

Investigación en Información, Documentación y Sociedad

Perspectivas y tendencias

Volumen 2

**Aurora Cuevas-Cerveró
María Teresa Fernández-Bajón**

(coords.)

**Sonia Sánchez-Cuadrado
Elmira Simeão**

Aurora Cuevas Cerveró
Sonia-Sánchez-Cuadrado
M^a Teresa Fernández Bajón
Elmira Simeão
(Coordinadoras)

Investigación en Información, documentación y sociedad. Perspectivas y tendencias

VOLUMEN 2

MADRID
2017

© Los respectivos autores
© De la presente edición: Universidad Complutense de Madrid
Facultad de Ciencias de la Documentación <http://documentacion.ucm.es/>
Departamento de Biblioteconomía y Documentación
C/ Santísima Trinidad, 37.
28010 Madrid. España. 2017
ISBN: 978-84-617-6684-0

Diseño de portada: Pablo Parra Valero. UCM

Maquetación: Sonia Sánchez, Pablo Parra, Julián Ochoa, Mario Estudillo, Álvaro Gómez de Zamora y Brenda Siso



Los textos e imágenes publicados en esta obra están sujetos –excepto que se indique lo contrario– a una licencia de Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual (BY-NC-SA) v.3.0 España de Creative Commons. Por tanto, la obra se puede copiar, reproducir, distribuir, remezclar, transformar o comunicar públicamente en cualquier medio o formato, siempre que se cite al autor y a la fuente (UCM. Universidad Complutense de Madrid), y siempre que la obra derivada quede sujeta a la misma licencia y que se haga sin fines comerciales o ánimo de lucro. La licencia completa se puede consultar en: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/es/>

TRAJETÓRIAS TERMINOLÓGICAS RELACIONADAS À INTELIGÊNCIA COMPETITIVA

Kira Tarapanoff, Marta Valentin, Lilian Álvares

Universidade de Brasília – Universidade Estadual Paulista - IBICT

Resumo

Propõe discutir a terminologia acerca dos termos inteligência competitiva, inteligência de negócios, inteligência econômica, inteligência empresarial, inteligência organizacional, inteligência competitiva organizacional, prospecção informacional, monitoramento informacional e vigilância informacional. A terminologia de cada área evolui devido à necessidade de especialistas em um campo se comunicar com precisão e concisão. Mesmo estes, podem usar termos e conceitos indistintamente, quando de fato, há polissemias que precisam ser reconhecidas, não apenas na tradição de uso de vários países, como também nos próprios conceitos delimitadores. Da mesma maneira, serão identificadas as expressões sinônimas que apenas retratam a riqueza dos idiomas. É obrigação de quem atua em um campo específico, usar termos técnicos precisos, reconhecer suas definições, documentá-los e disseminá-los. A metodologia será baseada no estudo da literatura da área, incluindo os conceitos também especificados em dicionários e glossários. Os objetos terminológicos serão analisados à luz da Teoria Comunicativa da Terminologia, de Cabré, especialmente pelo Princípio da Poliedricidade do Termo, que afirma que as unidades terminológicas devem ser estudadas sob a perspectiva social, a perspectiva cognitiva e a perspectiva linguística. O estudo será limitado à investigação terminológica em países de idioma anglo-saxão e em países de língua latina. Os resultados esperados incluem o refinamento e padronização dos termos especializados, apoiando a consolidação da linguagem especializada da área, com seus significados singulares e cujo objetivo é garantir que a comunicação se realize de maneira compreensível e sem ambiguidades em ambientes mono ou multilíngues.

Palabras-chave: Inteligência Competitiva. Termos e Conceitos. Teoria da Comunicação Terminológica.

Abstract

Intends to discuss the terminology related to the terms competitive intelligence, economic intelligence, business intelligence, organizational intelligence, organizational competitive intelligence, informational prospection, informational scanning, and informational surveillance. The terminology of each area evolves because of the need of experts in a field to communicate with precision and conciseness. Even these may use terms and concepts indistinctly, when in fact there is polysemy which needs to be recognized, not just in tradition of use in several countries, but also within the own delimitation of concepts. Likewise, the synonymous expressions that only portray the richness of languages will be identified. It is the obligation of those who work in a specific field, use precise technical terms, provide definitions, document and disseminate them. The methodology will be based on the study of the pertinent literature, including the concepts also specified in dictionaries and glossaries, especially regarding the general use of the terms. The terms objects of this study will be analyzed in the light of the Terminological Communication Theory of the author Cabre, specifically under the Principle of Poliedricity. Principle which analyses the terms under a social, cognitive and linguistic perspectives. The study will be

limited to terminological research in Anglo-Saxon and Latin speaking countries. The expected results will include the refinement and standardization of specialized terms, supporting the consolidation of the specialized language of the area, with their unique meanings with the objective is to ensure that communication takes place in a comprehensible and unambiguous way in mono or multi-lingual environments.

Keywords: Competitive Intelligence. Terms and Concepts. Terminology Communication Theory.

1. INTRODUÇÃO

Inteligência organizacional, inteligência competitiva organizacional, inteligência competitiva, inteligência econômica, inteligência empresarial, inteligência de negócios, prospecção informacional, monitoramento informacional e vigilância informacional, afinal o que há de comum a todos esses termos e qual o significado de cada um? Pode-se afirmar que todos estes termos pertencem a uma linguagem com um propósito específico, que é usada para discutir um determinado campo do conhecimento especializado. Tipicamente, esse tipo de linguagem, diferente da linguagem geral, contém um número de termos que podem ser combinados de um modo específico. Em resumo, possui um vocabulário especializado acessível apenas aos conhecedores da área (ou áreas) (Corcodel & Corcodel 2014, p.122). O vocabulário especializado é, claramente, uma característica importante do que se pode denominar de linguagem de especialidade ou linguagem especializada.

A especificidade das linguagens de especialidade ou especializadas, por isso mesmo, restringe seu uso aos conhecedores de determinado conjunto de códigos e expressões, muitas vezes não conhecido por outros sujeitos, pois as línguas de especialidades são aquelas criadas e comunicadas entre membros possuidores de um conhecimento específico. Caracterizam-se por se constituírem em uma linguagem própria, que a distingue da linguagem natural, e que não é do conhecimento geral. Trata de conjuntos de palavras e expressões, seja por temática, experiência, âmbito de uso ou de usuários de áreas específicas do conhecimento. Apresenta-se como um conjunto de características inter-relacionadas e não como fenômeno isolado. Cabré (1993, p.135) defende que acima de outras funções complementares, mantém a função comunicativa como a predominante.

Fazer-se entender é, sem dúvida, o caráter social da linguagem. É obrigação de quem atua em um campo específico, usar termos técnicos precisos, reconhecer suas definições, documentá-los e disseminá-los. Várias teorias foram criadas para definir as palavras e expressões dos vocabulários especializados. Nessa perspectiva, enfoca-se o caráter comunicativo dessas linguagens. A Teoria Comunicativa da Terminologia (TCT) não considera os termos como unidades isoladas que constituem seu próprio sistema, mas sim os considera como unidades, que se incorporam no léxico de um falante no momento em que este adquire o know how de especialista por meio da aprendizagem do conhecimento especializado (Cabré 1999). Articula-se baseada na valorização dos aspectos comunicativos das linguagens especializadas em detrimento dos propósitos normalizadores, bem como na compreensão de que as unidades terminológicas formam parte da linguagem natural e da gramática das línguas (Krieger & Finatto 2004, p.35).

De modo pontual pode-se reconhecer dois conceitos diferenciados de linguagens especializadas: especialização por temática e especialização por características especiais em que se desenrola o intercâmbio da informação (Cabré 1993, p.135).

1.1 ESPECIALIZAÇÃO POR TEMÁTICA

Concentrando-nos no aspecto temático dos termos relacionados às expressões supracitadas no primeiro parágrafo, nota-se que os termos recorrentes são inteligência (inteligência competitiva, inteligência de negócios, inteligência econômica, inteligência empresarial, inteligência organizacional, inteligência competitiva organizacional), e o termo informação/informacional (monitoramento informacional, vigilância informacional e prospecção informacional).

Começando pela palavra mais abrangente 'informação' em português (Houaiss 2001, p.1615), e em inglês 'information', no sentido de conhecimento comunicado¹. O uso da palavra indica uma perspectiva

¹ Simpson, JA & Weiner, ESC 1989, The Oxford English Dictionary, 2nd. edn. Clarendon Press, Oxford University Press.

específica, a partir da qual o conceito de comunicação² do conhecimento³ tem sido compreendido e utilizado na linguagem comum.

O conceito moderno de informação compreendido como sendo a comunicação do conhecimento, inclui também uma visão moderna de conhecimento empírico compartilhado por uma comunidade científica (Capurro & Hjørland 2007, p.173). Esta perspectiva inclui características como novidade e relevância, referindo-se ao processo de transformação do conhecimento e, particularmente, à seleção e interpretação dentro de um contexto específico (Capurro & Hjørland 2007, p.150).

Optando pela designação mais consagrada na literatura internacional, considera-se que o contexto específico em que se desenvolve a linguagem de especialidade da qual está se tratando, é o da inteligência competitiva. O tipo de atividade realizada por esta área, como para as demais ciências ou disciplinas, é a produção de conhecimento e desenvolvimento de teorias para a sua área de atuação. Há uma dependência teórica dos termos a serem definidos na linguagem de especialidade. E, as definições a serem designadas a seus termos dependem das funções dadas a eles dentro das respectivas teorias (Capurro & Hjørland 2007, p.152).

Na linguagem geral da língua portuguesa, o termo inteligência é definido como: faculdade de conhecer, compreender e aprender (Houaiss 2001, p.1630). Também é entendida como informação de alto nível, processada e explorada⁴. A informação se constitui na base do processo de inteligência competitiva, cujo escopo consiste na análise das necessidades de informação de uma organização e na avaliação de sua disponibilidade (Queyras & Quoniam 2006, p.78).

Quanto à definição do termo inteligência, sob o ponto de vista teórico da IC, esta se situa no contexto das organizações ou corporações e se desenvolve no âmbito do planejamento estratégico e da tomada de decisão. A criação da inteligência está indissociavelmente relacionada com a criação de conhecimento. Sua atividade é complexa, pois, sob um enfoque sistêmico, o conhecimento pode sofrer vários tipos de problemas. Entre eles a ambiguidade, a complexidade, a incerteza e a ambivalência. “Pode haver ambiguidade, porque a informação depende do ambiente e do contexto em que foi coletada. Configura-se a complexidade, quando é necessário multiplicar as representações de um fenômeno para conhecer suas múltiplas facetas e representações, elaborada a partir das informações coletadas. Existe a incerteza, quando não for possível determinar com precisão a origem e, portanto, a validade da informação. E, enfim, pode haver ambivalência, quando for impossível conhecer o sentido exato da informação” (Queyras & Quoniam 2006, p.78).

Inteligência pode ser conceituada como “a habilidade de capturar, compartilhar e extrair significado de sinais da ambiência externa que possam afetar de forma positiva ou negativa a organização e sua sobrevivência institucional” (Haeckel & Nolan 1993).

1.2 ESPECIALIZAÇÃO POR CARACTERÍSTICAS ESPECIAIS

Neste trabalho, enfocam-se as características especiais em que se desenrola o intercâmbio da informação na área de inteligência competitiva. Esta área temática se desenrola especificamente no âmbito das organizações de todos os tipos, tanto as sociais quanto as com fins lucrativos. O âmbito de atuação da IC vincula-se à tomada de decisão nas organizações que, por sua vez, sofrem grande influência do meio que as circundam, levando em conta sua sobrevivência institucional e sua finalidade social⁵ e econômica.

² Em sua abordagem sobre sistemas sociais, Luhman (1987, p.193-194) explica que ‘comunicação’ é a união de oferta de significado (em alemão Mitteilung), escolha (em alemão: information) e compreensão (em alemão: Verstehen).

³ “Tem sido extremamente interessante observar como o conceito de informação está intimamente ligado a visões sobre o conhecimento” (Capurro & Hjørland 2007, p.159).

⁴ Intelligence is high-level, processed, exploitable Information. http://www.institute-for-competitive-intelligence.com/download/Intelligence%20Glossary%20_US_.pdf. Acesso em 29.08.2016

⁵ Na finalidade social incluímos não apenas os seus clientes e usuários, mas também sua responsabilidade de impacto sobre o meio ambiente.

2. METODOLOGIA PARA A DEFINIÇÃO DA LINGUAGEM ESPECIALIZADA DE IC

Buscando uma padronização mínima na linguagem de especialidade em IC, foram selecionados para sua conceituação, alguns termos e expressões mais comumente utilizados. A saber: inteligência organizacional e inteligência competitiva organizacional; inteligência competitiva; inteligência econômica; inteligência empresarial; inteligência de negócios; prospecção informacional; e monitoramento informacional e vigilância informacional. Termos estes usados de modo recorrente com significados idênticos ou superpostos.

Estes termos serão analisados utilizando o princípio da poliedricidade do termo que, afirma que as unidades terminológicas são unidades terminológicas poliédricas, pois integram ao mesmo tempo aspectos: linguísticos, cognitivos e sociais (Cabré, 1999). Do ponto de vista linguístico, os padrões ISO 704 (2000) e 1087-1 (2000) afirmam que termos são designações de conceitos, em que 'termo' é a designação verbal de um conceito (definição) em um domínio específico. Portanto, a definição ou conceito é a representação mental de um objeto, e que, somado a um elemento lexical que o denomina, forma o 'termo'. Saussure (1992) se refere a 'termo' como signo linguístico, uma unidade de conhecimento composta por um conceito (significado) e por um elemento lexical que o nomeia. Neste trabalho, adota-se sob a perspectiva linguística, a designação ou conceituação dos termos, objeto de definição, sob a orientação de significante ou definidor, e sua conceituação, significado ou definidor. Ainda sob o ponto de vista linguístico, os termos serão definidos como produto, como processo e quanto à sua finalidade. Sempre que possível se dará a designação na língua inglesa, francesa e espanhola. As definições se basearão na revisão 'narrativa' da literatura⁶.

Sob a perspectiva cognitiva⁷ o campo em estudo se limitará à linguagem especializada da área de inteligência competitiva. Cabré (1999) alerta para o fato de que uma particularidade das linguagens utilizadas por especialistas é a impreterível precisão da informação comunicada. Para que tal precisão seja consolidada são necessários instrumentos que zelem pela não ambiguidade do discurso especializado. Neste caso, e respondendo à orientação da Teoria Comunicativa da Terminologia, é preciso também adotar uma teoria do conhecimento, que explique como se conceitualiza a realidade da área especializada em estudo.

Sob a perspectiva social, considera-se que os primeiros passos para uma padronização terminológica da área de inteligência organizacional têm em si uma contribuição e impacto relevante para o estudo da área. No entanto, vale lembrar que os termos de uma linguagem especializada são oriundos de contextos sociais e, portanto, podem ser designados por mais de um termo e, ainda, sofrer variações ao longo do tempo, bem como em relação a todo o tipo de fenômeno e evolução social. É preciso levar em consideração a dinamicidade da linguagem especializada, sua progressão semântica. A TCT considera que as variações podem ocorrer numa área de especialidade devido a diferentes situações e comunicações (Cabré 1993, p.213)⁸.

⁶ A 'revisão narrativa' não utiliza critérios explícitos e sistemáticos para a busca e análise crítica da literatura. A busca pelos estudos não precisa esgotar as fontes de informações. Disponível em: <<http://www.fca.unesp.br/Home/Biblioteca/tipos-de-evisao-de-literatura.pdf>>. Acesso em: 27 ago. 2016.

⁷ **Cognitivo** é uma expressão que está relacionada com o **processo de aquisição de conhecimento** (cognição). Podemos dizer que diz respeito também à produção de conhecimento, sua evolução e desenvolvimento de teorias para aos vários campos de estudo.

⁸ "Si analizamos la relación entre la forma y el contenido de un lexema (especializado o no), observamos que la correspondencia entre ambas partes no suele ser unívoca sino múltiple" (Cabré 1993, p.213).

3. LINGUAGEM ESPECIALIZADA EM IC: O SIGNIFICADO DOS TERMOS

Conforme especificado na metodologia, para a análise dos termos propostos adotou-se o princípio da poliedricidade integrando a perspectiva linguística, cognitiva e social, cujas dimensões que se inter-relacionam. Considera-se que o aspecto linguístico é a própria linguagem (geral, origem etimológica e especializada), a dimensão cognitiva é o conhecimento que se tem sobre a matéria (revisão de literatura, conceituações, relações entre conceitos) e a dimensão social é a comunicação normalizada.

3.1 INTELIGÊNCIA COMPETITIVA

3.1.1 PERSPECTIVA LINGUÍSTICA

No que tange aos aspectos linguísticos destaca-se a etimologia da palavra 'inteligência' originária do Latim 'intellegentia', cujo significado se refere a "faculdade de compreender", "rapidez de apreensão mental" (Cunha 2010, p.361). Quanto a etimologia da palavra 'competir' também originária do Latim 'competer'/'competere' que significa "disputar, rivalizar" (Cunha 2010, p.166).

Em relação a linguagem geral contemporânea, a definição de 'inteligência' se relaciona a "capacidade de compreender e resolver novos problemas e conflitos e de adaptar-se a novas situações" (Houaiss 2009). Competitivo é "relativo a ou ao que encerra competição [...] que compete; que participa de competição" (Houaiss 2009). Na língua inglesa o termo é similar 'competitive intelligence', assim como na língua francesa 'intelligence compétitive'.

Observa-se que o termo inteligência competitiva está imbricado a capacidade de o indivíduo compreender o contexto em que está inserido, no intuito de tomar decisões que resolvam problemas e possibilite adaptar-se às novas situações.

A inteligência competitiva (IC) pode ser compreendida sob dois enfoques, o primeiro como uma ferramenta aplicada em um determinado contexto, ou seja, com começo, meio e fim. Em geral isso ocorre, quando a organização estabelece um objetivo específico a ser atingido e, ao atingi-lo, encerra a aplicação das atividades de inteligência. O segundo enfoque se refere a IC ser compreendida como um processo organizacional e, neste caso, as atividades de IC são formalizadas e incorporadas na estrutura da organização como qualquer outro processo, sendo ajustado quando necessário.

Nessa perspectiva, evidencia-se que algumas áreas como, por exemplo, a área de Marketing compreende a IC como uma ferramenta que é usada com fins específicos, cuja aplicação é direcionada e finalizada ao se obter o resultado desejado. Por outro lado, a área de Ciência da Informação compreende a IC como um processo contínuo e complexo que, estabelece inter-relações de maneira a gerar inteligência para a organização, na medida em que cria estratégias de ação para cenários futuros (Cervantes et al. 2010, p.49).

Prior (2009) explica que a IC se refere a um programa sistemático para a coleta, análise e gerenciamento de dados, informações e conhecimento sobre o ambiente de negócios em que a organização está inserida, visando obter vantagem competitiva, corroborando com a compreensão de que a IC é um processo.

Outro aspecto evidenciado se refere a ética para a obtenção de dados, informações e conhecimento, conforme preconiza a Strategic and Competitive Intelligence Professionals (SCIP): "[...] processo legal e ético de coleta e análise de informações sobre as organizações concorrentes, a fim de subsidiar a organização no processo decisório para atingir seus objetivos" (SCIP s.d., tradução nossa).

A literatura sobre IC começa a aparecer entre 1960-1970, mas segundo Prescott (1999), não era significativa do ponto de vista quantitativo. A partir da Década de 1980, a literatura sobre IC no contexto organizacional cresce significativamente, enfocando sua aplicação em organizações empresariais de grande porte. Na Década de 1990 a literatura sobre IC é ampliada, uma vez que seu enfoque inclui outros aspectos até então não contemplados, relacionando-a à gestão da informação e à gestão do conhecimento.

Prescott (1999) define inteligência competitiva como um processo que contempla todos os aspectos que envolvem a dinâmica do mercado, visando aumentar a vantagem competitiva da organização e, para tanto, inclui as ações e reações dos concorrentes, fornecedores, clientes, parceiros e potenciais concorrentes, bem como fatores subliminares ao mercado, tais como a regulamentação governamental e a cultura de um país.

3.1.2 PERSPECTIVA COGNITIVA

A inteligência competitiva (IC) pode ser compreendida sob dois enfoques, o primeiro como uma ferramenta aplicada em um determinado contexto, ou seja, com começo, meio e fim. Em geral isso ocorre, quando a organização estabelece um objetivo específico a ser atingido e, ao atingi-lo, encerra a aplicação das atividades de inteligência. O segundo enfoque se refere a IC ser compreendida como um processo organizacional e, neste caso, as atividades de IC são formalizadas e incorporadas na estrutura da organização como qualquer outro processo, sendo ajustado quando necessário.

Nessa perspectiva, evidencia-se que algumas áreas como, por exemplo, a área de Marketing compreende a IC como uma ferramenta que é usada com fins específicos, cuja aplicação é direcionada e finalizada ao se obter o resultado desejado. Por outro lado, a área de Ciência da Informação compreende a IC como um processo contínuo e complexo que, estabelece inter-relações de maneira a gerar inteligência para a organização, na medida em que cria estratégias de ação para cenários futuros (Cervantes et al. 2010, p.49).

Prior (2009) explica que a IC se refere a um programa sistemático para a coleta, análise e gerenciamento de dados, informações e conhecimento sobre o ambiente de negócios em que a organização está inserida, visando obter vantagem competitiva, corroborando com a compreensão de que a IC é um processo.

Outro aspecto evidenciado se refere a ética para a obtenção de dados, informações e conhecimento, conforme preconiza a Strategic and Competitive Intelligence Professionals (SCIP): “[...] processo legal e ético de coleta e análise de informações sobre as organizações concorrentes, a fim de subsidiar a organização no processo decisório para atingir seus objetivos” (SCIP s.d., tradução nossa).

A literatura sobre IC começa a aparecer entre 1960-1970, mas segundo Prescott (1999), não era significativa do ponto de vista quantitativo. A partir da Década de 1980, a literatura sobre IC no contexto organizacional cresce significativamente, enfocando sua aplicação em organizações empresariais de grande porte. Na Década de 1990 a literatura sobre IC é ampliada, uma vez que seu enfoque inclui outros aspectos até então não contemplados, relacionando-a à gestão da informação e à gestão do conhecimento.

Prescott (1999) define inteligência competitiva como um processo que contempla todos os aspectos que envolvem a dinâmica do mercado, visando aumentar a vantagem competitiva da organização e, para tanto, inclui as ações e reações dos concorrentes, fornecedores, clientes, parceiros e potenciais concorrentes, bem como fatores subliminares ao mercado, tais como a regulamentação governamental e a cultura de um país.

3.1.3 PERSPECTIVA SOCIAL

Uma das primeiras referências sobre a IC pode ser encontrada no livro do Sun Tzu “A Arte da Guerra”, cujos ensaios foram escritos por volta de 500 a.C. e se constituiu na base para distintas aplicações no contexto militar. Segundo Prescott (1999), a IC passa a ser desenvolvida no âmbito da segurança nacional, cuja origem remonta à II Guerra Mundial e está relacionada a Ciência Política e, mais recentemente, a IC passa a ser desenvolvida em ambientes organizacionais, visando o estabelecimento de diferenciais em um mundo internacionalizado altamente competitivo.

No contexto organizacional, Prescott (1999) explica que a IC se desenvolveu significativamente na Década de 1980, cujo enfoque era voltado à análise da concorrência. Evidencia-se que, justamente por esta razão, inicialmente a IC era compreendida como uma ferramenta aplicada apenas no que tange a análise da concorrência e do mercado (marketing), cuja compreensão se altera através da evolução das pesquisas realizadas sobre o tema de ‘ferramenta’ para ‘processo’.

A IC é fundamental para organizações inovativas, uma vez que subsidia os sujeitos organizacionais com dados, informações e conhecimento essenciais para a tomada de decisão e o ajuste de estratégias que propiciem os diferenciais de inovação voltados à obtenção de vantagem competitiva no mercado em que atuam. Assim, a IC agrega significativo valor ao processo de inovação, proporcionando segurança no que tange aos investimentos necessários às modificações incrementais ou radicais.

Destaca-se também a formação de profissionais especializados em IC, essencial para as organizações contemporâneas. Nessa perspectiva, o mundo do trabalho requer competências e habilidades direcionadas ao desenvolvimento e aplicação da inteligência nas atividades e tarefas desempenhadas pelos sujeitos organizacionais.

Considerando a perspectiva cognitiva se normaliza o conceito de IC como se segue: Inteligência Competitiva: processo contínuo de coleta, análise e gerenciamento de dados, informações e conhecimento sobre o ambiente de negócios em que a organização está inserida, visando obter vantagem competitiva.

3.2 INTELIGÊNCIA COMPETITIVA ORGANIZACIONAL / INTELIGÊNCIA ORGANIZACIONAL

3.2.1 PERSPECTIVA LINGUÍSTICA

A palavra ‘organização’ é derivada de a junção do verbo ‘organizar’ + ‘ção’, cuja origem é do Francês ‘organizer’ que, por sua vez, se origina do Latim ‘organizo’ = ‘dotar de uma estrutura’ (Cunha 2009, p.463). Em relação a linguagem geral contemporânea, a definição de ‘organização’ se relaciona ao “ato ou efeito de organizar(-se) [...] entidade que serve à realização de ações de interesse social, político, etc.; instituição, órgão, organismo, sociedade” (Houaiss 2009). Na língua inglesa o termo é similar ‘organizational competitive intelligence’ ou ‘organizational intelligence’, assim como na língua francesa ‘intelligence compétitive organisationelle’ ou ‘intelligence organisationelle’.

A inteligência competitiva organizacional (ICO) ou inteligência organizacional (IO) enfoca as capacidades de o indivíduo compreender o contexto interno [organização] e externo [mercado] em que está inserido, no intuito de tomar decisões que resolvam problemas e possibilite adaptar-se às novas situações, ou seja, o desenvolvimento de capacidades que propiciem a compreensão tanto de processos internos quanto externos que gerem inteligência para a organização.

3.2.2 PERSPECTIVA COGNITIVA

O termo 'inteligência organizacional' aparece pela primeira vez nos estudos de Wilensky⁹ (1967), entretanto, somente na Década de 2000 o conceito realmente se consolida. Os conceitos e definições evoluem naturalmente a partir das transformações que ocorrem na sociedade. No que tange a IC, observou-se que o processo não contemplava todos os elementos necessários à sua efetividade, evidenciando sua complexidade e, assim, outros elementos foram incorporados como, por exemplo, a cultura e a comunicação organizacional, revelando a necessidade de alterar o escopo de sua denominação, passando de 'inteligência competitiva' para 'inteligência competitiva organizacional', na tentativa de abranger os aspectos supracitados. A cultura e a comunicação organizacional envolvem tantos elementos do ambiente organizacional que, exigiram uma nova compreensão sobre a IC, qual seja, compreendê-la como um modelo de gestão.

Nessa perspectiva, o conceito 'inteligência competitiva organizacional' evolui para 'inteligência organizacional' (IO), conforme explica Prior (2009, tradução nossa): “[...] inteligência organizacional é um termo amplo que abrange a inteligência de negócios e a inteligência competitiva, bem como os elementos que são inerentes as operações globais, como a segurança corporativa e a contra inteligência”.

Para Cervantes et al. (2010, p.51) a ICO se refere a “Capacidade de uma corporação como um todo de reunir a informação, inovar, criar conhecimento e atuar efetivamente baseada no conhecimento que ela gerou”. IO se refere a capacidade de a organização compreender e valorizar os conhecimentos relevantes ao negócio gerados tanto internamente quanto externamente, ou seja, é a capacidade intelectual de os sujeitos organizacionais potencializarem os pontos fortes e amenizarem ou resolverem os pontos fracos no intuito de a organização responder às mudanças e à complexidade do ambiente. Para tanto, a IO abrange desde a capacidade de os sujeitos organizacionais darem sentido as situações complexas e agirem de maneira eficaz para interpretar os eventos relevantes, inclui a capacidade de apropriação, geração, compartilhamento e uso de conhecimentos relevantes para o negócio, bem como a capacidade de refletir e aprender com as experiências vivenciadas (Veryard 2012).

Destaca-se, assim, que a IO é compreendida como um modelo de gestão, envolvendo a cultura e comunicação organizacional, a aprendizagem organizacional, a gestão da informação e a gestão do conhecimento, portanto, diferentes elementos e aspectos do ambiente organizacional, tornando a IO um modelo de gestão que deve envolver todos os níveis organizacionais.

3.2.3 PERSPECTIVA SOCIAL

Aspectos sociais e circunstanciais influíram significativamente para a consolidação do termo “inteligência organizacional”, cuja compreensão está relacionada a geração de conhecimentos, competências e capacidades internas. O capital intelectual ou ativo intangível passa a ser valorizado no contexto organizacional, cujo valor imaterial é essencial para a inovação e o estabelecimento de diferenciais competitivos. O ambiente de aprendizagem se constitui na base da inteligência organizacional.

Segundo Kiel (2009) a crescente complexidade da condição humana e dos sistemas sociais presentes na contemporaneidade exigem percepções, compreensões e ações capazes de lidarem com os desafios que se apresentam. Nessa perspectiva, a inteligência organizacional se insere na complexidade, abrangendo desde a cultura e a comunicação organizacional até o desenvolvimento de competências essenciais nos sujeitos que nela atuam.

⁹ Wilensky, HL 1967, *Organizational intelligence: Knowledge and policy in government and industry*, 2nd.edn. Basic Books, 226 p.

A complexidade estabelece inter-relações entre os contextos organizacional, econômico, tecnológico, político e social, influenciando significativamente na geração de inteligência organizacional. Desenvolver competências nos sujeitos organizacionais para perceberem a complexidade do ambiente passa a ser determinante para a geração de diferenciais competitivos.

Considerando a perspectiva cognitiva se normaliza o conceito como se segue: Inteligência Competitiva Organizacional ou Inteligência Organizacional é um modelo de gestão que envolve a cultura e a comunicação organizacional, no intuito de propiciar espaços de aprendizagem para o desenvolvimento de competências essenciais aos sujeitos organizacionais, visando a geração de diferenciais competitivos para a inovação e a competitividade organizacional.

3.3 INTELIGÊNCIA ECONÔMICA

3.3.1 PERSPECTIVA LINGUÍSTICA

A expressão inteligência econômica não está dicionarizada na linguagem geral. Aqui se considera o termo que qualifica a 'inteligência', a palavra 'econômica'. Definida na linguagem geral como 'arranjo ou modo de operar algo'. Etimologicamente se constitui no feminino substantivo do adjetivo 'econômico' em analogia com 'semântica', 'linguística', 'dialética', etc. (em que se subentende 'arte' ou 'ciência'). 'Econômico' por sua vez, entre várias definições, selecionando as mais pertinentes ao contexto que examinamos, na linguagem geral significa: 1) 'respeitante à economia', 2) 'caracterizado pelo uso cauteloso, eficiente e ponderado dos recursos materiais', 3) 'que controla gastos, que evita desperdícios', 4) 'que gera economia, que reduz gastos' (Houaiss 2001, p.1097). Em uma tradução literal correspondentes em outras línguas são as expressões: 'economic intelligence' (inglês); 'intelligence économique' (francês); 'inteligencia económica' (espanhol).

3.3.2 PERSPECTIVA COGNITIVA

O termo "inteligência econômica" (intelligence économique) é estritamente francês. Em outros países utiliza-se o termo inteligência competitiva para o mesmo conceito (Dou 2011, p.315). A inteligência econômica (intelligence économique) aparece na França como estratégia de Estado, tendo em vista a preocupação com o desenvolvimento e proteção de seus agentes econômicos, do ponto de vista científico, tecnológico e de inovação.

O primeiro texto que fundamenta a temática surgiu no início dos Anos 1990, por meio do relatório Martre (1993-94), que a define como conjunto de ações coordenadas de busca, tratamento, distribuição e proteção de informação útil aos atores econômicos. "L'intelligence économique peut être définie comme l'ensemble des actions coordonnées de recherche, de traitement et de distribution en vue de son exploitation, de 'information utile aux acteurs économiques" (Martre 1994, p.11).

Esta concepção teve o mérito de sensibilizar os empreendedores franceses para que houvesse uma matriz política sobre informação econômica. O mesmo ocorrendo com um segundo relatório dirigido por Bernard Carayon (2003), intitulado 'l'intelligence économique, compétitivité et cohésion sociale'. Obra na qual é afirmada que a inteligência econômica deve ser, verdadeiramente, uma política pública abrangente, a cargo do Estado, de modo similar às políticas de saúde, ambientais e de segurança. Ela pode auxiliar os estados, as empresas, os territórios, associações e fundações a promover coletivamente seus interesses dentro dos novos espaços de regulamentação e normalização (Carayon 2003, p.11).

Os dois relatórios objetivaram apresentar diretrizes para o desenvolvimento de um modelo de governança, cujo objeto se refere a informação estratégica que, por sua vez, tem como finalidade a

competitividade e a segurança da economia e das empresas nacionais (Dou 2010, p.332-333)¹⁰. Dessa maneira, embora análoga à inteligência competitiva, a inteligência econômica é uma atividade organizada em nível nacional e não apenas em nível de empresa, como afirma Jakobiak (2001 p.11)¹¹.

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 e, assim, poder ajustar suas estratégias individuais e coletivas.

Em seus fundamentos operativos, a inteligência econômica pode ser definida tanto como um produto quanto como um processo. O produto é a informação e o conhecimento operacionais (a tomada de decisão) e também inteligência produzida. O processo é o conjunto de meios usados sistematicamente na aquisição, avaliação, tratamento, análise, e disseminação/comunicação da informação e do conhecimento operacionais.

Quanto às suas finalidades, estas podem servir de base para as seguintes funções: domínio (defesa e promoção) do know how científico-tecnológico e da segurança nacional; detecção dos riscos e das oportunidades no mercado interno e externo; entendimento das forças e fraquezas dos atores econômicos; definição de estratégias individuais e coletivas adequadas em nível nacional e, definição de estratégias de influência em apoio às ações (Clerk 1997).

Nas empresas, o termo inteligência econômica, é muitas vezes confundido com inteligência estratégica, (em francês *veille stratégique*). Entendida como uma atividade de antecipação prospectiva, um processo informational de longo prazo, pelo qual a empresa monitora sinais fracos de seu ambiente sócio-econômico, com a finalidade de identificar oportunidades e reduzir riscos face à incerteza (Lesca 1998).

A visão sistêmica da inteligência econômica propiciou seu desdobramento em 'inteligência territorial' (*intelligence territoriale*) ligada ao desenvolvimento regional e ao desenvolvimento de clusters e subclusters de produção (cadeias de valor). Inteligência territorial enfoca iniciativas locais, público/privadas, com intenso trabalho de cooperação entre as cadeias produtivas, ao nível da pequena indústria, de recursos naturais, do turismo, do artesanato, visando seu desenvolvimento e melhor posição competitiva. Sua definição pode ser apresentada de maneira sucinta como a "aplicação da inteligência econômica utilizada como meio de desenvolvimento regional" (Dou 2010, p.333). Alguns autores ampliam o escopo desta definição propondo que, o conceito de inteligência territorial inclua não apenas a eficácia econômica e a eficiência do modelo de desenvolvimento, mas inclua todas as dimensões que afetam o desenvolvimento sustentável (social, político, cultural e ambiental) (Girardot 2008).

3.3.3 PERSPECTIVA SOCIAL

Considerando a perspectiva cognitiva se normalizaram os conceitos como se segue: Inteligência econômica: conjunto de ações coordenadas de busca, tratamento, distribuição e proteção de informação útil aos atores econômicos, incluindo responsabilidades em nível de Estado, regiões e empresas. Inteligência territorial: aplicação da inteligência econômica utilizada como meio de desenvolvimento regional sustentável, em especial das pequenas empresas, focada em suas cadeias de valor, baseada na cooperação e em parcerias público-privadas.

3.4 INTELIGÊNCIA EMPRESARIAL

3.4.1 PERSPECTIVA LINGÜÍSTICA

¹⁰ "developper un mode de governance dont l'objet de l'information stratégique qui a pour finalité la compétitivité et la sécurité de l'économie (nationale) et des entreprises (nationales)".

¹¹ "l'intelligence économique, à l'opposé des autres types de veille est bien une organisation au niveau national et non plus uniquement au niveau de l'entreprise".

A expressão 'inteligência empresarial' não está dicionarizada na língua portuguesa. Deste modo, analisa-se o termo 'empresarial', adjetivo que caracteriza o termo inteligência. O termo 'empresarial' é relativo à empresa (organização) ou a empresário (entidade). A palavra 'empresa', por sua vez, se origina do Latim 'emprehendere', formado pelo prefixo 'em' + 'prehendere', que se iguala a 'capturar, pegar, levar diante de si, segurar' (Houaiss 2001, p.1128).

No Brasil utiliza-se a expressão 'inteligência empresarial' e, também, 'inteligência de negócios'. Seu equivalente em outras línguas é: *enterprise intelligence* (inglês), utilizada com o mesmo significado de *business intelligence* e, também, de *competitive intelligence*. Na língua espanhola aparece a expressão 'inteligencia empresarial'. Na França é utilizada a expressão 'inteligência econômica empresarial' (*intelligence économique d'entreprise*).

3.4.2 PERSPECTIVA COGNITIVA

Embora confundida com inteligência de negócios, *business intelligence* e inteligência competitiva, a inteligência empresarial possui significado próprio. Nessa perspectiva, apresenta-se seu diferencial.

Na literatura francesa a inteligência empresarial é entendida como 'inteligência econômica empresarial'. Define-se como a arte de detectar ameaças e oportunidades (do meio ambiente), coordenando a coleta, triagem, memorização, validação, análise e difusão da informação útil e estratégica para a empresa. Se constitui num ciclo informacional, cuja finalidade é a produção de informações estratégicas e táticas de alto valor agregado. Trata-se de um instrumento de conexão entre a ação e o conhecimento da empresa (Besson & Possin 2002).

Na literatura brasileira, a conexão entre ação e conhecimento empresarial também é enfatizado por Cavalcanti e Gomes (2001, p.56) quando definem o tripé da inteligência empresarial: 'conhecimento, inovação e empreendedorismo'. Estes elementos e sua sinergia constituem a inteligência empresarial. A ênfase dos autores na gestão do conhecimento e, também, na gestão da informação ocorre por meio do 'modelo de capitais do conhecimento'. Enfatizando duas dimensões de gestão: interna (capital estrutural, capital de relacionamento e capital intelectual); e a gestão externa ou ambiental do conhecimento (capital ambiental) (Cavalcanti & Gomes 2001, p.62). Definidos a seguir: 'capital ambiental' - conjunto de fatores que descrevem o ambiente em que a organização está inserida; 'capital intelectual' - capacidade, habilidade e experiência quanto ao conhecimento formal que os integrantes detêm e que agregam a uma empresa; 'capital estrutural' - conjunto de sistemas administrativos, conceitos, modelos, rotinas, marcas, patentes e sistemas de informática, que propiciam à organização funcionar de maneira efetiva e eficaz. Faz parte do capital estrutural a cultura da organização, a maneira como uma determinada organização faz funcionar o seu negócio; 'capital de relacionamento' - rede de relacionamentos de uma organização e seus colaboradores com seus clientes, fornecedores e parceiros (Cavalcanti & Gomes 2001, p.57-59).

Seu produto é o 'conhecimento empresarial'. Seu processo inclui a gestão interna dos 'capitais estrutural', de 'relacionamento' e 'intelectual'; e a gestão externa o 'monitoramento ambiental'. Tem como finalidade criar e desenvolver produtos e serviços na área de inteligência empresarial, com ênfase na gestão do conhecimento.

3.4.3 PERSPECTIVA SOCIAL

Considerando a perspectiva cognitiva se normalizou o conceito como se segue: Inteligência empresarial: 'Sinergia entre conhecimento, inovação e empreendedorismo'.

3.5 INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIOS

3.5.1 PERSPECTIVA LINGUÍSTICA

A expressão inteligência de negócios é usada no Brasil também como sua expressão em língua inglesa 'business intelligence' (BI). A palavra 'negócio' tem origem latina e é formada por 'nec', negação e 'otium', sem ócio. Seria, portanto, negação do ócio. Otium, por sua vez, também pode ser apresentada como a utilização do tempo livre para alguma atividade não remunerada. Na sequência lógica, negócio, seria então, fazer algo em troca de remuneração. A palavra 'business' tem origem no Inglês arcaico 'bisignes' que significava cuidado, ocupação, derivado de 'bisig', cuidadoso, ocupado, diligente. Mais tarde, escrita como 'busyness', evolui para significar o estado de estar ocupado ou engajado. Posteriormente, já como 'business', passa a significar a ocupação de alguém em determinado momento. Finalmente, no Século XVIII, passa também a representar atividades comerciais.

Historicamente, o termo conjunto "Business Intelligence" surgiu em 1865 na "Cyclopaedia of Commercial and Business Anecdotes¹²", cunhado por Richard Millar Devens para descrever a estratégia de um bancário que usou a informação disponível no ambiente para vencer os concorrentes. Quase cem anos depois, em 1958, Hans Peter Luhn usou o termo em um artigo para o IBM Journal¹³ para descrever uma atividade de disseminação seletiva de informação, que ele apresentou como um sistema automático que determina perfis de interesse e faz chegar a cada um a informação de que necessita de maneira eficiente, quer na forma de resumo quer na forma de documento completo. Uma década depois, os Anos 1970 trazem a evolução nas formas de armazenamento **Direct Access Storage Device** (DASD) e acesso a dados **Sistema de Gerenciamento de Banco de Dados** (SGBD), levando novamente ao uso do termo, agora enriquecido com a inclusão dos processos de coleta, organização, análise, compartilhamento e monitoramento de dados, restrito aos dados contidos em Data Warehouse (DW) ou Data Mart (DM), gerando informações e suporte à tomada de decisão.

A primeira definição do entendimento contemporâneo é de Howard Dresner, em 1989, que propôs Business Intelligence como um termo genérico para descrever conceitos e métodos para melhorar a tomada de decisão de negócios usando sistemas de apoio baseados em fatos¹⁴.

3.5.2 PERSPECTIVA COGNITIVA

O entendimento contemporâneo tomou como premissa o fato de que a maioria das organizações trabalha com inúmeras fontes de informação, que deveriam manter um fluxo constante e preferencialmente integrado. Quando eram poucas, era possível garantir esse ritmo, trabalhando especificamente com um conjunto de dados e extraíndo conhecimento relevante. Entretanto, à medida que o volume e a disponibilidade de informação aumentaram, novos processos tornaram-se necessários, a fim de proporcionar fácil interpretação de grande volume de dados, com o apoio de tecnologias. Dessa maneira, o termo Inteligência de Negócios (Business Intelligence), difundido como BI, passa a referir-se ao uso de tecnologias de integração e análise de dados internos e externos à organização, a partir de fontes de origens diversas, com o objetivo de disponibilizar informação para a tomada de decisão. A particularidade deste conceito consiste em combinar eficazmente o uso de dados com ferramentas analíticas para apresentar informação complexa de maneira que apresente significado aos planejadores e tomadores de decisão, cujo conjunto de técnicas e ferramentas denomina-se de Tecnologias BI.

Evidencia-se que, muitas vezes, o termo se confunde com a própria tecnologia, especialmente ao processo DW. Outras tecnologias comuns ao BI para obtenção de integração, limpeza, pesquisa e análise de dados são os DM, data mining [mineração de dados], Decision Support Systems (DSS), Executive Information Systems (EIS), ferramentas Online Analytical Processing (OLAP), text mining [mineração de texto] e visualizações, entre outros, todos com o mesmo objetivo de propiciar fácil interpretação de grande

¹² Disponível em <<https://archive.org/details/cyclopdiaofcom02deverich>>. Acesso em: 14 jul. 2016.

¹³ Disponível em <<http://altaplana.com/ibmrd0204H.pdf>>. Acesso em: 13 jul. 2016.

¹⁴ Dresner H. Business Intelligence. Gartner Inc. 1989.

volume de dados. Nessa perspectiva, Business Intelligence é entendido como um meio de apoio à decisão, que pode ir desde a fase operacional até estratégica.

Em uma perspectiva mais ampla, Business Intelligence é utilizada para compreender as capacidades disponíveis na empresa, melhorar substancialmente a eficiência operacional, reduzir custos, revelar o estado da arte e as tecnologias dominantes, as tendências e cenários futuros, sobretudo com a emergência do DW como um repositório, os avanços em relação a limpeza de dados, o aumento das capacidades de hardware e software e o surgimento da arquitetura Web, sendo que todos esses combinados apoiam a criação do ambiente de Business Intelligence, mais rico do que era disponível anteriormente (Negash 2004).

A definição de BI pode exigir um grande esforço de análise da literatura. Primeiro porque há efetivamente, confusão entre BI e IC. Martinsons (1994), Vedder et al. (1999), Kinsinger (2007) e Calof e Wright (2008) utilizam-nas como sinônimos:

A Inteligência Competitiva (IC), também conhecida como Inteligência de Negócios, é um processo e um produto. Como um processo, IC é o conjunto legal de métodos éticos utilizados em uma organização para aproveitar a informação e ajudar a alcançar o sucesso em um ambiente global. Como um produto, IC é a informação sobre as atividades dos concorrentes a partir de fontes públicas e privadas, e seu escopo é o comportamento presente e futuro dos concorrentes, fornecedores, clientes, tecnologias, aquisições, mercados, produtos e serviços, e o ambiente de negócios em geral (Vedder et al. 1999, p.109)¹⁵.

Na gênese do uso da expressão, BI se referia ao uso de todos os dados transacionais acumulados na organização, principalmente da informação produzida internamente (Yermish et al. 2010). Portanto, naquele momento era bastante diferente do conceito de inteligência competitiva. Com o passar do tempo, no entanto, esse entendimento mudou para a maioria dos autores.

Na visão de Negash (2004), IC é agora considerada como um ramo especializado de BI, assim como para Cebotarean (2011) que, afirma que embora inteligência de negócios seja usada eventualmente como um sinônimo de IC, porque ambos são voltados ao apoio à tomada de decisão, a BI utiliza obrigatoriamente tecnologias para analisar dados estruturados internos e processos da organização. Para esta autora, lato sensu, inteligência de negócios pode incluir o subconjunto de inteligência competitiva. Shariat e Hightower (2007) o define como um termo guarda-chuva que reúne a quase totalidade das disciplinas de tratamento de dados de uma organização, ampliando o conceito, dando-lhe ainda mais projeção.

3.5.3 PERSPECTIVA SOCIAL

Considerando a perspectiva cognitiva se normalizou o conceito como: Inteligência de Negócios ou Business Intelligence se refere ao uso de tecnologias de integração e análise de dados internos e externos à organização a partir de fontes de origens diversas, com objetivo de disponibilizar informação para tomada de decisão.

3.6 PROSPECÇÃO INFORMACIONAL

3.6.1 PERSPECTIVA LINGUISTICA

¹⁵ 'Competitive intelligence (CI), also known as business intelligence, is both a process and a product. As a process, CI is the set of legal and ethical methods an organization uses to harness information that helps it achieve success in a global environment. As a product, CI is information about competitors' activities from public and private sources, and its scope is the present and future behavior of competitors, suppliers, customers, technologies, acquisitions, markets, products and services, and the general business environment'.

Em relação a palavra ‘prospecção’, esta tem sua origem no Latim ‘prospectio’ = ‘vistas de olhos lançada ao futuro’ (Cunha 2009, p.526). Em relação a linguagem geral contemporânea, a definição de ‘prospecção’ se refere “ao conjunto de técnicas relativa à pesquisa, localização precisa e estudo preliminar de uma jazida mineral ou petrolífera” (Houaiss 2009). Na língua espanhola, também, evidencia-se o uso do termo ‘prospectiva’ que é relacionado a análise de cenários futuros. Na língua inglesa ‘informational prospectation’ ou ‘informational scanning’ e na língua francesa ‘Prospection informationnel’. O termo está inter-relacionado a compreensão de previsão, antecipação e ao ato de explorar.

Apesar de ser uma palavra derivada de um contexto específico, advindo das atividades desenvolvidas no âmbito da Geologia, os pesquisadores da área de inteligência emprestaram o termo e passaram a usá-lo no âmbito informacional, visto que apresenta o mesmo objetivo, qual seja, prospectar informação em fontes desconhecidas, mas que indicam potencial de conteúdo relevante ao negócio da organização. No âmbito da Administração a área de vendas e de marketing também se apropriaram do termo, e muito comum o uso de prospecção de clientes potenciais, prospecção de mercados potenciais.

3.6.2 PERSPECTIVA COGNITIVA

A prospecção informacional se refere à busca de potenciais desenvolvimentos de longo prazo, com ênfase em perspectivas organizacionais futuras, principalmente no que tange a Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), ou seja, visa observar o que surge de novo no âmbito científico e tecnológico para que possa ser aplicado no contexto organizacional, no intuito de gerar inovação (Prior 2009, tradução nossa).

Compreende-se prospecção informacional como o método ou técnica que visa a identificação inicial de dados, informação e conhecimento relevantes para o negócio da organização (Cervantes et al. 2010, p.63). A prospecção informacional também é denominada de varredura passiva (scanning), uma vez que varre fontes de informação que não necessariamente indicam de modo latente conteúdos relevantes ao negócio da organização. Sendo assim, a equipe de inteligência atua no intuito de ‘farejar’ fontes de informação formais e informais que apresentem potencial informacional para o negócio da organização. A partir da detecção de conteúdo relevante, a equipe de inteligência passa a monitorar [varredura ativa] sistematicamente a fonte de informação, ou seja, se desenvolve outro estágio de extração de dados, informações e conhecimento.

A atividade de prospecção informacional é essencial ao processo de inteligência, uma vez que é a partir da prospecção inicial que os dados, informações e conhecimentos passam a ser analisados no intuito de gerar conhecimento e inovação. Para Prior (2009), a prospecção informacional visa avaliar o efeito de um provável evento futuro sobre o negócio da organização e, assim, é possível propor estratégias de ação que podem ser trabalhadas antecipadamente.

3.6.3 PERSPECTIVA SOCIAL

Considerando a perspectiva cognitiva se normalizou o conceito de Prospecção Informacional: varredura de dados, informação e conhecimento com potencial relevante ao negócio da organização, no intuito de prever cenários futuros e planejar estratégias de ação de longo prazo.

3.7 MONITORAMENTO E VIGILÂNCIA INFORMACIONAL

3.7.1 PERSPECTIVA LINGUÍSTICA

A palavra monitoramento vem do Latim ‘monere’ que é igual a advertir, avisar, ou seja, acompanha o que acontece, toma conta, ‘inspeciona um trabalho’. A palavra ‘vigilância’ vem do Latim ‘vig-lre’, formada a partir do prefixo ‘vig-l’, que, por sua vez, forma outros termos com significados semelhantes, tais como: o substantivo feminino ‘vig-l-a’ (vigília, insônia), o adjetivo ‘vig-l-ans’ (atento) e o verbo ‘vig-l-ō’ (velar, não dormir, estar acordado) (Caniato & Nascimento 2007, p.44).

3.7.2 PERSPECTIVA COGNITIVA

Os termos monitoramento informacional (informational monitoring) e monitoramento ambiental (environmental monitoring) referem-se a um componente essencial de análise e acompanhamento ambiental global que trata do monitoramento sistemático, permanente e acurado dos ambientes internos e externos de uma organização, a fim de detectar antecipadamente oportunidades e ameaças.

O termo 'vigilância', por sua vez, refere-se ao mesmo conceito restrito a um segmento específico, tal como vigilância tecnológica, também conhecida como vigilância informacional tecnológica, inteligência tecnológica, inteligência competitiva tecnológica, ou na expressão francesa *veille technologique* ou *veille scientifique et technique*, que é um processo organizado, seletivo e permanente de busca, recuperação, análise e disseminação de informação do ambiente externo e da própria organização sobre ciência e tecnologia. Especificamente, a vigilância tecnológica tem como objetivo preparar-se para as aceleradas mudanças tecnológicas em curso e manter contínua as estratégias de inovação como portador de futuro da organização.

O termo *environmental scanning* (em inglês) é o que melhor representa os termos e conceitos associados, mas sua tradução para o português não teve receptividade na comunidade brasileira. Por outro lado, o termo monitoramento informacional, do ponto de vista da literatura especializada, não tem a abrangência do termo *environmental scanning*, mesmo que na prática, é isso a que ele se refere. Por isso, a fim de registrar e disseminar expressão em língua portuguesa, defende-se o uso do termo monitoramento informacional para correlação imediata com o termo *environmental scanning*.

As atividades de *environmental scanning* tiveram início no final dos Anos 1960 com os estudos de Francis Joseph Aguilar (1967), que se dedicava aos estudos da Administração, em particular no que tange ao planejamento estratégico. Aguilar cunhou o termo *Environmental Scanning*, para descrever a ação de exploração do ambiente como forma de aquisição de informações com vistas a apoiar a organização a traçar seu futuro. Este autor classifica a atividade em quatro segmentos: a informação que chega à organização sem propósito específico; a informação que chega sobre áreas selecionadas; a organização que busca ativamente pelas informações para resolver uma questão específica; e por último, a organização que empreende esforço deliberado ou planejado para obter informações específicas sobre uma questão específica.

Soma-se ao entendimento do autor, Choo & Auster (1993) que associam o termo diretamente com a administração e planejamento da organização, com vistas a compreender as forças externas e internas de mudança para que se possam desenvolver respostas eficazes que assegure ou melhore sua posição no futuro. Em outras palavras, o monitoramento informacional é essencial na identificação de ameaças e oportunidades, na obtenção de vantagem competitiva e na elaboração e implementação dos planejamentos estratégico, tático e operacional. Interessante notar que os autores incluem no conceito de monitoramento, também as questões de aprendizagem organizacional e de prospecção ambiental, uma vez que a capacidade de a organização se adaptar ao ambiente externo é dependente de pesquisa, identificação e interpretação das mudanças que estão ocorrendo (que pode ser diretamente associada ao conceito de prospecção), sendo, portanto, também constituído de um modo primário de aprendizagem organizacional. O estudo de Aguilar (1967), especificamente, justifica o monitoramento, sobretudo, para diminuir a aleatoriedade da informação que flui para a organização e para alertar rapidamente os gestores das mudanças nas condições externas.

3.7.3 PERSPECTIVA SOCIAL

Considerando a perspectiva cognitiva se normalizou o conceito de Monitoramento Informacional: monitoramento sistemático, permanente e acurado dos ambientes internos e externos de uma organização, a fim de detectar antecipadamente oportunidades e ameaças.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo analisou alguns dos termos mais utilizados no ambiente da inteligência competitiva a partir da Teoria da Comunicação Terminológica, analisados à luz do princípio da poliedricidade do termo que, afirma que as unidades terminológicas integram ao mesmo tempo aspectos linguísticos, cognitivos e sociais. Os termos selecionados foram inteligência organizacional, inteligência competitiva organizacional, inteligência competitiva, inteligência econômica, inteligência empresarial, inteligência de negócios, prospecção informacional, monitoramento informacional e vigilância informacional.

Evidencia-se que há distinções e similitudes entre eles, mas a partir da análise terminológica foi possível apresentar definições para cada qual, assegurando suas características prioritárias e interfaces possíveis:

Inteligência Competitiva: processo contínuo de coleta, análise e gerenciamento de dados, informações e conhecimento sobre o ambiente de negócios em que a organização está inserida, visando obter vantagem competitiva. **Inteligência Competitiva Organizacional** ou **Inteligência Organizacional** é um modelo de gestão que envolve a cultura e a comunicação organizacional, no intuito de propiciar espaços de aprendizagem para o desenvolvimento de competências essenciais aos sujeitos organizacionais, visando a geração de diferenciais competitivos para a inovação e a competitividade organizacional. **Inteligência Econômica:** conjunto de ações coordenadas de busca, tratamento, distribuição e proteção de informação útil aos atores econômicos, incluindo responsabilidades em nível de Estado, regiões e empresas. **Inteligência Territorial:** aplicação da inteligência econômica utilizada como meio de desenvolvimento regional sustentável, em especial das pequenas empresas, focada em suas cadeias de valor, baseada na cooperação e em parcerias público-privadas. **Inteligência Empresarial:** Sinergia entre conhecimento, inovação e empreendedorismo. **Inteligência de Negócios (ou Business Intelligence):** uso de tecnologias de integração e análise de dados internos e externos à organização a partir de fontes de origens diversas, com objetivo de disponibilizar informação para tomada de decisão. **Prospecção Informacional:** varredura de dados, informação e conhecimento com potencial relevante ao negócio da organização, no intuito de prever cenários futuros e planejar estratégias de ação de longo prazo. **Monitoramento Informacional:** monitoramento sistemático, permanente e acurado dos ambientes internos e externos de uma organização, a fim de detectar antecipadamente oportunidades e ameaças. **Vigilância Informacional:** monitoramento sistemático, permanente e acurado dos ambientes internos e externos de uma organização, a fim de detectar antecipadamente oportunidades e ameaças, em segmento específico.

O refinamento e a padronização dos termos são fundamentais para a consolidação da linguagem especializada da área, cujos significados singulares e objetivos garantem que a comunicação se realize de maneira compreensível e sem ambiguidades. A partir desta análise terminológica inicial foi possível propor as definições supracitadas, no intuito de contribuir para uma melhor compreensão dos termos usados no âmbito dos estudos sobre inteligência.

5. REFERÊNCIAS

- Aguilar, FJ 1967, Scanning the business environment, Macmillan.
- Besson, B & Possin, JC 2002, L'audit d'intelligence économique, Dunod.
- Cabré, MT 1999, La terminología: representación y comunicación, Institut Universitari de Lingüística Aplicada.
- Cabré, MT 1993, La terminologia: teoria, metodologia, aplicaciones, Editorial Antártida / Empúries.
- Calof, JL & Wright, S 2008, Competitive intelligence: A practitioner, academic and inter-disciplinary perspective, European Journal of Marketing, vol.42, n°7, pp.717-730.

- Caniato, AMP & Nascimento, MLV do N 2007, A vigilância na contemporaneidade: seus significados e implicações na subjetividade, *Psicologia em Revista*, vol.13, no1, pp.41-68, http://www4.pucminas.br/imagedb/documento/DOC_DSC_NOME_ARQUI20080521171223.pdf.
- Capurro, R & Hjørland, B 2007, O conceito de informação, *Perspectivas em Ciência da Informação*, vol.12, n°1, pp.148-207.
- Carayon, B 2003, L' intelligence économique, compétitivité et cohésion sociale, *Base de Connaissance AEGE*, http://bdc.aege.fr/public/Intelligence_economique_competitivite_et_cohesion_sociale_2003.pdf.
- Cavalcanti, M & Gomes, E 2001, Inteligência empresarial: um modelo de gestão para a nova economia, *Produção*, vol.10, n°2, pp.53-64.
- Cebotarean, E 2011, Business intelligence, *Journal of Knowledge, Economics and Information Technology*, n°2, http://scientificpapers.org/wp-content/files/1102_Business_intelligence.pdf.
- Cervantes, BMN et al. 2010, Glossário trilingue de termos em gestão da informação: subárea inteligência competitiva organizacional, FUNDEPE Editora, Cultura Acadêmica.
- Choo, CW & Auster, E 1993, "Environmental scanning: acquisition and use of information by managers", in Williams, ME (Ed.), *Annual Review of Information Science and Technology*, Learned Information.
- Corcodel, D & Corcodel, A 2014, On the specialized language of economic field, *Studia Universitatis Moldaviae*, vol.10, n°80, pp.122-124, <http://oaji.net/articles/2015/2055-1432569893.pdf>.
- Cunha, AG da 2010, *Dicionário etimológico da língua portuguesa*, 4.ed., Lexikon.
- Dou, H 2010, Développement regional 2.0, in Quoniam, L & Lucien, A (Orgs), *Intelligence competitive 2.0: Organization, innovation et territoire*, Hermes; Lavoisier, pp.331-349.
- Dou, H 2011, Regional development 2.0, in Quoniam, L (Ed.), *Competitive intelligence 2.0: Organization, innovation and territory*, ISTE; Wiley, pp.315-332.
- Girardot, JJ 2008, Evolution of the concept of territorial intelligence within the coordination of the European network of territorial intelligence. *ReS- Ricerca e Sviluppo per le politiche sociali*, n°1-2, pp.11-29.
- Haeckel, SH & Nolan, RL 1993, Managing by wire, *Harvard Business Review*, vol.71, no5, pp.122-133, <https://hbr.org/1993/09/managing-by-wire>.
- Houaiss, A 2001, *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*, Objetiva.
- Houaiss, A 2009, *Dicionário eletrônico Houaiss*, Objetiva, CD-ROM.
- Institute for Competitive Intelligence n.d., Glossary of terms used in competitive intelligence and knowledge management, http://www.institute-for-competitive-intelligence.com/download/Intelligence%20Glossary%20_US_.pdf.
- ISO - International Standard Organization 2000, ISO 1087-1:2000 Terminology work: Vocabulary. Part 1: Theory and application, ISO.

- ISO - International Standard Organization 2000, ISO 704:2000 Terminology work: Principles and methods. 2th edn. ISO.
- Jakobiak, F 2001, Intelligence économique avec l'apport des NTIC: comment bâtir son propre système d'intelligence économique, 2ème édtn, Editions d'Organisation.
- Kiel, D (Ed.), 2009, Knowledge management, organizational intelligence and learning, and complexity, in Encyclopedia of life supports systems, EOLLS, UNESCO, vol.1.
- Kinsinger, PC 2007, The Business intelligence challenge in the context of regional risk, Thunderbird International Business Review, vol.49, n°4, pp.535-541.
- Krieger, M da G & Finatto, MJB 2004, Introdução à Terminologia: teoria e prática, Contexto.
- Lesca H 1998, Veille stratégique: Concepts et démarche de mise en place dans l'entreprise, Distrib.
- Martinsons, MG 1994, A Strategic vision for managing business intelligence, Information Strategy: The Executive's Journal, vol.10, n°3, pp.17.
- Martre, H 1994, Intelligence économique et stratégie des entreprises (Rapport du Groupe), La Documentation Française, 167p., <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/074000410.pdf>.
- Negash, S 2004, Business intelligence, Communications of the Association for Information Systems, vol.13, <http://aisel.aisnet.org/cais/vol13/iss1/15>.
- Prescott, JE 1999, The evolution of competitive intelligence: Designing a process for action. Proposal Management, pp.37-52, Spring, [file:///C:/Users/User.000/Downloads/Competitive%20Intelligence%20A-Z%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User.000/Downloads/Competitive%20Intelligence%20A-Z%20(2).pdf)
- Prior, V 2009, Glossary of Terms Used in Competitive Intelligence and Knowledge Management, SCIP, http://www.institute-for-competitive-intelligence.com/download/Intelligence%20Glossary%20_US_.pdf.
- Queyras, J & Quoniam, L, Inteligência competitiva, in Tarapanoff, K (Org.), Inteligência, informação e conhecimento em corporações, IBICT, UNESCO, 2006, p.73-97.
- Saussure, F de 1992, Curso de Linguística geral, 6th edn., Dom Quixote.
- SCIP, s.d., Concept of competitive intelligence, <https://scip.site-ym.com/?page=CodeofEthics>.
- Shariat, M & Hightower, JR 2007, Conceptualizing business intelligence architecture, Management Journal, vol.17, n°2, pp.40-46.
- Vedder, RG, Vanecek, MT, Guynes, CS & Cappel, JJ 1999, CEO and CIO perspectives on competitive intelligence, Communications of the ACM, vol.42, n°8, pp.108-116.
- Veryard, R, 2012, Building organizational intelligence, leanpub.
- Yermish, I, Miori, V, Yi, J, Malhotra, R & Klimberg, R 2010, Business plus intelligence plus technology equals business intelligence, International Journal of Business Intelligence Research, vol.1, n°1, pp.48-63.