, v. 22, n. 9, p. 875-888, 2001.
548. PRAHALAD C. K.; HAMEL, G. The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, Boston, MA, v. 68, n. 3, p. 79-91, 1990.
549. PRESCOTT, J. E.; MILLER, S. H. *Inteligência competitiva na prática*. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
550. PRIEM, J.; HEMMINGER, B. M. Scientometrics 2. 0: toward new metrics of scholarly impact on the social Web. *First Monday*, Copenhagen, v. 15, n. 7, jul. 2010. Disponível em: <https://firstmonday.org/article/view/2874/2570>. Acesso em: 10 jul. 2021.
551. PRIOR, V. *Glossary of terms used in competitive intelligence and knowledge management*. [S. n. : s. l.], 2010. Disponível em: https://www.institute-for-competitive-intelligence.com/download/intelligence%20Glossary%20_US_.pdf . Acesso em: 11 out. 2021.
552. PRITCHARD, A. Statistical bibliography or bibliometrics? *Journal of Documentation*, London, v. 25, n. 4, p. 348-349, 1969.
553. PROBST, G. *et al. Gestão do conhecimento: os elementos construtivos do sucesso*. Porto Alegre: Bookman, 2002.
554. PROCESS mining. In: GARTNER information technology glossary. [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/process-mining>. Acesso em: 20 out. 2021.
555. PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. *Um guia do conhecimento em gerenciamento de projetos (Guia PMBOK)*. 5. ed. Newton Square, PA: PMI, 2013.
556. PUBLIC cloud computing. In: GARTNER information technology glossary. [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/public-cloud-computing>. Acesso em: 12 out. 2021.
557. QUEYRAS, J.; QUONIAM, L. Inteligência competitiva. In: TARAPANOFF, K. (Ed.). *Inteligência, informação e conhecimento em corporações*. Brasília, DF: IBICT-Unesco, 2006. p. 73-98.

558. QUONIAM, L. (Ed.). *Competitive intelligence 2. 0: organization, innovation and territory*. London: ISTE; Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2011.
559. QUONIAM, L.; TRIGO, M. Inteligência competitiva: a Web 2. 0 e o aprendizado organizacional. In: TARAPANOFF, K. (org.). *Aprendizado organizacional: fundamentos e abordagens multidisciplinares*. Curitiba: Intersaberes, 2012. v. 1, Cap. 2, p. 55-74.
560. RADIO frequency identification (RFID). In: INVESTOPEDIA dictionary. [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/r/radio-frequency-identification-rfid.asp>. Acesso em: 22 out. 2021.
561. RAINER JR., R. K.; CEGIELSKI, C. G. *Introdução a sistemas de informação: apoiando e transformando negócios na era da mobilidade*. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
562. RAM, S.; DELEN, D. Introduction to the inaugural issue of Journal of Business Analytics. *Journal of Business Analytics*, Abingdon, v. 1, n. 1, p. 1, 2018.
563. RANSOMWARE. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Ransomware>. Acesso em: 16 out. 2021.
564. RAO, M. (Ed.). *Knowledge management tools and techniques: practitioners and experts evaluate KM solutions*. Burlington, MA: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2005.
565. RAYMOND, E. S. *The cathedral & the bazaar*. Sebastopol, CA: O'Reilly, 2001.
566. REAL time. In: COMPUTER Security Resource Center glossary. Gaithersburg, MD: NIST, 2021. Disponível em: https://csrc.nist.gov/glossary/term/real_time. Acesso em: 19 out. 2021.
567. REALLY simple syndication (RSS). In: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp. , 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/860/really-simple-syndication-rss>. Acesso em: 17 out. 2021.
568. RECUERO, R. C. *Redes sociais na Internet Porto Alegre*: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura).
569. REITZ, J. M. *Dictionary for Library and Information Science*. Westport, CT, Libraries Unlimited, 2004.
570. RELATIONAL algebra. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Relational_algebra. Acesso em: 15 out. 2021.
571. REMOTE access. In: COMPUTER Security Resource Center glossary. Gaithersburg, MD: NIST, 2021. Disponível em: https://csrc.nist.gov/glossary/term/remote_access. Acesso em: 25 out. 2021.
572. RENNI, Y. S. De multilateralismo efetivo à "multilateralismo multilateral": a revisão das potências emergentes. *OIKOS*, Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 75-85, 2017.
573. REZENDE, E.; BETHANCOURT, L. C. *Relação entre cultura organizacional e memória institucional*. São Paulo: ER Consultoria, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3izmFAq>. Acesso em: 10 set. 2021.



574. REZENDE, J. F.; PEREIRA, R. D. ; OLIVEIRA, D. A. Plataformas para gestão do conhecimento: estudo de caso sobre a ativação do valor de excedentes cognitivos por meio do desenvolvimento de um contexto capacitante virtual. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, João Pessoa, v. 6, n. 1, p. 72-88, jan. /jun. 2016.
575. RIFKIN, J. *The age of access: the new culture of hipercapitalism where all of-life is paid with experience*. New York: Jeremy P. Tarcher/Putnam, 2000.
576. ROCKART, F. J.; BULLEN, C. *A Primer on critical success factors*. Cambridge, MA, Center for Information Systems Research, Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology, 1981. CISR Nº 69, Sloan WP Nº 1220-81. Disponível em: <https://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/19888/SWP-1220-08368993-CISR-069.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 11 nov. 2021.
577. ROGERS, David L. *Transformação digital: repensando o seu negócio para a era digital*. São Paulo: Autêntica Business, 2017.
578. ROKEACH, M. *The nature of human values*. New York, NY: The Free Press, 1973.
579. ROOS, J. et al. *Intellectual capital: navigating in the new business landscape*. Basingstoke: Macmillan Business, c1997.
580. ROSETTO, M. Uso do Protocolo Z39. 50 para recuperação de informação em redes eletrônicas. *Ciência da Informação*, Brasília, DF, v. 26, n. 2, 1997. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/698/707>. Acesso em: 17 jan. 2022
581. ROSNAY, J. *Le macroscope: vers une vision globale*. Paris: Ed. Seuil, 1975.
582. ROSNAY, J. *The macroscope: a new scientific system*, New York, NY: Harper & Row, 1979.
583. ROUCH, D.; SANTI, P. Competitive intelligence adds value: five intelligence attitudes. *European Management Journal*, Amsterdam, v. 19, n. 5, p. 552-559, 2001.
584. RUGGIE, J, G. Multilateralism: the anatomy of an institution. *International Organization*, Cambridge, MA, v. 46, n. 3, p. 561-598, 1992.
585. SANTOS, A. A. *ERP e sistemas de informações gerenciais*. São Paulo: Atlas, 2013.
586. SANTOS, B. S. *O fim do império cognitivo: a afirmação das epistemologias do sul*. Belo Horizonte: Autêntica, 2019.
587. SANTOS, D.; PINHO, M. Análise do crescimento das empresas de base tecnológica no Brasil. *Produção*, São Paulo, v. 20, n. 2, p. 214-223, abr. /jun. 2010.
588. SANTOS, G. S.; CAMPOS, F. C. Uma abordagem de inovação incremental em serviços de TI. *GEPROS: Gestão da produção, Operações e Sistemas*, Bauru, ano 5, n. 2, p. 139-161, abr. /jun. 2010.
589. SANTOS, L. Indicadores: o que são? In: ADMINISTRADORES. com. João Pessoa, 17 abr. 2019. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/indicadores-o-que-sao>. Acesso em: 15 out. 2021.

590. SANTOS, R. F. *et al.* Implicações da pós-verdade na indexação de recursos Informativos. In: BARROS, T. H. B.; TOGNOLI, N. B. (org.). *Organização do conhecimento responsável: promovendo sociedades democráticas e inclusivas*. Belém: Ed. UFPA, ISKO, 2019. p. 85-94. (Estudos Avançados em Organização do Conhecimento; 5).
591. SARQUIS, A. *et al.* Fatores de influência no processo de inovação em empresas de base tecnológica. *Revista Catarinense da Ciência Contábil*, Florianópolis, v. 14, n. 43, p. 38-50, set. /dez. 2015.
592. SAYÃO, L. F.; SALES, L. F. Curadoria digital: um novo patamar para preservação de dados digitais de pesquisa. *Informação & Sociedade: estudos*, João Pessoa, v. 22, n. esp, p. 179-191, 2012.
593. SCHARMER, C. O. Teoria U: como liderar pela percepção e realização do futuro emergente. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.
594. SCHEDLER, A. Conceptualizing accountability. In: SCHEDLER, A.; DIAMOND, L.; PLATTNER, M. F. (Ed.). *The self-restraining state: power and accountability in new democracies*. Boulder, CO, London: Lynne Rienner Publishers, 1999. p. 13-28.
595. SCHEIN, E. H. *Cultura organizacional e liderança*. São Paulo, Atlas, 2009.
596. SCHILLER, D. *Digital capitalism*. Cambridge, MA: MIT Press, 2000.
597. SCHIUMA, G. *et al.* Intellectual capital dimensions of Ducati's turnaround: exploring knowledge assets grounding a change management program. *International Journal of Innovation Management*, London, v. 12, n. 2, p. 161-193, 2008.
598. SCHUMPETER, J. A. *Capitalism, socialism and democracy*. London: George Allen & Unwin, 1942.
599. SCHWARTZ, D. G.; TÉNI, D. *Encyclopedia of knowledge management*. 2nd ed. Hershey, PA: Information Science Reference, 2011.
600. SCOTT, W. R. *Organizations: rational, natural and open systems*. 2nd ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1987.
601. SEMANTIC Web In: W3C. [Cambridge, MA: W3C], 2021. Disponível em: <https://www.w3.org/standards/semanticWeb/>. Acesso em: 15 jan. 2022.
602. SENGE, P. *et al.* *A quinta disciplina: caderno de campo: estratégias e ferramentas para construir uma organização que aprende*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1997.
603. SERVER. In: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp., 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/2282/server>. Acesso em: 27 fev. 2021.
604. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). *O microempreendedor individual e a economia criativa*. Fortaleza: SEBRAE/CE, 2019. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/CE/Ane-xos/Cartilha_Economia_criativa_2019_final.pdf. Acesso em: 18 jan. 2022.



605. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). *Rede de empresas*. Brasília, DF: SEBRAE, 2014. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/65d554f-58cf2ffac085365d041699b02/\\$File/5188.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/65d554f-58cf2ffac085365d041699b02/$File/5188.pdf). Acesso em: 19 jan. 2022.
606. SGML. *In: SciELO Publishing schema: guia de uso dos elementos e atributos para documentos em XML. Versão 1. 3.* [São Paulo: SciELO], 2015. Disponível em: http://docs.scielo.org/projects/scielo-publishing-schema/pt_BR/1.3-branch/glossary.html. Acesso em: 29 nov. 2021.
607. SHAH, H.; MEAH, J. Top reasons to use predictive AI for enhanced cybersecurity in 2021. *In: TECHOPEDIA topics.* [Edmonton: Janalta Interacting Corp. , 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/top-reasons-to-use-predictive-ai-for-enhanced-cybersecurity-in-2021/2/34588> . Acesso em: 12 nov. 2021.
608. SHANNON, C. E. A mathematical theory of information. *The Bell System Technical Journal*, New York, NY, v. 27, n. 3, p. 379-423, July 1948.
609. SHANNON, C. E. A mathematical theory of information. *The Bell System Technical Journal*, New York, NY, v. 27, n. 4, p. 623-656, Oct. 1948.
610. SILVA, C. R. E. Orientação profissional, mentoring, coaching e counseling: algumas singularidades e similaridades em práticas. *Revista Brasileira de Orientação Profissional*, Campinas, v. 11, n. 2, p. 299-309, jul. -dez. 2010.
611. SILVA, E. *et al.* O Processo de inteligência competitiva e sua relação com indicadores de inovação e competência em informação. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, João Pessoa, v. 6, n. esp., p. 240-252, jan. 2016.
612. SIMON, H. A. *Comportamento administrativo: estudo dos processos decisórios nas organizações administrativas.* 3. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1979.
613. SLATER, S. F. *et al.* Worried about strategy implementation? don't overlook marketing's role. *Business Horizons*, New York, NY, v. 53, n. 5, p. 469-479, 2010.
614. SMART antenna. *In: GARTNER information technology glossary.* [Stamford, CT: Gartner Group, 2021]. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/smart-antenna>. Acesso em: 22 out. 2021.
615. SNOWDEN, D. Complex acts of knowing: paradox and descriptive self awareness. *Journal of Knowledge Management*, Hershey, PA, v. 6, n. 2, p. 100-111, May 2002.
616. SNOWSHOE spamming. *In: TECHOPEDIA technology dictionary.* [Edmonton: Janalta Interacting Corp. , 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/1713/snowshoe-spamming>. Acesso em: 13 out. 2021.
617. SOCIAL *networking.* *In: INVESTOPEDIA dictionary.* [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/s/social-networking.asp>. Acesso em: 22 out. 2021.
618. SOLOMON, M. R. *O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo.* 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

619. SONNENTAG, S. *et al.* Learning at work: training and development. In: COOPER, C. L.; ROBERTSON, I. T. (org.). *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, v. 19, 2004. Chapter 8, p. 249-289.
620. SOUSA, C. *et al.* Evidências métricas da adaptação da escala de inteligência cultural numa amostra portuguesa. *Psicologia: reflexão e crítica*, Porto Alegre, v. 28, n. 2, p. 232-241, 2015.
621. SPAM. In: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp. 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/1716/spam>. Acesso em: 17 out. 2021.
622. SPINOFF. In: INVESTOPEDIA dictionary. [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/s/spinoff.asp>. Acesso em: 17 out. 2021.
623. STAIR, R. M. *Princípios de sistemas de informação: uma abordagem gerencial*. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1998.
624. STARTUP. In: INVESTOPEDIA dictionary. [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/s/startup.asp>. Acesso em: 18 out. 2021.
625. STERH, N. *Theories of the information age*. [Friedrichshafen: s. n.], 2007? Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/267863123_Theories_of_the_information_age. Acesso em: 20 out. 2021.
626. STEWART, J.; MCGOLDRICK, J. *Human resource development: perspectives, strategies and practice*. London: Pittman, 1996.
627. STEWART, T. A. *Capital intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas*. 10. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
628. STIGLITZ, J. E. Information and the change in the paradigm in economics. *The American Economic Review*, Nashville, TN, v. 92, n. 3, p. 460-501, Jun. 2002.
629. STIGLITZ, J. E.; GREENWALD, B. C. (Ed.). *Creating a learning society: a new approach to growth, development, and social progress*. New York, NY: Columbia University Press, 2015. (Kenneth J. Arrow Lecture Series).
630. STREAM processing. In: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp. , 2021], Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/33914/stream-processing>. Acesso em: 19 out. 2021.
631. STREAMING media. In: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp., 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/14586/streaming-media>. Acesso em: 19 out. 2021.
632. STUCKENSCHMIDT, H. Data semantics on the Web. *Journal of Data Semantics*, Berlin, v. 1, n. 1, p. 1-9, 2012. Editorial.
633. STURGEON, T. J. How do we define value chains and production networks? *IDS Bulletin*, Brighton, v. 32, n. 3, p. 9-18, 2001.
634. SUAIDEN, E. J.; LEITE, C. *Cultura da Informação: os valores na construção do conhecimento*. Curitiba: CRV, 2016.



635. SUGAHARA, C. R.; JANNUZZI, P. M. Estudo do uso de fontes de informação para inovação tecnológica na indústria brasileira. *Ciência da Informação*, Brasília, DF, v. 34, n. 1, p. 45-56, jan. /abr. 2005.
636. SUPPLY chain visibility (SCV). In: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp, 2021]. Disponível em: https://www.techopedia.com/definition/14021/supply-chain-visibility-scv?utm_source=aimtell&utm_medium=push&utm_campaign=campaign-2506. Acesso em: 19 out. 2021.
637. SURFACE Web. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Surface_Web. Acesso em: 15 out. 2021.
638. SURI, P. K.; NARULA, K. Strategies for evaluating risks to project schedule. *International Journal of Computer Applications*, [s. l.], n. 1, p. 1-6, 2014. 4th International IT Summit (Confluence 2013) – The Next Generation Information Technology Summit. Disponível em: <https://research.ijcaonline.org/confluence2013/number1/ngits1301.pdf>. Acesso em: 28 dez. 2021
639. TAG. In: IBM glossary. [New York, NY: IBM Corporation, 2021]. Disponível em: https://www.ibm.com/docs/en/bpm/8.5.7?topic=v857-glossary#gloss_T. Acesso em: 21 out. 2021.
640. TAGUE-SUTCLIFFE, J. An introduction to infometrics. *Information Processing Management*, Oxford, v. 29, n. 1, p. 1-3, 1992.
641. TAKEUCHI, H.; NONAKA, L. *Gestão do conhecimento*. Porto Alegre: Bookman, 2008.
642. TANG, Y. C.; LIOU, F. M. Does firm performance reveal its own causes? The role of Bayesian inference. *Strategic Management Journal*, Chichester, v. 31, n. 1, p. 39-57, 2010.
643. TAPSCOTT, D. Rethinking strategy in a networked world (or why Michael Porter is wrong about the Internet). *Strategy+Business*, New York, NY, n. 24, Third quarter, 2001.
644. TAPSCOTT, D. *The Digital economy: promise and peril in the age of networked intelligence*. New York, NY: McGraw-Hill, 1996.
645. TARAPANOFF, K.; ALVARES, L. Inteligência organizacional e competitiva e a Web 2. 0. *Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação*, Florianópolis, v. 18, n. 38, p. 37-64, set. /dez. 2013.
646. TARAPANOFF, K.; VALENTIN, M.; ALVARES, L. Trajetórias terminológicas relacionadas com a inteligência competitiva. SEMINARIO HISPANO BRASILEÑO DE INVESTIGACIÓN EN INFORMACIÓN, DOCUMENTACIÓN Y SOCIEDAD, 5, Madrid. 2006. [Anales...] Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2017. v. 2: Investigación en Información, documentación y sociedad. Perspectivas y tendencias. p. 449-467. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/32955/1/CAPITULO_TrajetoriasTerminologicasRelacionadas.pdf. Acesso em: 12 jan. 2022.

647. TAURION, C. Data warehouse: estado da arte e estado da prática. *Develo-pers' Magazine*, Rio de Janeiro, n. 6, p. 10-11, fev. 1997.
648. TAVARES, M. P. *Teoria dos jogos: algumas aplicações ao mercado de trabalho*. Rio de Janeiro: PUC, 1995.
649. TAXONOMY. In: IBM glossary. [New York, NY: IBM Corporation, 2021]. Disponível em: https://www.ibm.com/docs/en/bpm/8.5.7?topic=v857-glossary#gloss_T. Acesso em: 21 out. 2021.
650. TÉBOUL, J. *A era dos serviços: uma nova abordagem ao gerenciamento*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.
651. TEECE, D. J. Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, Amsterdam, v. 43, n. 2/3, p. 172-194, 2010.
652. TEECE, D. J.; PISANO, G.; SCHUEN, A. Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, Chichester, v. 18, n. 7, p. 509-533, 1997.
653. TEIXEIRA, D. R. Rede de valor para inteligência empresarial: a rede de melhores práticas para marketing e vendas na era Web 2.0. *Revista da ESPM*, São Paulo, v. 16, n. 1, p. 80-90, jan. /fev. 2009.
654. TEIXEIRA, E. et al. A importância da comunicação entre os stakeholders: práticas empresariais. *E-Faceq: Revista Eletrônica dos Discentes da Faculdade Eça de Queiroz*, Jandira, ano. 6, n. 9, 2017. 13p
655. TEIXEIRA, R. C.; SOUZA, C. Evolução da inteligência competitiva com base em estudo métrico de sua literatura. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 22, n. 1, p. 170-185, 2017.
656. TERRA, P. R. S.; LIMA, J. B. N. Governança corporativa e reação do mercado de capitais à divulgação de resultados contábeis. *Revista de Contabilidade e Finanças*, São Paulo, v. 17, n. 42, p. 35-49, set. /dez. 2006.
657. THELWALL, M. *Introduction to Webometrics: quantitative Web research for social sciences*. San Rafael, CA: Morgan & Claypool, 2009. (Synthesis Lectures on Information Cocepts, Retrieval and Services, v. 1, n. 1).
658. THINK tank. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Think_tank. Acesso em: 16 out. 2021.
659. TIDD, J. et al. *Gestão da inovação*. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.
660. TOMS, E. G. *Serendipitous information retrieval*. [S. n. : s. l., 2000?]. Disponível em: https://www.ercim.eu/publication/ws-proceedings/DelNoe01/3_Toms.pdf. Acesso em: 05 dez. 2021.
661. TORNAGO, A. O que a LGPD tem a ver com o empoderamento digital? Brasília, DF: Serviço Federal de Processamento de Dados, 2020. Disponível em: <https://www.serpro.gov.br/lgpd/noticias/2020/lgpd-e-empoderamento-digital>. Acesso em: 27 maio 2020.



662. TORQUATO, G. *Tratado de comunicação organizacional e política*. São Paulo: Pioneira, Thomson Learning, 2002.
663. TOTAL quality management (TQM). *In*: INVESTOPEDIA dictionary. [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/t/total-quality-management-tqm.asp>. Acesso em: 23 out. 2021.
664. TOWARDS knowledge societies: Unesco world report. Paris: Unesco, 2005. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000141843>. Acesso em: 18 out. 2021.
665. TRANSMISSION control protocol/internet protocol (TCP/IP). *In*: IBM glossary. [New York, NY: IBM Corporation, 2021]. Disponível em: https://www.ibm.com/docs/en/bpm/8.5.7?topic=v857-glossary#gloss_T. Acesso em: 21 out. 2021.
666. TRIPP, D. Pesquisa-ação: uma introdução metodológica. *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 443-466, set. /dez. 2005.
667. TRUXILLO, D. M.; BAUER, T. N.; ERDOGAN, B. *Psychology and work: perspectives on industrial and organizational psychology*. London: Routledge, 2016.
668. TSOUKAS, H.; VLADIMIROU, E. What is organization knowledge? *Journal of Management Studies*, Oxford, v. 38, n. 7, p. 973-93, 2001.
669. TURBAN, E., *et al.* *Introdução a sistemas de informação: uma abordagem gerencial*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
670. TURBAN, E.; ARONSON, J. E. *Decision support systems and intelligent systems*. 6th ed. Hoboken, NJ: Prentice Hall, 2001.
671. UNDERHILL, C.; OLMSTED, M. G. An experimental comparison of computer mediated and face-to-face focus groups. *Social Science Computer Review*, Thousand Oaks, CA, v. 21, n. 4, p. 506-512, 2003.
672. UNIÃO EUROPEIA. Directiva 2004/35/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 21 de abril de 2004 relativa à responsabilidade ambiental em termos de prevenção e reparação de danos ambientais. *Jornal Oficial da União Europeia*, Brussels, L 143, p. 56-75, 30 abr. 2004. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32004L0035&from=NL>. Acesso em: 19 jan. 2022.
673. UNIÃO EUROPEIA. Directiva 2006/21/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 15 de março de 2006: relativa à gestão dos resíduos de indústrias extractivas e que altera a Directiva 2004/35/CE. [S. l. :s. n.], 2009. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A02006L0021-20090807>. Acesso em: 17 jan. 2022.
674. UNIFORM resource locator (URL). *In*: IBM glossary. [New York, NY: IBM Corporation, 2021]. Disponível em: https://www.ibm.com/docs/en/bpm/8.5.7?topic=v857-glossary#gloss_U. Acesso em: 21 out. 2021.
675. UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (Unesco). *What is open access?* Paris: Unesco, [2019?]. Disponível em: <https://en.unesco.org/open-access/what-open-access>. Acesso em: 23 nov. 2019.

676. UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (Unesco). *Concepts of openness and open access*. Paris: Unesco; 2015. (Open Access for Researchers, Module 2). Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232207>. Acesso em: 16 out. 2021.

677. UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME. *Towards a green economy: pathways to sustainable development and poverty eradication: a synthesis for policy makers*. St-Martin-Bellevue: Unep, 2011.

678. UNITED NATIONS. *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. New York, NY, 2015. Resolution adopted by the General Assembly on 25 September 2015. (A/RES/70/1). Disponível em: https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/generalassembly/docs/globalcompact/A_RES_70_1_E.pdf. Acesso em 17 jan. 2022.

679. UNITED NATIONS. Economic Analysis and Policy Division. Department of Economic and Social Affairs. Data economy: radical transformation or dystopia? *Frontier Technology Quarterly*, Paris, Jan. 2019. Disponível em: <https://www.un.org/development/desa/dpad/publication/frontier-technology-quarterly-january-2019/> Acesso em: 12 jan. 2022.

680. USHMAN, M. L.; ANDERSON, P. Technological discontinuities and organizational environments. *Administrative Science Quarterly*, Ithaca, NY, v. 31, n. 3, p. 439-465, 1986.

681. UZELAK, A.; CVJETICANIN, B. (Ed.). *Digital culture: the changing dynamics*. Zagreb: Institute for International Relations, 2008.

682. VAKARI, P. Task complexity, problem structure and information actions: integrating studies on information seeking and retrieval. *Information Processing & Management*, Oxford, v. 35, n. 6, p. 818-837, 1999.

683. VALENTIM, M. L. P. Gestão documental em ambientes empresariais. In: VALENTIM, M. L. P. (org.). *Estudos avançados em Arquivologia*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012. Cap. 1, p. 11-26.

684. VALUE-added. In: INVESTOPEDIA dictionary. [New York, NY: Dotdash, 2021]. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/v/valueadded.asp>. Acesso em: 20 out. 2021.

685. VAN DER AALST, W. M.; TER HOFSTEDÉ, A. H.; WESKE, M. Business process management: a survey. In: BUSINESS PROCESS MANAGEMENT: INTERNATIONAL CONFERENCE, BPM 2003, Eindhoven. *Proceedings*. Berlin: Springer, 2003. p. 1-12. (Lecture Notes in Computer Science (LNCS), v. 2678).

686. VAN DIJK, J. *The network society: social aspects of new media*. London: Sage Publications, 2006.

687. VAN ECK, N. J.; WALTMAN, L. *VOSviewer manual*. Leiden: Universiteit Leiden, 2021.

688. VARELA, F.; THOMPSON, E.; ROSCH, E. *The embodied mind: cognitive science and human experience*. Cambridge, MA: MIT Press, 1997.



689. VASCONCELLOS, M. J. E. *Pensamento sistêmico: o novo paradigma da ciência*. 9. ed. Campinas: Papirus, 2010.
690. VASCONCELOS, F. C.; BRITO, L. A. L. Vantagem competitiva: o construto e a métrica. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 44, n. 2, p. 51-63, 2004.
691. VECHIATO, F. L. *Encontrabilidade da informação*. 2013. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista: Marília, 2013. p. 35.
692. VEILLE technologique. In: WIKIPÉDIA: l'encyclopédie libre. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em https://fr.wikipedia.org/wiki/Veille_technologique. Acesso em: 15 out. 2021.
693. VÉLIZ, C. The Internet and privacy. In: EDMONDS, D. *Ethics and the contemporary world*. Abingdon: Routledge, 2019. p. 149-159.
694. VELTMAN, F. Data semantics. In: GROENENDIJK, J. et al. (Ed.) *Truth, interpretation and information: selected papers from the 3. Amsterdam colloquium*. Berlin: Walter de Gruyter, 1984. p. 43-65.
695. VENERY, J. O Que é coaching. In: ADMINISTRADORES. com. [João Pessoa, c2021]. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/o-que-e-coaching>. Acesso em: 15 out. 2021.
696. VIDOTTI, S. A. B. G.; CUSIN, C. A.; CORRADI, J. A. M. Acessibilidade digital sob o prisma da Arquitetura da Informação. In: GUIMARÃES, J. A. C.; FUJITA, M. S. L. *Ensino e pesquisa em Biblioteconomia no Brasil: a emergência de um novo olhar*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2008. p. 173-184.
697. VILLATA, S., et al. An Access control model for linked data? In: MEERSMAN, R.; DILLON, T.; HERRERO, P. (Ed.). ON THE MOVE TO MEANINGFUL INTERNET SYSTEMS: OTM 2011 WORKSHOPS. *Proceedings*. Berlin: Springer, 2011. p. 454-463. (Lecture Notes in Computer Science, v. 7046).
698. VINCENT, S. *Infoculture: technology to construct the future*. London: Thomas Telford, 1998.
699. VIRTUAL environment. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Virtual_environment. Acesso em: 15 out. 2021.
700. VITORINO, E. V.; PIANTOLA, D. Competência informacional – bases históricas e conceituais: construindo significados. *Ciência da Informação*, Brasília, DF, v. 38, n. 3, p. 130-141, set. /dez., 2009.
701. VOLBERDA, H. W. *Building the flexible firm: how to remain competitive*. Oxford: Oxford University Press, 1998.
702. VOLBERDA, H. W. Strategic flexibility: creating dynamic competitive advantages. In: FAULKNER, D.; CAMPBELL, A. (Ed.) *The Oxford handbook of strategy*. Oxford: Oxford University Press, 2003. v. II – Corporate Strategy, Part VI – Flexibility.

703. VON KROGH, G. *et al.* *Enabling knowledge creation: how to unlock the mystery of tacit knowledge and release the power of innovation*. Oxford: Oxford University Press, 2000.

704. WAL, T. V. Folksonomy. *In*: Vanderwal. net. Feb. 2, 2007. Disponível em: <https://vanderwal.net/folksonomy.html>. Acesso em: 29 nov. 2021.

705. WALSH, J. P.; UGSON, G. R. Organizational memory. *The Academy of Management Review*, Ada, OH, v. 16, n. 1, p. 57-91, 1991.

706. WALTRICK, S. A. *Critérios para a seleção de fontes de informação científica multimídia em acesso livre na Internet: criação de acervo digital para cursos de graduação à distância*. 2009. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Florianópolis: Centro de Ciências da Educação, Universidade Federal de Santa Catarina, 2009.

707. WAND, Y. *et al.* Determination of semantic types of tags in social tagging systems. *Knowledge Organization*, Wurzburg, v. 45, n. 8, p. 653-666, 2018.

708. WANDERLEY, A. V. M. *Conception et implantation d'un système d'intelligence compétitive dans une entreprise pétrolière dans un environnement de déréglementation*. 2004. Thèse (Doctorat en Sciences de l'Information et la Communication) – Marseille: Faculté de Droit, Economie et Sciences, Université d'Aix-Marseille III, 2004.

709. WANG, H.; JIANG, W. Clustering and recommending user based on tags and relation network. *Data Analysis and Knowledge Discovery*, Beijing, v. 1, n. 6, p. 36-46, 2017.

710. WEB analytics. *In*: TECHOPEDIA technology dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp. c2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/1619/Web-analytics>. Acesso em: 22 set. 2021.

711. WEB browser. *In*: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Web_browser. Acesso em: 21 out. 2021.

712. WEB crawler. *In*: IBM glossary. [New York, NY: IBM Corporation, 2021]. Disponível em: https://www.ibm.com/docs/en/bpm/8.5.7?topic=v857-glossary#gloss_W. Acesso em: 21 out. 2021.

713. WEB ontology language (OWL). *In*: IBM glossary. [New York, NY: IBM Corporation, 2021]. Disponível em: https://www.ibm.com/docs/en/bpm/8.5.7?topic=v857-glossary#gloss_W. Acesso em: 21 out. 2021.

714. WEB ontology language (OWL). *In*: W3C Semantic Web. [Cambridge, MA: W3C], 2021. Disponível em: <https://www.w3.org/OWL/>. Acesso em: 16 out. 2021

715. WEB portal. *In*: TECHOPEDIA dictionary. [Edmonton: Janalta Interacting Corp., 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/17352/Web-portal>. Acesso em: 16 out. 2021.

716. WEGNER, P. Interoperability. *ACM Computing Surveys*, New York, NY, v. 28, n. 1, p. 285-287, 1996.



717. WEICK, K. E. *Making sense of organizations*. Oxford: Blackwell, 2001.
718. WEICK, K. E.; DAFT, R. L. The effectiveness of interpretation systems. *In: CAMERON, K. S.; WHETTEN, D. (org.). Organizational effectiveness: a comparison of multiple models*. New York, NY: Academic Press, 1983. p. 71-93.
719. WEISSENGERBER-EIBL, M. A. *et al.* A system thinking approach to corporate strategy development. *Systems*, Basel, v. 7, n. 1, article 16, 2019.
720. WEITZEN, H. S.; PARKHIL, R. *Infopreneurs online and global: taking the hottest business of the 90's into the 21st century*. New York, NY: John Wiley & Sons, 1996.
721. WENGER, E. *Communities of practice: learning, meaning, and identity*. New York, NY: Cambridge University Press, 1998.
722. WHAT is a Webinar. *In: COMPANY Webcast*. [Capelle aan den IJssel, c2021]. Disponível em: <https://www.Webinar.nl/en/Webinars/what-is-a-Webinar/>. Acesso em: 10 set. 2021
723. WHAT is data security? *In: IBM. com*. [New York, NY: IBM Corporation, 2021]. Disponível em: <https://www.ibm.com/topics/data-security>. Acesso em: 17 out. 2021.
724. WHITE hat hacker. *In: TECHOPEDIA technology dictionary*. [Edmonton: Janalta Interacting Corp., 2021]. Disponível em: https://www.techopedia.com/definition/10349/white-hat-hacker?utm_source=aimtell&utm_medium=push&utm_campaign=-campaign-2506. Acesso em: 20 out. 2021.
725. WIDGET. *In: IBM glossary*. [New York, NY: IBM Corporation, 2021]. Disponível em: https://www.ibm.com/docs/en/bpm/8.5.7?topic=v857-glossary#gloss_W. Acesso em: 21 out. 2021.
726. WIGGINS, R. R.; RUEFLI, T. W. Sustained competitive advantage: temporal dynamics and the incidence and persistence of superior economic performance. *Organization Science*, Providence, RI, v. 13, n. 1, p. 81-105, 2002.
727. WIKI. *In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia*. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Wiki>. Acesso em: 15 out. 2021.
728. WILENSKY, H. L. *Organizational intelligence: knowledge and policy in government and industry*. 2nd. ed. New York, NY: Basic Books, 1976.
729. WILEY, D. A. *Learning object design and sequencing theory*. 2000. (PhD Thesis) – Provo, UT: Brigham Young University, 2000. Disponível em: <https://open-content.org/docs/dissertation.pdf> . Acesso em: 02 abr. 2021.
730. WILLIAMS, S. Strategic planning and organizational values: links and alignment. *Human Resources Development International*, London, v. 5, n. 2. p. 217-233, 2002.
731. WILSON, T. D. Exploring models of information behaviour: the 'uncertainty' project. *Information Processing & Management*, Oxford, v. 35, n. 6, p. 839-849, 1999.
732. WILSON, T. D. Information management. *In: INTERNATIONAL Encyclopedia of Information and Library Science*. 2nd ed. London: Routledge, 2003. p. 263-278.

733. WILSON, T. D. Models in information behaviour research. *Journal of Documentation*, London, v. 55, n. 3, p. 249-270, 1999.
734. WILSON, T. D. On user studies and information needs. *Journal of Documentation*, London, v. 37, n. 1, p. 3-15, 1981.
735. WIN win. In: BUSINESS administration. [S. l.], Oct. 20, 2018. Disponível em: <https://businessadministration.ir/?p=219>. Acesso em: 16 out. 2021.
736. WOLK, L. *Coaching: a arte de soprar brasas*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.
737. WOO, J.; CHEN, H. Epidemic model for information diffusion in Web forums: experiments in marketing exchange and political dialog. *SpringerPlus*, Cham, v. 5, article 66, 2016.
738. WOO, J.; SON, J.; CHEN, H. An SIR model for violent topic diffusion in social media. In: IEEE INTERNATIONAL CONFERENCE ON INTELLIGENCE AND SECURITY INFORMATICS, 2011, Beijing. *Proceedings*. Piscataway, NJ: IEEE, 2011. p. 15-19.
739. WORKFLOW. In: IBM glossary. [New York, NY: IBM Corporation, 2021] Disponível em: https://www.ibm.com/docs/en/bpm/8.5.7?topic=v857-glossary#gloss_W. Acesso em: 21 out. 2021.
740. WORKFLOW. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Workflow>. Acesso em: 13 out. 2021.
741. WORLD BANK GROUP. *Public-private dialogue (PPD) stakeholder mapping toolkit: a practical guide for stakeholder analysis in PPD using the Net-Map method*. Washington, D. C.; the World Bank, c2016. Disponível em: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/842721467995900796/pdf/106395-WP-PUBLIC-PPD-S-takeholder-Mapping-Toolkit-2016.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2022.
742. WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT. *Our common future*. New York, NY: Oxford University Press, 1987.
743. WORLD ECONOMIC FORUM. *Internet of things: guidelines for sustainability*. Geneva: WEF, Jan. 2018. Future of Digital Economy and Society System Initiative. Disponível em: <https://www3.weforum.org/docs/IoTGuidelinesforSustainability.pdf>. Acesso em: 19 dez. 2021.
744. WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION (WIPO). Patent cooperation treat (PCT) and regulations under the PCT. Geneva: WIPO, 2020. Disponível em: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_274_2020.pdf. Acesso em: 7 out. 2021.
745. WORLD Wide Web consortium (W3C). In: IBM glossary. [New York, NY: IBM Corporation, 2021]. Disponível em: https://www.ibm.com/docs/en/bpm/8.5.7?topic=v857-glossary#gloss_W. Acesso em: 21 out. 2021.
746. WORLD WILDLIFE FUND (WWF). O que significa a sigla WWF? Brasília, DF: WWF, [2021?] https://www.wwf.org.br/wwf_brasil/wwf_mundo/wwf/. Acesso em: 31 ago. 2021.



747. WRIGHT, P.; PRINGLE, C. D. ; KROLL, M. J. *Strategic management: text and cases*. Boston, MA: Allyn and Bacon, 1992.
748. WRIGHT, T. *Global research meeting: organizations must consider the impact of it innovation on enterprise information management*. [Stamford, CT: Gartner Inc.], Feb. 2006. Gartner Research.
749. XIAO, L.; CAO, H. Organizational resilience: the theoretical model and research implication. *ITM Web of Conferences*, Les Ulis, v. 12, art. 04021, 2017.
750. XML catalog. *In: IBM glossary*. [New York, NY: IBM Corporation, 2021]. Disponível em: https://www.ibm.com/docs/en/bpm/8.5.7?topic=v857-glossary#gloss_X. Acesso em: 21 out. 2021.
751. XML data. *In: IBM glossary*. [New York, NY: IBM Corporation, 2021]. Disponível em: https://www.ibm.com/docs/en/bpm/8.5.7?topic=v857-glossary#gloss_X. Acesso em: 21 out. 2021.
752. XML digital signature. *In: IBM glossary*. [New York, NY: IBM Corporation, 2021]. Disponível em: https://www.ibm.com/docs/en/bpm/8.5.7?topic=v857-glossary#gloss_X. Acesso em: 21 out. 2021.
753. XML document. *In: IBM glossary*. [New York, NY: IBM Corporation, 2021]. Disponível em: https://www.ibm.com/docs/en/bpm/8.5.7?topic=v857-glossary#gloss_X. Acesso em: 21 out. 2021.
754. XML encryption. *In: IBM glossary*. [New York, NY: IBM Corporation, 2021]. Disponível em: https://www.ibm.com/docs/en/bpm/8.5.7?topic=v857-glossary#gloss_X. Acesso em: 21 out. 2021.
755. XML extensible markup language. *In: IBM GLOSSARY*. [New York, NY: IBM Corporation, 2021] Disponível em: <https://www.ibm.com/docs/en/bpm/8.5.7?topic=v857-glossary>. Acesso em: 21. 102021.
756. XML query language (XQUERY). *In: TECHOPEDIA technology dictionary*. [Edmonton: Janalta Interacting Corp. , 2021]. Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/2671/xml-query-language-xquery>. Acesso em: 20 out. 2021.
757. XR Glossary. Calgary: Circuit Stream, c2022. Disponível em: <https://circuitstream.com/blog/xr-glossary/>. Acesso em: 14 fev. 2022.
758. YANG, L. *et al.* Global trends of solid waste research from 1997 to 2011 by using bibliometric analysis. *Scientometrics*, Budapest, v. 96, n. 1, p. 133-146, 2013.
759. YLI-RENKO, H.; AUTIO, E.; SAPIENZA, H. J. Social capital, knowledge acquisition, and knowledge exploitation in young technology-based firms. *Strategic Management Journal*, Chichester, v. 22, n. 6-7, p. 587-613, 2001.
760. YOON, J.; YANG, J; PARK, H. Quintuple helix structure of Sino-Korean research collaboration in science. *Scientometrics*, Budapest, v. 113, n. 1, p. 61-81, 2017.
761. YUKSEL, I. Developing a Multi-Criteria Decision Making Model for PESTEL Analysis. *International Journal of Business and Management*, Richmond Hill, ON, v. 7, n. 24, p. 52- 66, 2012.

762. YWORKS. *yEd graph edl*. [Tubingen: yWorks GmbH], 2010. Disponível em: <https://yed.yworks.com/support/manual/index.html>. Acesso em: 06 set. 2021.

763. ZARIFIAN, P. *Objetivo competência: por uma nova lógica*. São Paulo: Atlas, 2001.

764. ZENG, L. et al. Distributed data mining: a survey. *Information Technology and Management*, New York, NY, v. 13, n. 4, p. 403-409, 2012.

765. ZETTABYTE. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2021. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Zettabyte>. Acesso em: 14 out. 2021.

766. ZIVIANI, F. et. al. O impacto das práticas de gestão do conhecimento no desempenho organizacional: um estudo em empresas de base tecnológica. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 24, n. 1, p. 61-83, 2019.

767. ZUBBOF, S. *The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power*. New York, NY: PublicAffairs, 2019.

◆ REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

768. DOWNLOAD E UPLOAD. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2022. Disponível em: pt.wikipedia.org/wiki/Download-e-upload. Acesso em: 04.12.2022

769. FIREWALL. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2022. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Firewall>. Acesso em: 05.11.2022

770. IfM/IBM-UNIVERSITY OF CAMBRIDGE INSTITUTE FOR MANUFACTURING (IfM) AND INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES CORPORATION (IBM). *Succeeding through service innovation; a service perspective for education, research, business and government*. Cambridge, United Kingdom: University of Cambridge Institute for Manufacturing, 2008. P.8

771. MANUEL, G.; PRETORIUS, J.-H. C. The significance of relevance trees in the identification of artificial neural networks input vectors. *Journal of Energy in Southern Africa*, v.24, n.1, December 2012. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/262440205_The_significance_of_relevance_trees_in_the_identification_of_artificial_neural_networks_input_vectors. Acesso em: 05.11.2022.

772. SAWHNEY, M., WOLCOTT, R. C., & ARRONIZ, I. The 12 Different Ways for Companies to Innovate. Cambridge, Massachusetts, *MIT Sloan Management Review*, Spring, p. 75-81, 2006.

773. SWITCH. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2022. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Switch>. Acesso em: 05.11.2022.

774. TOP-DOWN e BOTTOM-UP. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation], 2022. Disponível em: pt.wikipedia.org/wiki/abordagem-top-down-e-bottom-up. Acesso em: 04.11.2022





SOBRE A AUTORA, A COMISSÃO CIENTÍFICA E OS CONVIDADOS DO PREFÁCIO E POSFÁCIO

KIRA TARAPANOFF

Vinculação institucional: Universidade de Brasília (aposentada)

Breve biografia: Doutora em Ciência da Informação (1981) pela *Sheffield University*, onde também concluiu pós-doutorado (1990) como professora visitante. Em 1975 obteve o grau de mestre em Biblioteconomia pela *Emory University*, Atlanta, Georgia, EUA. Durante o mestrado fez especialização em Informação Biomédica. Participou da criação do curso de Biblioteconomia, onde lecionou por quase 30 anos. Participou da criação do mestrado (1978) e doutorado (1992) em Ciência da Informação da Universidade de Brasília (UnB), orientado dezenas de teses (com ênfase em gestão da informação, sistemas de informação para tomada de decisão, informação, inteligência, aprendizado e estratégia organizacional) e dissertações (com ênfase em ciência e gestão da informação, comportamento e busca informacional e planejamento de sistemas de informação). Participou da criação e coordenou o curso de Especialização em Inteligência Organizacional e Competitiva, desenvolvidos sob a iniciativa do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), em parceria com o Instituto Nacional de Tecnologia (INT), a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e a Universidade de Marseille III (França) de 2001 a 2005. Atuou como pesquisadora e consultora junto a vários órgãos públicos, entre os quais: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Centro de Gestão de Estudos Estratégicos (CGEE), Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI), Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), SEBRAE, Instituto Euvaldo Lodi (IEL), Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Participou de consultorias internacionais na Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS/OMS) e no Programa das Nações Unidas

para o Desenvolvimento (PNUD). Possui centenas de publicações científicas, com destaque para as obras *Análise da informação para tomada de decisão* (2015), *Aprendizado Organizacional* (2011), *Inteligência, informação e conhecimento em corporações* (2006), *Inteligência organizacional e competitiva* (2000), *Perfil do profissional da Informação no Brasil* (1997) e *Técnicas para a tomada de decisão nos Sistemas de Informação* (1995).

Endereço do Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7002572331091813>

Orcid: 0000-0002-4801-6293

LILLIAN MARIA ARAUJO DE REZENDE ALVARES

Vinculação institucional: Universidade de Brasília (UnB)

Breve biografia: Professora da Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília (UnB), desde 2006, onde ocupou os cargos de Coordenadora do Curso de Graduação em Museologia de abril de 2010 a abril de 2012 e do Curso de Graduação em Arquivologia (de outubro de 2018 a dezembro de 2020). Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação de junho de 2012 a janeiro de 2014. Pós-doutorado pela Escola Superior de Tecnologia e Ciências Experimentais da Universitat Jaume I, Espanha (2017) e pelo Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento na Universidade Federal de Santa Catarina (conclusão prevista para dezembro de 2021). Doutorado em Ciência da Informação pela Universidade de Brasília e em Sciences de l'Information et de la Communication pela Université de Toulon (em regime de cotutela) em 2010. Especialista em Inteligência Competitiva pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Instituto Nacional de Tecnologia (INT) e Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) em 2001. Mestre em Biblioteconomia pela Universidade de Brasília (1997) e Graduada em Engenharia Mecânica (1990) pela mesma universidade. As principais áreas de pesquisa são Gestão da Informação, Gestão do Conhecimento e Inteligência Organizacional e Competitiva.

Endereço do Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5541636086123721>

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8920-0150>

LUC MARIE QUONIAM

Vinculação institucional: Université de Toulon (Aposentado)

Possui graduação em Química Analítica e Proteção do Ambiente (Chimie Analytique & Protection de l'Environnement) pela Université Aix Marseille III (França) (1981). Graduação em Oceanografia (Océanologie) pela Université Aix Marseille III (1984). Mestrado em Oceanografia pela Université Aix Marseille II



(1985), Doutorado e Livre Docência em Ciência da Informação e da Comunicação (Science de l'Information et de la Communication) pela Université Aix Marseille III (1988). Foi professor titular da Université de Toulon e da Université Aix Marseille III, professor visitante da Universidade de São Paulo e professor visitante da Universidade Fernando Pessoa (Portugal). Tem larga experiência na área de inteligência competitiva, orientando diversas pesquisas de doutorado na Europa e no Brasil. Atualmente, residindo no Brasil, é docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Gestão da Informação e do Conhecimento (PPGIC) da Universidade São Judas Tadeu, São Paulo.

Endereço Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4754764003480925>

ORCID: 0000-0002-6333-6594

PATRICIA DE SÁ FREIRE

Vinculação institucional: Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Breve biografia: Docente do Departamento de Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina, doutora em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina. Líder do Grupo de Pesquisa Engenharia da Integração e Governança Multinível do Conhecimento e da Aprendizagem (ENGIN/UFSC) e membro do Núcleo de Inteligência, Gestão e Tecnologia para a Inovação (IGTI/UFSC) e do Grupo Aprendizagem e Memória Organizacional (KLOM UFSC). Editora executiva e científica do International Journal of Knowledge and Management (IJKEM). Autora de 7 livros e organizadora de outros seis, além de mais 300 artigos publicados em congressos nacionais e internacionais, revistas e capítulos de livros. As suas principais áreas de pesquisa são os novos modelos de engenharia da integração e da governança multinível do conhecimento e da aprendizagem organizacional e seus mecanismos de universidade corporativa em rede, de neoaprendizagem, de comunicação e liderança dialógica, de redes organizacionais de aprendizagem e de gestão colaborativa.

Endereço do Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0512122110804047>

Orcid: 0000-0002-9259-682X

ROBERTO CAMPOS DA ROCHA MIRANDA

Vinculação institucional: Câmara dos Deputados

Breve biografia: Especialista em Gestão de Pessoas no Setor Público pela Universidade Cândido Mendes (2011), Especialista em Psicologia Clínica-Psicanálise pela Universidade de Araraquara (2016), Mestre em Ciência da Informação pela Universidade de Brasília (1999) e Doutor em Ciências da Informação pela Universidade de

Brasília (2004). É Analista Legislativo da Câmara dos Deputados na área de Recursos Humanos, atuando no Centro de Documentação Informação e no Mestrado Profissional em Poder Legislativo. Tem por linha de pesquisa: inteligência organizacional e competitiva, cujo objetivo é propor e discutir a teoria e a prática da área em sua interface com as áreas de ciência e gestão da informação, gestão do conhecimento, teoria administrativa e correlatas, com foco em informação numa abordagem multidisciplinar. Sua pesquisa avança em teoria e prática de universidades corporativas com ênfase em sua interface com a ciência e gestão da informação e inteligência competitiva. Elabora estudos sobre ensino e pesquisa na área de inteligência organizacional e competitiva com ênfase em sua multidisciplinaridade. Realiza estudos prospectivos e de planejamento estratégico utilizando técnicas da área e outras correlatas. Desenvolve glossários, linguagens documentárias e instrumentos de recuperação da informação em inteligência organizacional, gestão da informação e do conhecimento.

Endereço do Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9607439193331811>

Orcid: 0000-0003-2294-286X

WANDA APARECIDA MACHADO HOFFMANN

Vinculação institucional: Universidade Federal de São Carlos (UFSCAR)

Breve biografia: Professora Titular da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), vinculada ao Departamento de Ciência da Informação. Reitora da UFSCar (2016-2020), Diretora do Centro de Educação e Ciências Humanas da UFSCar (2008-2016). Professora Permanente do Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade e do Programa de Ciência da Informação e Professora Colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Ciência e Engenharia de Materiais da UFSCar. Pesquisadora do Núcleo de Informação em Ciência, Tecnologia, Inovação e Sociedade, e do Núcleo de Informação Tecnológica em Materiais da UFSCar. Membro do Conselho de Inovação Tecnológica da UFSCar. Atua em ciência da informação, gestão da informação e do conhecimento, gestão de unidades de informação, prospecção e monitoramento tecnológico, inteligência competitiva, desenvolvimento tecnológico, arranjos produtivos locais, informação em tecnologias industriais básicas. Ministra disciplinas na UFSCar nos cursos de Graduação de Biblioteconomia e Ciência da Informação, Ciência da Computação e Sistemas de Informação. Possui Graduação em Engenharia Metalúrgica pela Escola de Minas (1985) na Universidade Federal de Ouro Preto (MG), Mestrado em Engenharia dos Materiais (1992) na UFSCar e Doutorado em Ciência e Engenharia dos Materiais (1995) na UFSCar. Pós-Doutorado em tratamento termomecânico (1997) e Pós-Doutorado em prospecção de informação tecnológica (2001) na UFSCar.

Endereço do Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7609135667093837>

Orcid: 0000-0002-1359-1802





Vocabulário técnico utilizado no Brasil, na Era Digital, nas áreas da administração estratégica, gestão do conhecimento, gestão da informação e inteligência competitiva. Considerando a realidade da Era da Digital e seu intenso impacto no contexto externo e interno das organizações, este levantamento norteou-se por um referencial de quatro eixos temáticos, externo e interno. Em relação ao contexto externo, consideramos: a) a globalização, referente aos compromissos de sustentabilidade global, à economia digital, normas e ética; b) as tecnologias de informação e comunicação, atualmente permeando todas as atividades e processos organizacionais, ao oferecer suporte, técnicas e metodologias para execução dos processos informacional e administrativo; c) a sociedade da informação, destacando centralidade da informação no desenvolvimento econômico e social; e d) a sociedade do conhecimento, na qual o próprio conhecimento torna-se paradigma do desenvolvimento. No contexto interno consideramos: a) administração estratégica, nos seus aspectos conceituais da tomada de decisão, na inovação, com foco no cliente e nos detentores de interesse (*stakeholders*), bem como no posicionamento organizacional em nível local e global, b) a gestão da informação, com ênfase na importância do acesso à informação, seu desenvolvimento com o apoio da arquitetura informacional, visando o controle e recuperação por meio de sistemas específicos que garantam a segurança dos dados; c) a gestão do conhecimento, no que se refere ao desenvolvimento e compartilhamento do conhecimento por meio de redes sociais e internas organizacionais, visando o aprendizado ao longo da vida; d) a inteligência competitiva, focada na análise informacional em suporte à tomada de decisão, fazendo complementarmente uso de metodologias e tecnologias de *business intelligence* para criar valor e incentivar e facilitar a inovação. Os eixos externo e interno se realimentam e completam como pilares para a sustentabilidade da organização inteligente na Era Digital. Do ponto de vista processual, iniciou-se o levantamento de termos e expressões significativas a partir de um *corpus*, derivado de trabalhos publicados pelo Grupo de Pesquisa em Inteligência Organizacional e Competitiva da Universidade de Brasília (UnB). Essa base foi ampliada com o levantamento de termos publicados em glossários específicos, na produção científica qualificada, coletada na base *Scopus* e em anais de congressos das áreas da ciência da informação e administração estratégica, em especial nos anos de 2010 a 2021. Naturalmente, o vocabulário levantado constitui apenas um recorte seletivo da linguagem da Era Digital, permanentemente em evolução, considerando as contribuições e mutações das áreas em questão.



Apoio:



Organização
das Nações Unidas
para a Educação,
a Ciência e a Cultura

Realização:



MINISTÉRIO DA
CIÊNCIA, TECNOLOGIA
E INOVAÇÕES

