

TARAPANOFF, Kira (Org.) **Inteligência, informação e conhecimento em corporações**. Brasília: IBICT, UNESCO, 2006. ISBN: 85-7652-063-x

Regina Célia Baptista Belluzzo

Pode-se afirmar que, uma vez mais, as comunidades científica e corporativa estão contando com uma obra organizada pela Profa. Dra. Kira Tarapanoff (Universidade de Brasília – UNB), com notável qualidade e a mesma excelência que tem caracterizado suas contribuições.

Trata-se de livro que, desde o seu título “Inteligência, informação e conhecimento”, ensejar sua importância e atualidade para alunos de graduação e pós-graduação, professores, pesquisadores, gestores, empresários e empreendedores, enfim, todos aqueles que necessitam de conhecimentos básicos sobre várias áreas com foco em: ciência da informação, gestão da informação e do conhecimento e inteligência competitiva.

A obra está estruturada em quatro partes contendo dezenove capítulos, com o Prefácio, sendo também incluídos os currículos abreviados dos autores e um índice remissivo ao final.

A Parte I – Fundamentos- consiste em excelente referencial teórico e contém cinco capítulos, a maioria contemplando resultados de pesquisas de seus autores, a saber: 1 – *Informação Conhecimento e Inteligência nas Organizações* (estabelece relações entre as diversas disciplinas e abordagens relacionadas ao uso da informação para a construção do conhecimento e a criação da inteligência); 2 – *A problemática da Gestão do Conhecimento* (oferece uma discussão com o aprofundamento necessário à compreensão do escopo e relação entre a gestão do conhecimento e a gestão da informação); 3 – *Compartilhamento e Gestão do Conhecimento: profissionais da informação em um ambiente de confiança mútua* (ênfasis na necessidade do compartilhamento em organizações em ambiência pautada pela confiança); 4 – *Inteligência Competitiva (IC)* (estabelece contraponto entre diferentes visões e a importância da IC como diferencial de mercado para as organizações); 5 – *A dimensão social do conhecimento* (oferta de uma abordagem inovadora do desenvolvimento do conhecimento individual e social baseado em novos paradigmas da educação ao longo da vida, o apoio de tecnologias e a mediação de especialistas em informação).

Em sua **Parte II – Gestão da informação e do Conhecimento nas Organizações**-apresenta uma contextualização das abordagens descritas na parte anterior, distribuída em quatro capítulos: 1 – O conhecimento e sua gestão nas organizações (busca oferecer uma visão geral acerca da gestão do conhecimento nas organizações e como essa forma de gestão se interrelaciona com a gestão da documentação/informação); 2- *A organização diante da evolução das Tecnologias de Informação e Comunicação* (aborda as novas formas de organizações decorrentes de plataformas tecnológicas inovadoras e que estão surgindo no cenário social atual – as redes orgânicas e colaborativas e suas formas de superar restrições e limitações de tempo e espaço); 3 – Gestão do Conhecimento Estratégico: Proposta de Modelo (síntese dos aspectos mais importantes relacionados à gestão do conhecimento estratégico, indicando diferentes metodologias a serem adotadas, com ênfase em uma proposta de aplicação em contexto empresarial.); 4 – *Aprendizado Organizacional: Panorama da Educação Corporativa no Contexto Internacional* (visão internacional acerca do desenvolvimento da educação corporativa, em especial a americana, procurando destacar diferentes experiências e inclusive a brasileira, ressaltando esse fator como uma forte tendência para apoiar e administrar as ações da gestão do conhecimento estratégico nas organizações).

Na **Parte III-Modelagem e Estruturação de Informações na Gestão do Conhecimento**- é demonstrada a preocupação com o “como fazer” da gestão da informação e do conhecimento, oferecendo uma visão prática em termos de concepção, modelagem de dados, informação e conhecimentos com o uso de plataformas tecnológicas, por meio de cinco capítulos: 1 – *Modelos e Conhecimentos* (aborda a possibilidade da transformação da realidade em conhecimento, demonstrando como o entendimento das partes envolvendo realidades diversas é importante nesse processo); 2 – *Arquitetura da Informação* (procura demonstrar que essa área consiste em representação de novas relações sociais mediadas por tecnologias e de processos centrados nos usuários, mostrando sua relação com a gestão do conhecimento, no sentido da definição de estratégias para a transformação da análise de dados; 3 - *Sistemas de Conhecimentos e as relações com a Gestão do Conhecimento e com a Inteligência Organizacional nas empresas privadas e nas organizações públicas* (analisa os sistemas de conhecimentos e suas relações com a gestão do conhecimento e com a Inteligência Organizacional, sendo que sua conclusão reitera a importância da existência de modelo integrado; 4 – *Memória Organizacional e*

Gestão do Conhecimento (trata dos registros do conhecimento corporativo e de sua gestão enquanto instrumento de apoio ao processo de compartilhamento e reutilização do conhecimento individual e coletivo); 5- *Redes de Informação e de Gestão do Conhecimento* (aborda conceitos novos da ciência da informação, das tecnologias e de ferramentas de informática) aplicáveis às bibliotecas e centros de documentação e de informação, em especial, com relação às bases de dados e a recuperação de informações.

Quanto à **Parte IV – Métodos, Técnicas e Softwares** - compreende a exemplificação de métodos, técnicas e software de aplicação prática com a gestão da informação e do conhecimento, apresentada em quatro capítulos: 1 – *Bibliometria e os Softwares Matheo Analyzer e o Matheo Patent* (oferece uma visão geral acerca da análise bibliométrica e infométrica enquanto métodos da extração e conhecimento novo a partir de bases de dados bibliográficas e de patentes e sua importância para a Inteligência competitiva); 2 – *Infotrans 4.0: diferencial na conversão de dados* (descreve a utilização desse software como instrumento de reformatação e reconversão de bases de dados em formato ASCII); 3 – *Técnicas de eliminação do conhecimento tácito; uma avaliação comparada* (com sustentação na base teórica da criação do conhecimento, são indicadas técnicas de elicitação do conhecimento tácito, estabelecendo as suas características mais expressivas); 4- *Marketing Inteligente* (tem como foco o processo que tem no cliente a sua atenção central na captação de informação e conhecimento, o que revela a importância do estreitamento de ações de relacionamentos nas organizações).

Ressalta-se, finalmente, a riqueza de informações que os autores oferecem nas várias notas de rodapé e nas referências que se encontram ao final de cada capítulo. Espera-se que esta contribuição possa servir de elo entre a academia e a prática, considerando-se a sua modernidade e a oferta de novas propostas de reflexão e utilização efetiva da informação, conhecimento e da inteligência coletiva nas organizações, o que inclui as unidades de informação no contexto nacional, criando facilidades à compreensão de sua função social na chamada *Sociedade da Informação*.

Regina Célia Baptista Belluzzo

Editora da RBBB/FEBAB

Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Midiática- FAAC- Bauru/UNESP

E-mail: rbelluzzo@gmail.com