



UNIVERSIDADE

FERNANDO PESSOA

WWW.UFP.PT

Uma discussão do impacte do digital

(dos computadores aos fluxos de informação em rede)

Luis Borges Gouveia

lmbg@ufp.edu.pt

Aula aberta

PÓS GRADUÇÃO EM JORNALISMO ESPECIALIZADO, UFP/LUSA

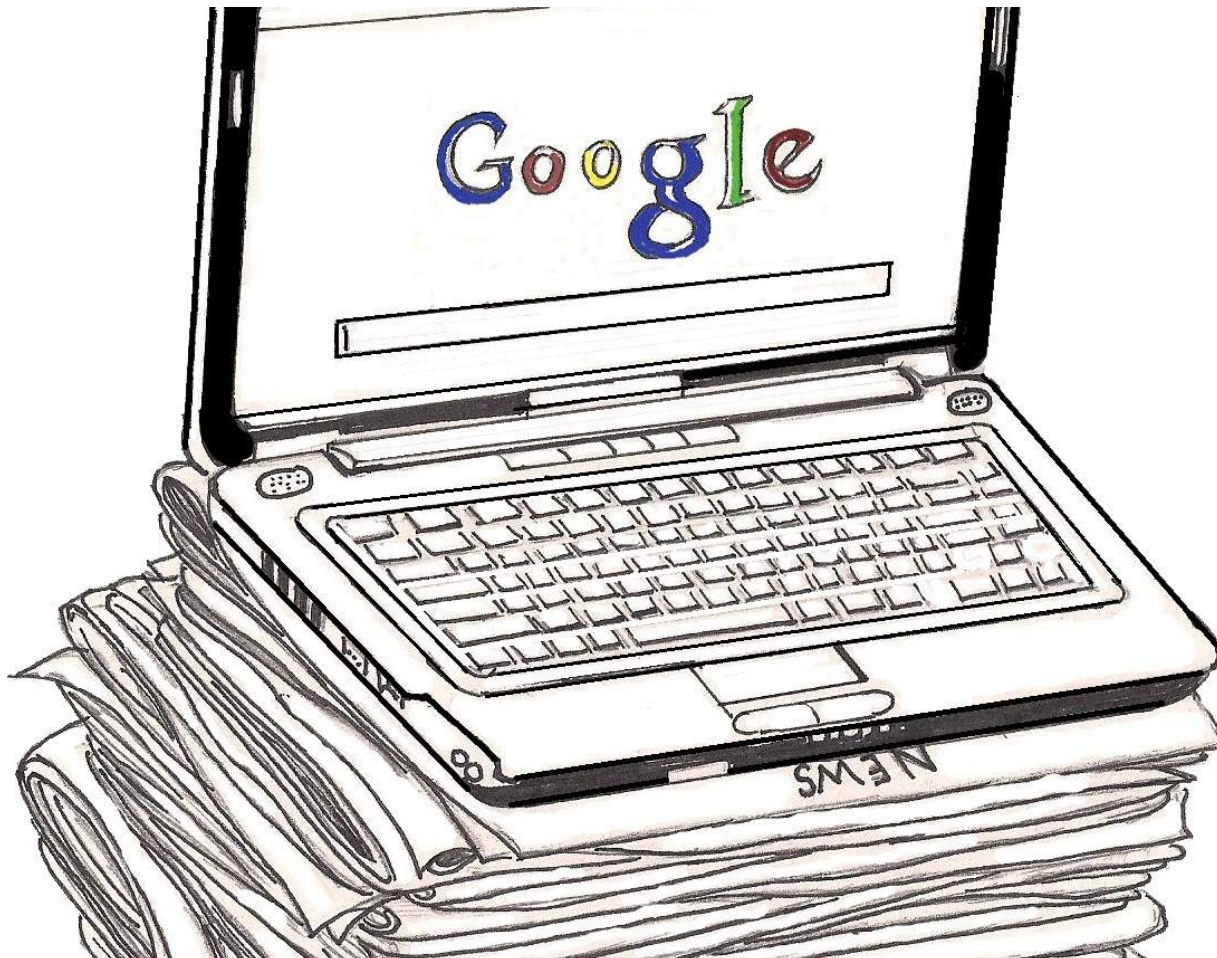
Universidade Fernando Pessoa, 23 de Abril de 2016

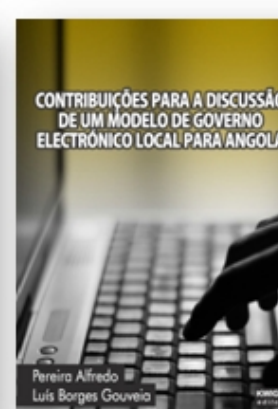
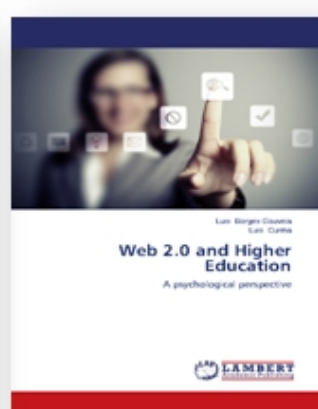
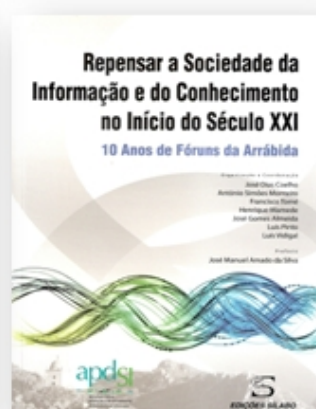
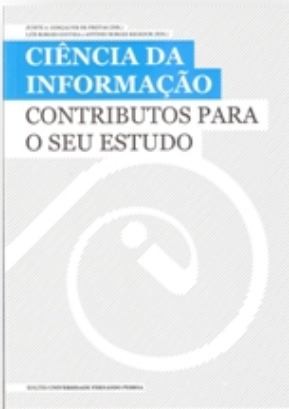
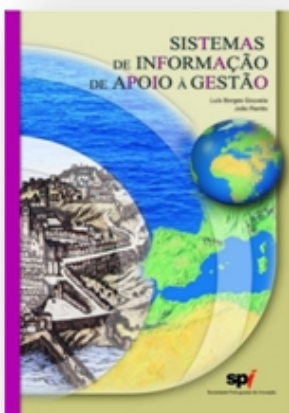
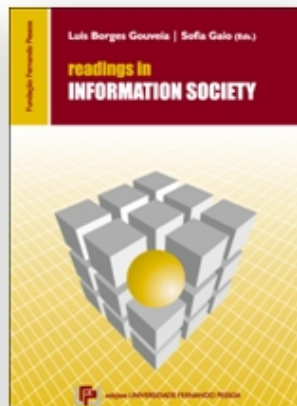
Sinopse

- Discussão do digital, enquanto transformador da informação (meio, conteúdo e mensagem)
- Breve apresentação de conceitos da sociedade em rede e do seu enquadramento



Nota prévia...

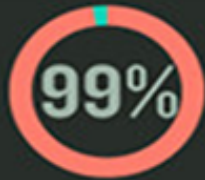




Dos computadores ao uso e exploração da informação digital

DOS MASS MEDIA AOS N-MEDIA

A escola agora...



of teachers feel the Internet gives students access to a **greater wealth of resources**



say it's harder to find **credible sources**

MOST PROBLEMATIC MEDIA TYPES, ACCORDING TO TEACHERS

Common Sense Media asked teachers which media they thought was

MOST DISRUPTIVE TO STUDENTS

Across all age groups, top answers were:



Video games

68%



Texting

66%



TV

58%



Computer games

56%



Social networking

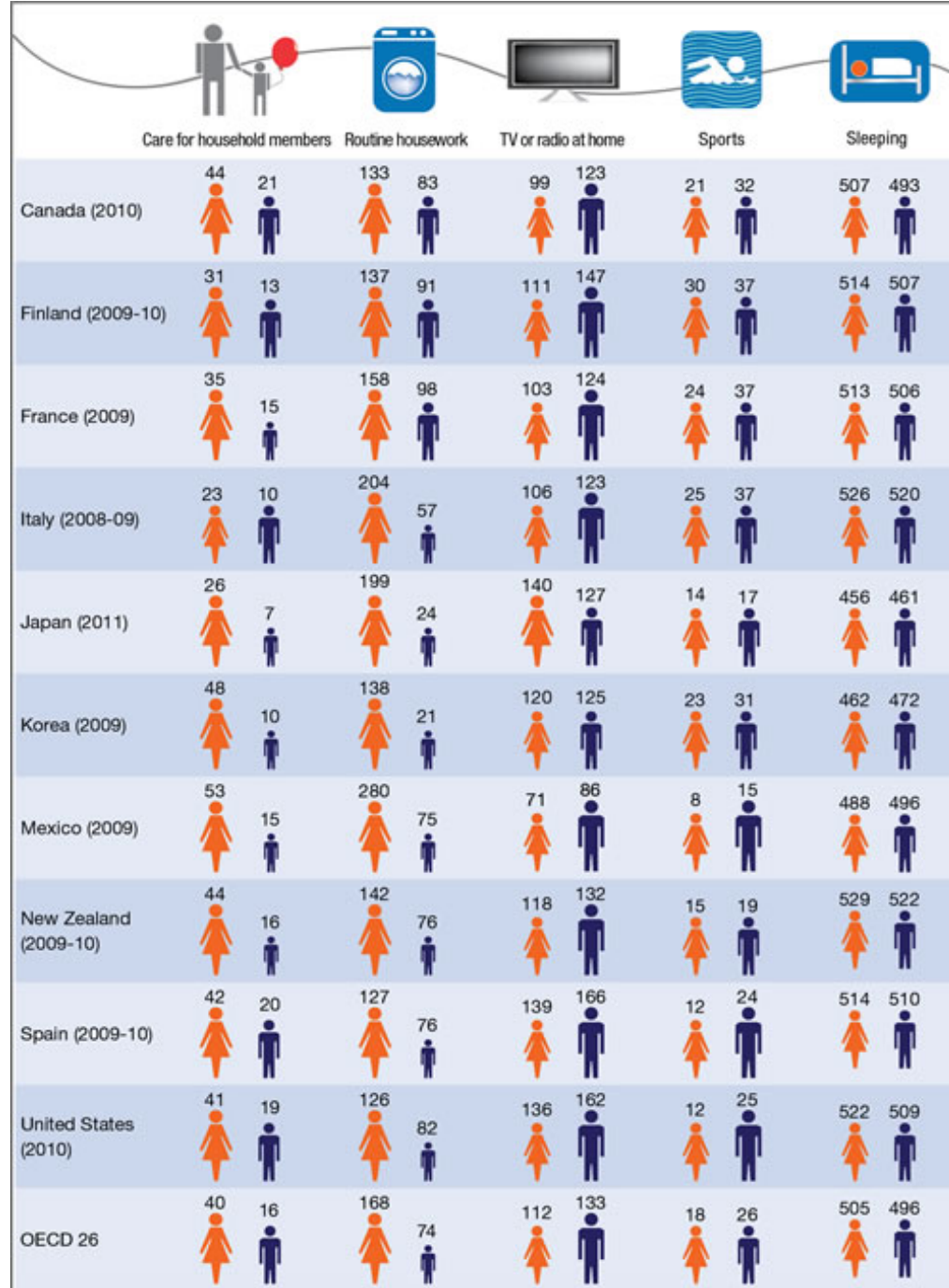
56%

...E fora da escola?

Estudo sobre o tempo gasto diariamente em atividades de trabalho não remunerado e em lazer

Valores em
Minutos por dia

Source:
OECD based on data
from National Time Use
Surveys.



Alteração de hábitos entre gerações

The Top Sources for Local News and Information Vary by Age

Percentage of adults in each age group who rely on source for each topic

	Weather	Restaurants/ Clubs	Politics	Community Events	Schools
Age 18-39	Television 44% Internet 41%	Internet 41%	Internet 26% Television 19% Newspaper 16%	Internet 19% Word of mouth 17%	Internet 24% Newspaper 12%
Age 40+	Television 67% Internet 26%	Newspaper 22% Internet 21%	Newspaper 34% Television 34% Internet 12%	Newspaper 32%	Newspaper 27% Internet 15% Television 12%

Source: Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism and Internet & American Life Project in partnership with the Knight Foundation, January 12-25, 2011 Local Information Survey. N=2,251 adults age 18 and older. Conducted in English and Spanish and included 750 cell phone interviews.

PEW RESEARCH CENTER

<http://searchengineland.com/pew-internet-diving-into-how-we-access-local-news-94264>

A importância da imprensa local (EUA)

1 Percent of adults who rely on newspapers for these topics ...		2 Next most preferred source for each topic...		3 Other important source for this topic	
		On some topics newspapers tie for the lead with...			
Crime	36%	TV news	29%	Internet	12%
Local politics	26%	TV news	28%	Word of mouth	7%
Community events	25%	Word of mouth	13%	Internet	12%
Arts events	25%	Internet	17%	TV news	13%
Local taxes	22%	TV news	9%	Internet	9%
Schools	21%	TV news	10%	Word of mouth	10%
Housing	19%	Word of mouth	4%	TV news	3%
Government activities	19%	TV news	12%	Internet	6%
Local jobs	17%	Word of mouth	3%	TV news	3%
Zoning & development	17%	TV news	6%	Internet	4%
Social services	13%	TV news	8%	Internet	6%

Source: Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism and Internet & American Life Project in partnership with the Knight Foundation, January 12-25, 2011 Local Information Survey. N=2,251 adults age 18 and older. Conducted in English and Spanish and included 750 cell phone interviews.

<http://searchengineland.com/pew-internet-diving-into-how-we-access-local-news-94264>

A penetração da Internet na obtenção de informação local

The Local Topics for Which the Internet is the Top Source

1 Percent of adults who rely on the internet for these topics...		On some topics the internet ties for the lead with...		2 Next most preferred source for each topic...	3 Other important source for this topic
Restaurants	28%			Newspaper 17%	Word of mouth 13%
Other local businesses	28%			Newspaper 18%	Word of mouth 13%
Schools	18%	Newspaper	21%	TV news 10%	Word of mouth 10%
Housing	17%	Newspaper	19%	Word of mouth 4%	TV news 3%
Local jobs	16%	Newspaper	17%	TV news 3%	Word of mouth 3%

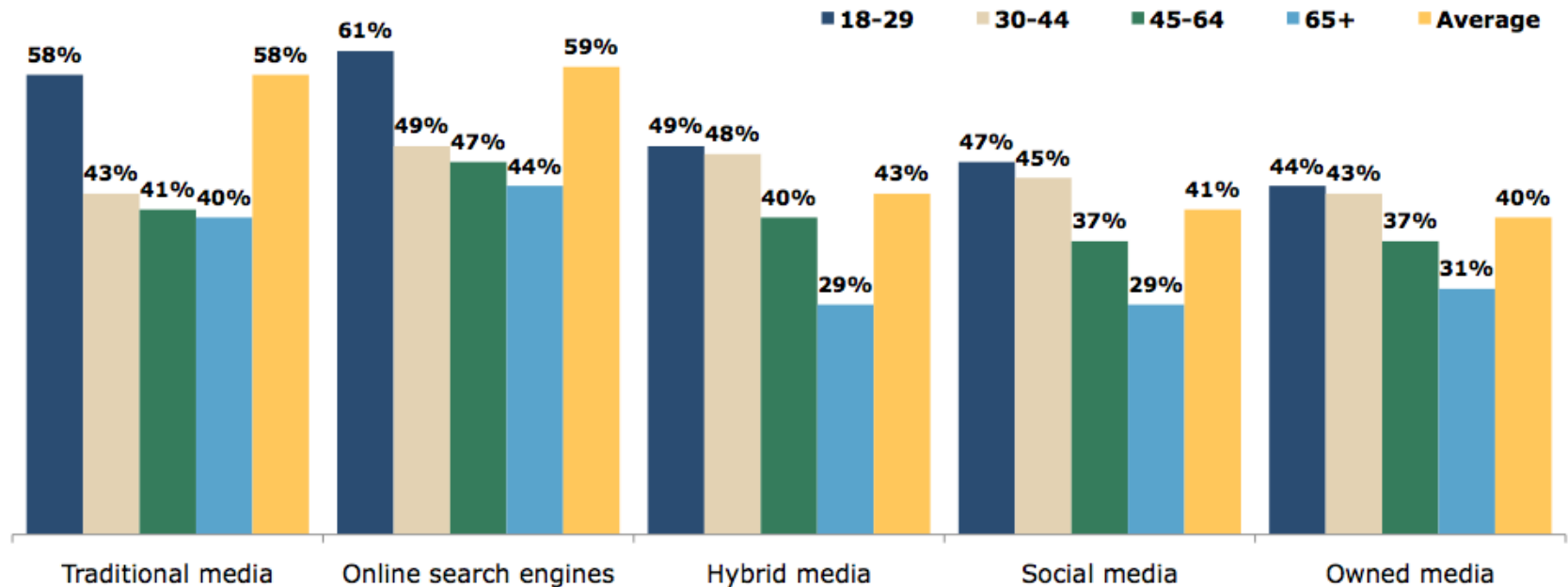
Source: Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism and Internet & American Life Project in partnership with the Knight Foundation, January 12-25, 2011 Local Information Survey. N=2,251 adults age 18 and older. Conducted in English and Spanish and included 750 cell phone interviews.

PEW RESEARCH CENTER

<http://searchengineland.com/pew-internet-diving-into-how-we-access-local-news-94264>

Dos mass media aos n-media

Trust in Media Sources for General News Information
(% of global respondents, top-4 box on a 9-point scale)
January 2013



The 2013 Edelman Trust Barometer is the PR firm's 13th annual trust and credibility survey of 26,000 ordinary people with an oversample of 5,800 informed publics ages 25-64 across 26 countries

As notícias da morte do jornalismo são manifestamente exageradas...

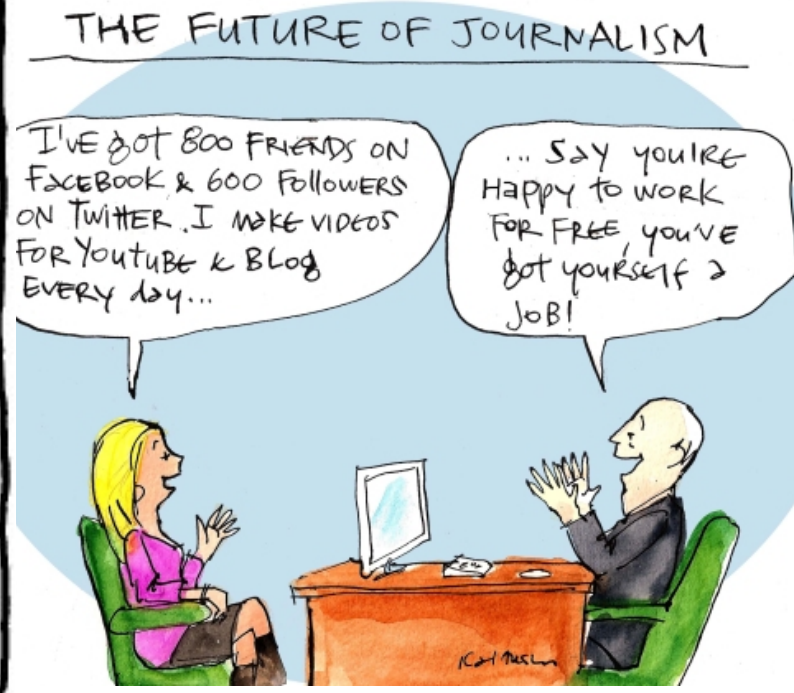
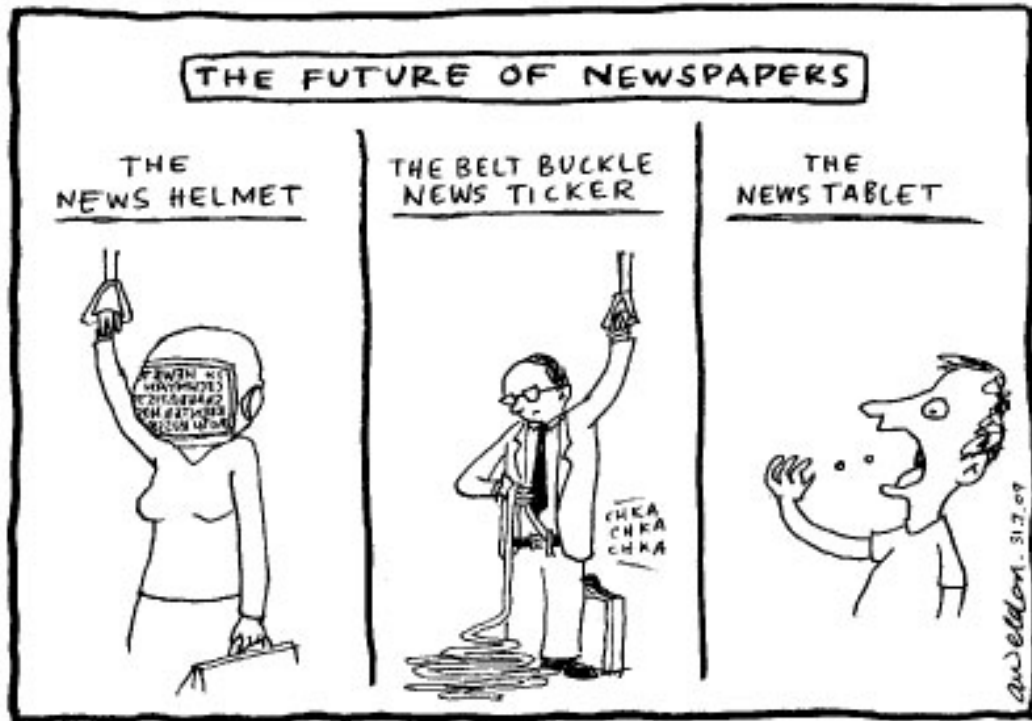
'FUTURE OF JOURNALISM'

BY RHIAN



WWW.BITSTRIPS.COM

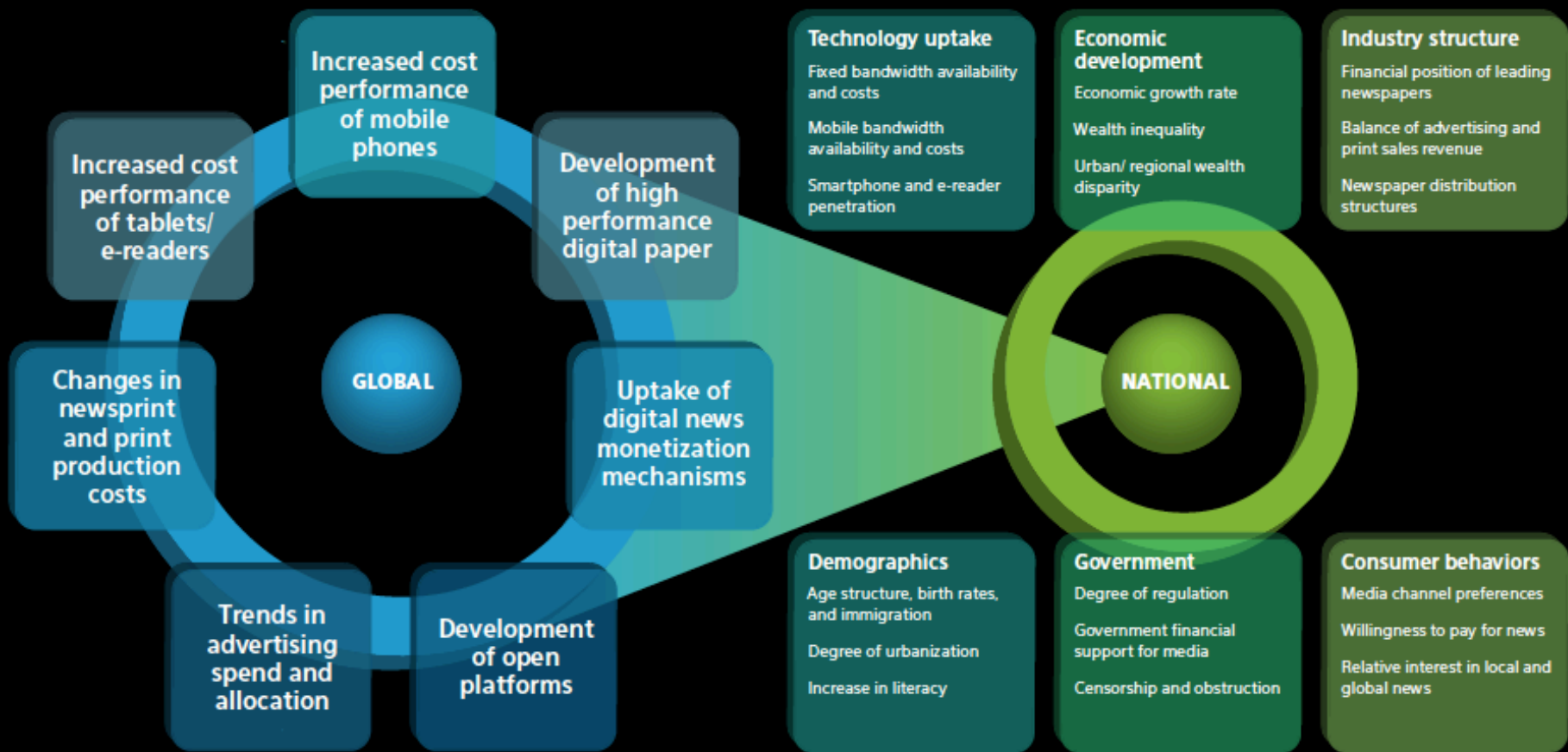
...sim, mas o digital tem impacte



Na tecnologia utilizada e na economia associada...

O físico versus o digital (dos átomos aos bits)

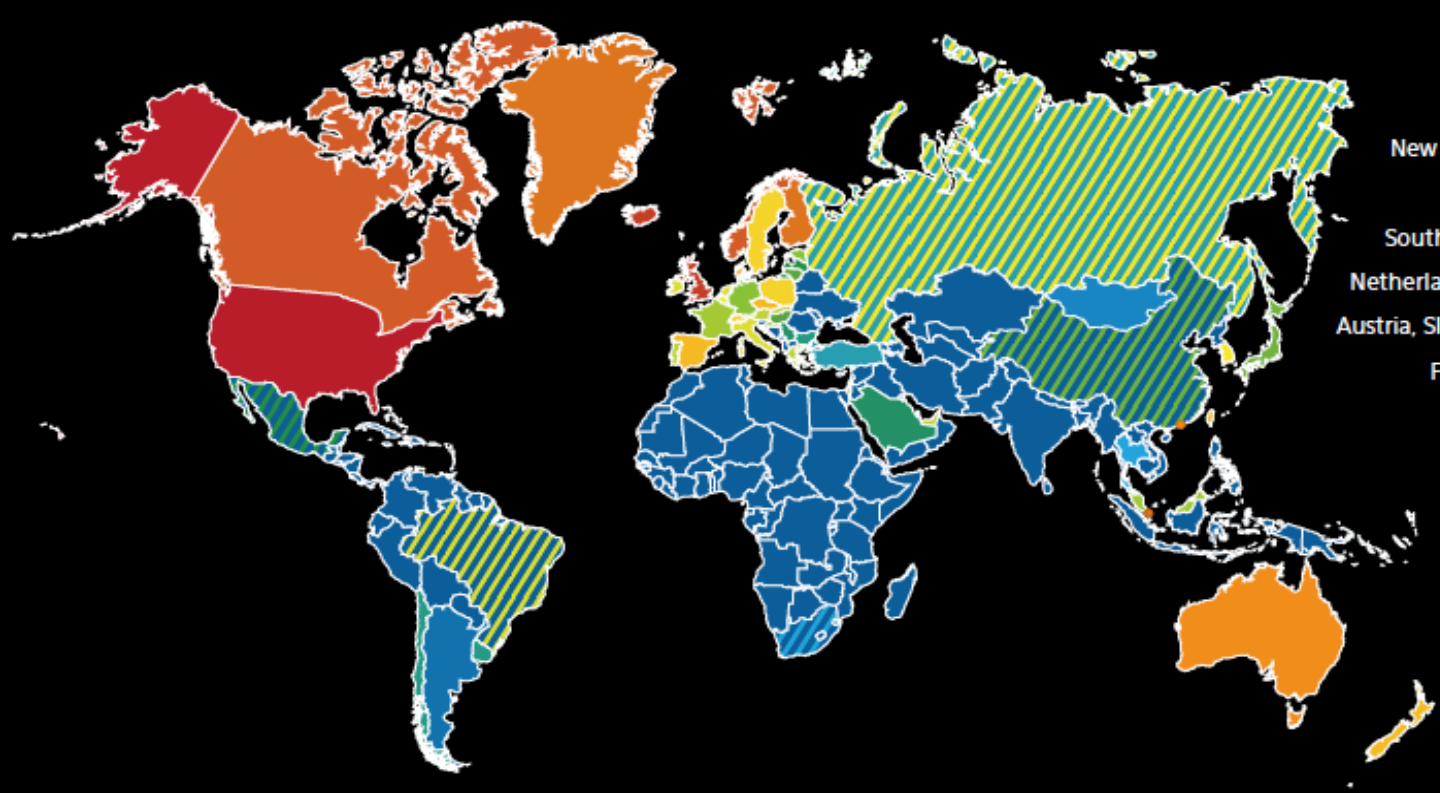
Newspaper extinction timeline: key factors



O fim (anunciado) do papel para os jornais de notícias

Newspaper extinction timeline

When newspapers in their current form will become insignificant*



- USA 2017
- UK, Iceland 2019
- Canada, Norway 2020
- Finland, Singapore, Greenland 2021
- Australia, Hong Kong 2022
- Denmark 2023
- New Zealand, Spain, Czech, Taiwan 2024
- Poland, Sweden, Switzerland 2025
- South Korea, Metro Russia, Belgium 2026
- Netherlands, Ireland, Metro Brazil, Italy 2027
- Austria, Slovakia, Greece, Portugal, U.A.E. 2028
- France, Israel, Malaysia, Croatia 2029
- Germany, Estonia 2030
- Japan, Metro China 2031
- Hungary, Lithuania 2032
- Latvia, Metro Mexico 2033
- Serbia, Saudi Arabia 2034
- Bulgaria, Chile, Uruguay 2035
- Russia, Turkey 2036
- Metro South Africa, Thailand 2037
- Mongolia 2038
- Argentina 2039
- Rest of the world 2040+

— stripes indicate that newspapers will be extinct in metropolitan areas before regional areas

E tem os seus riscos...

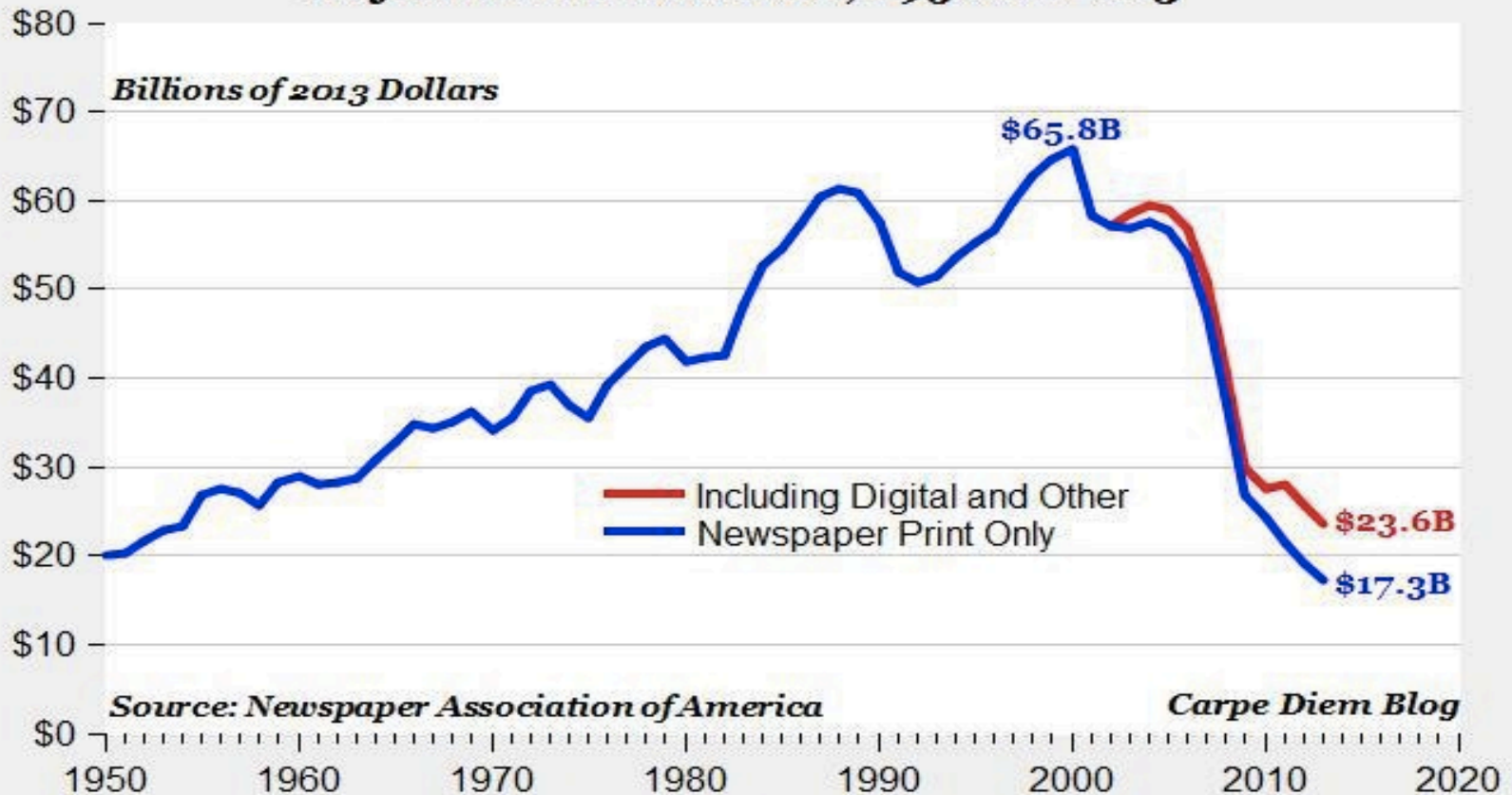
Copyright ©2005 Creators Syndicate, Inc.



©2005 SPEED BUMP 6-4
SPEEDBUMP.COM
DRAWN BY CREATORS SYNDICATE, INC.

Novos modelos de negócio precisam-se

**Newspaper Advertising Revenue:
Adjusted for Inflation, 1950 to 2013**



Dados EUA

*Dispositivos
móveis alteram a
relação com as
notícias*

*A qualquer hora
Em qualquer lugar*

The Growing Mobile Landscape

Tablet



22%
of U.S. adults
own a tablet



64%
of tablet owners get
news on their device

Smartphone



44%
of U.S. adults
own a smartphone



62%
of smartphone
owners get news on
their device

Either tablet or smartphone



50%
of U.S. adults own
either a tablet or
smartphone



66%
of tablet or smart-
phone owners get
news on their device

N=9,513.





Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism in collaboration
with The Economist Group

Mudou o meio...

- *Mas não o local*
- *Hábitos de gerir tempo e ocupar o espaço, não parecem ser função da tecnologia ou mudar tão facilmente*

People Still Mainly Get News on Mobile Devices at Home

Where mobile news users tend to get news during the week

	Tablet	Smartphone
 At home	85%	58%
 At work	11	29
 Commuting or in transit	3	9
 Somewhere else	1	2
No answer	-	2

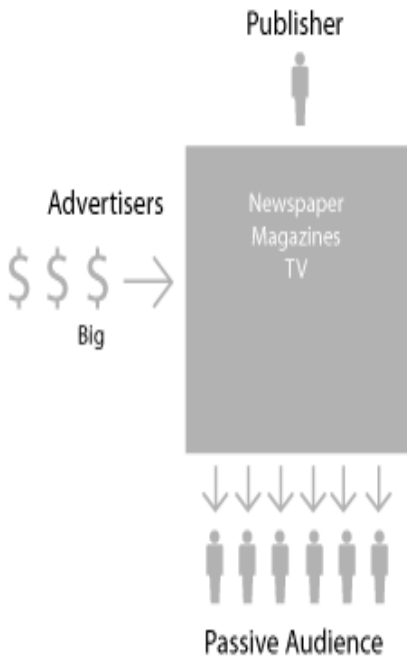
Based on weekly tablet (n=771) and smartphone news users who get news on weekdays (N=1,007). Icons by The Noun Project.

Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism in collaboration with The Economist Group

Do um para muitos, para o muitos para muitos

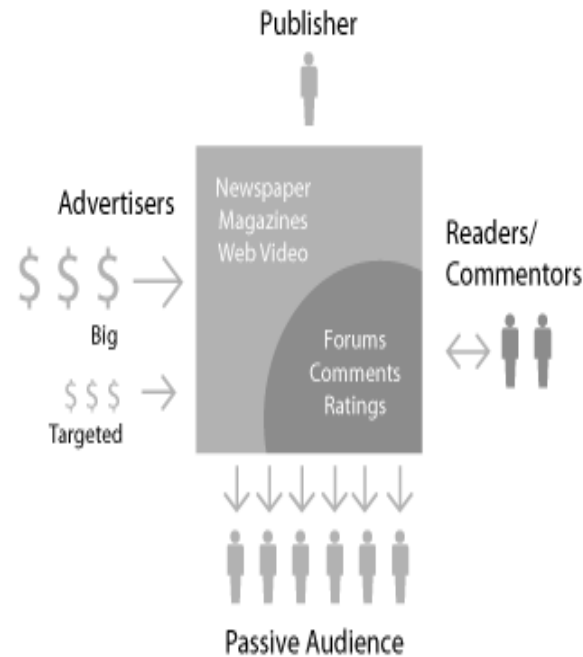
Broadcast

One-to-many. Value from authoritative and high-quality content delivered to large audience.
Example: The New York Times



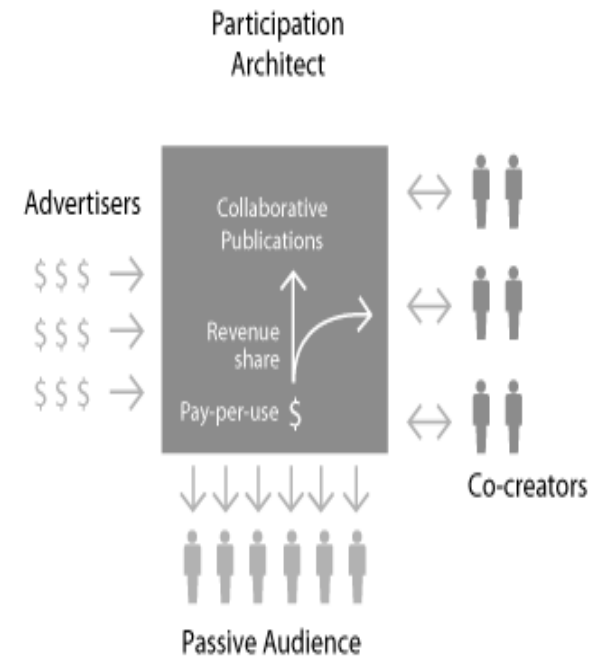
Interactive

One-to-many & many-to-many. Value from customizable content for audience and more targeted advertising.
Example: nytimes.com



Social Media

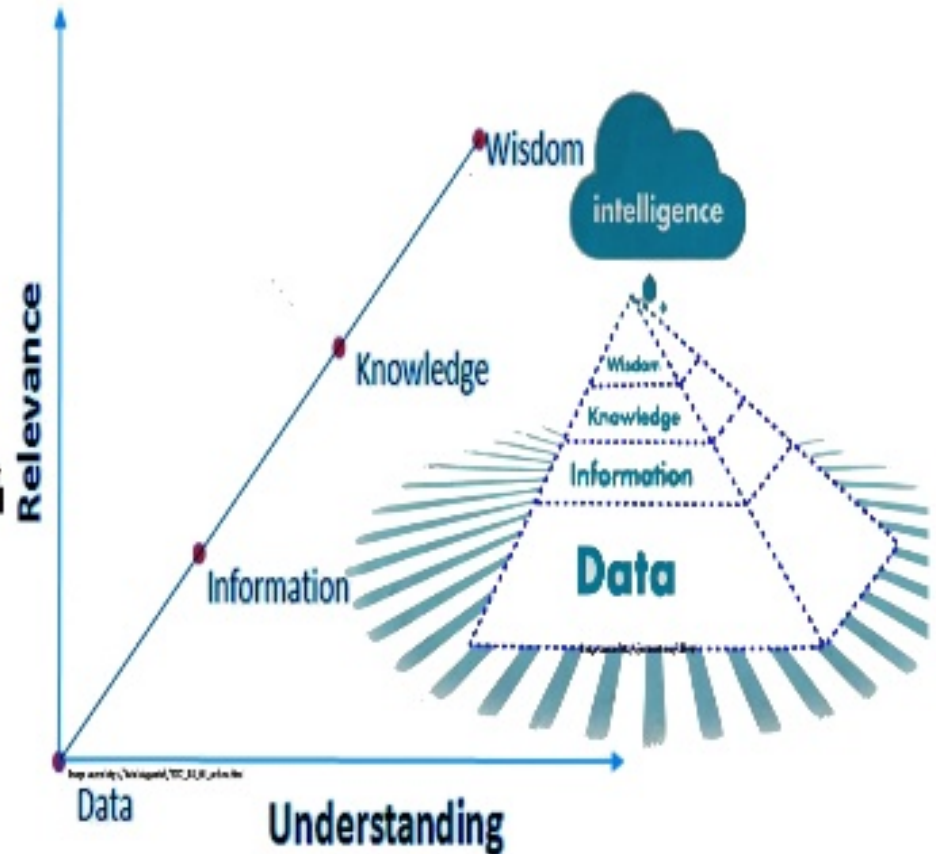
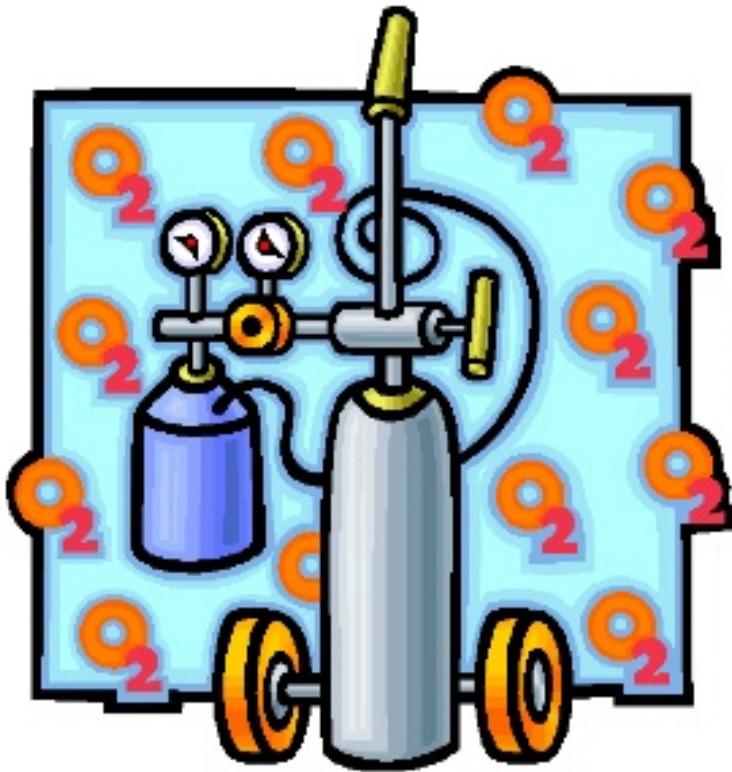
Many-to-many. Value from creating an infrastructure for active participation and nurturing trusted communities.
Examples: wikipedia.com & ohmynews.com



Source: Adapted from a chart by Jim Faris at the Management Innovation Group (www.mig5.com)

Graphic by Shayne Bowman and Chris Willis

Data-journalism is probably **indispensable**



Cidadania é apenas limitada por cidania (ou como os conceitos tem de ser colocados em contexto)

© Original Artist
Reproduction rights obtainable from
www.CartoonStock.com



search ID: rron313

"I fail to see how filming the cat makes you a 'citizen journalist'."

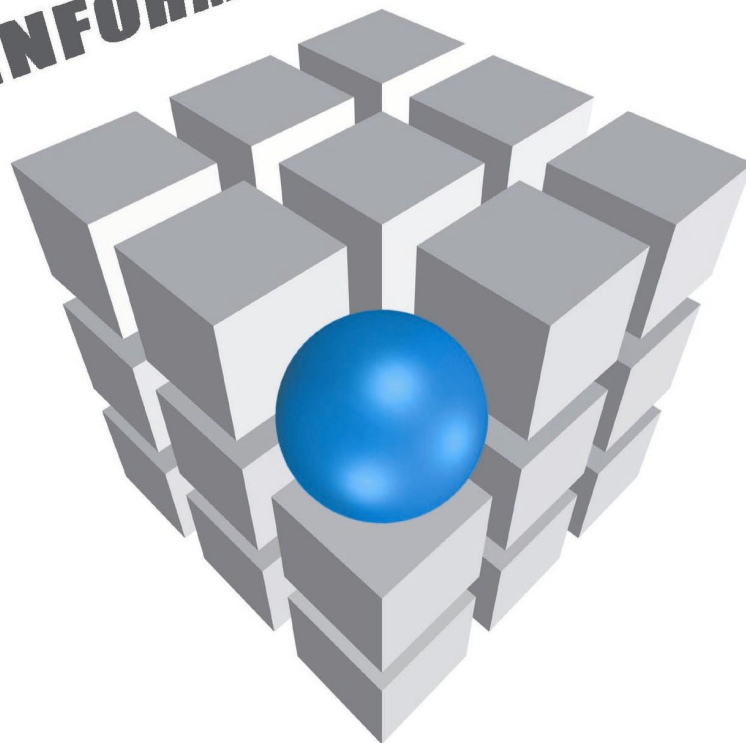
Dos computadores ao uso e exploração da informação digital

SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

Sociedade da Informação

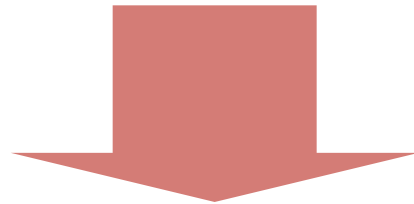
Uma sociedade que predominantemente utiliza o recurso às tecnologias da informação e comunicação para a troca de informação em formato digital e que suporta a interação entre indivíduos com recurso a práticas e métodos em construção permanente (Gouveia e Gaio, 2004)

**SOCIEDADE DA
INFORMAÇÃO**

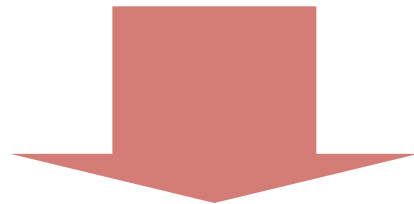


Sociedade da Informação

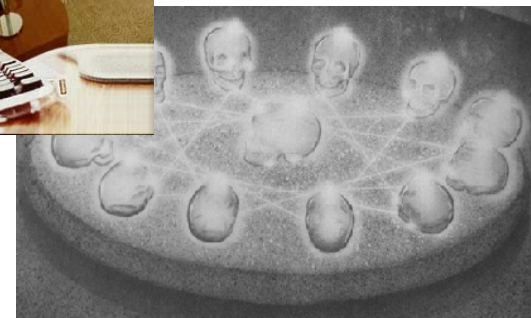
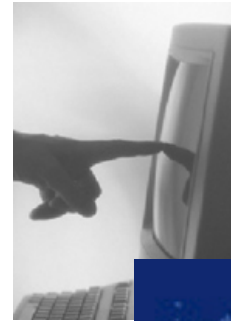
Uso intensivo de tecnologias de informação e comunicação



Uso crescente do digital



Organização em rede

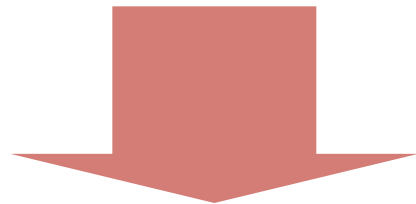


Sociedade da Informação

Uso intensivo de tecnologias de
informação e comunicação



Uso crescente do digital



Organização em rede

**infra-estruturas
& acesso**

**processos
& formação**

**de
comando & controlo
para
partilha & regulação**



Uma ideia de mundo

Agora...

Sociedade da Informação

- Uso intensivo de computadores e redes
(do saber usar ao saber o que fazer com eles...)
- A informação que conta é digital
(a informação já não é o que era e vale pouco...)
- A organização que conta é a rede
(as hierarquias são uma simplificação num momento...)

O que significa?



Dois aspetos essenciais

• Sustentabilidade

Como garanto a minha liberdade ou como o valor gerado cobre o valor absorvido*

**(valor: económico, social, político e satisfação)*

• Soberania

*Como garanto a minha identidade** ou como posso ser reconhecido como eu próprio e ser o que quero/posso ser*

*** (marca: pessoa, empresa, nação)*

Tempo e espaço

- **Tempo**

24/7 sempre ligado, sempre presente

MAS disponibilidade inteligente e bem gerida

AFINAL o tempo humano é limitado

- **Espaço**

em qualquer lugar, de qualquer forma

MAS como estar presente?

AFINAL a experiência é o memorável

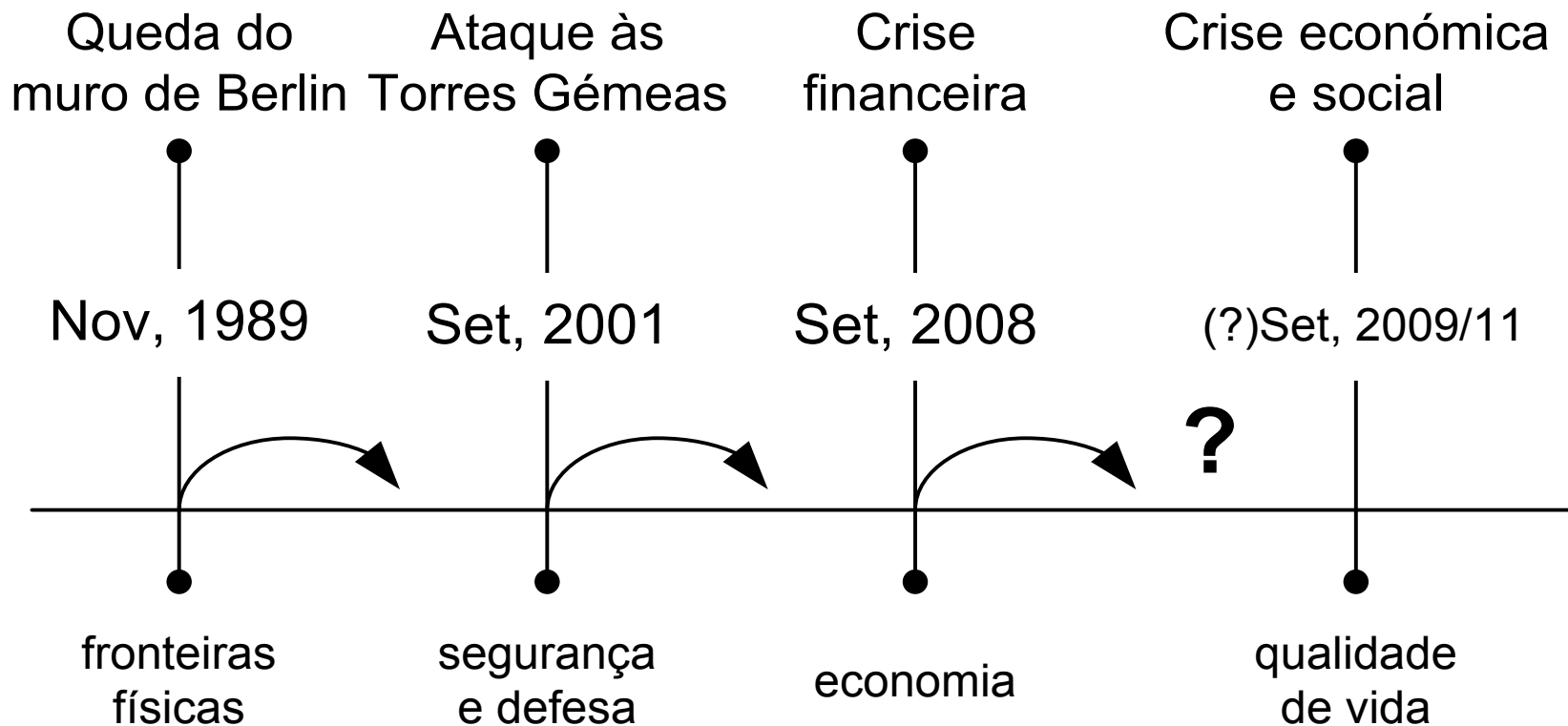
Estratégias facilitadas pelo digital

- Capacidade de **projeção**
 - Chegar aos outros e exposição global
- Diferente e **dinâmico**
 - Ter capacidade de capturar a atenção
- Criativo e **inovador**
 - Ter capacidade de concretizar valor
- Inclusivo e **cumplice**
 - Perceber que a colaboração e a rede são essenciais

O Contexto actual

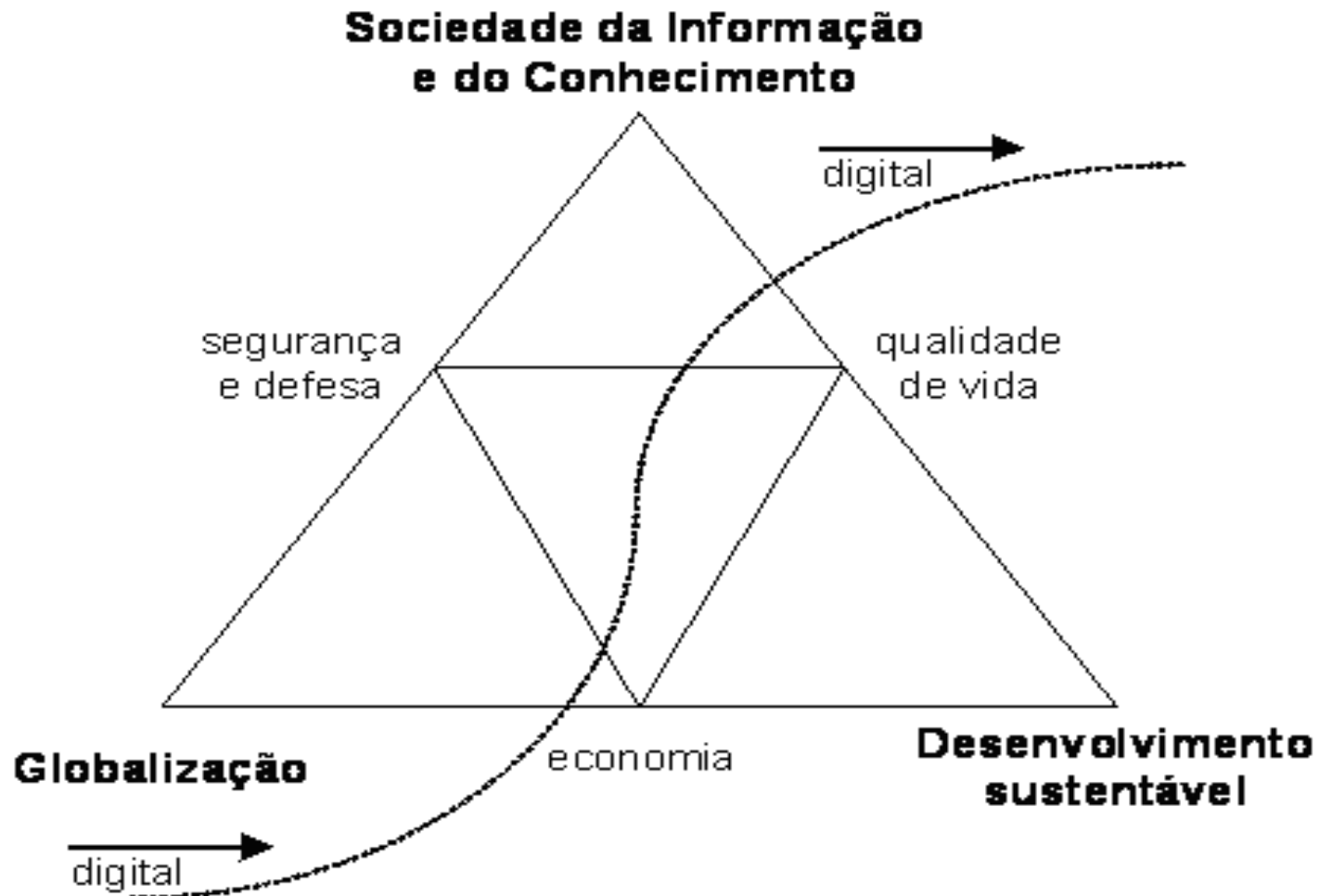


O mundo em que vivemos



*Imagem retirada do
Estudo sobre Governação, Abril de 2009 – APDSI (Gouveia et al., 2009)*

Digital: “ O rolo compressor ”



- O mundo está mudado

- Mais digital

- Mais competitivo

mas também:

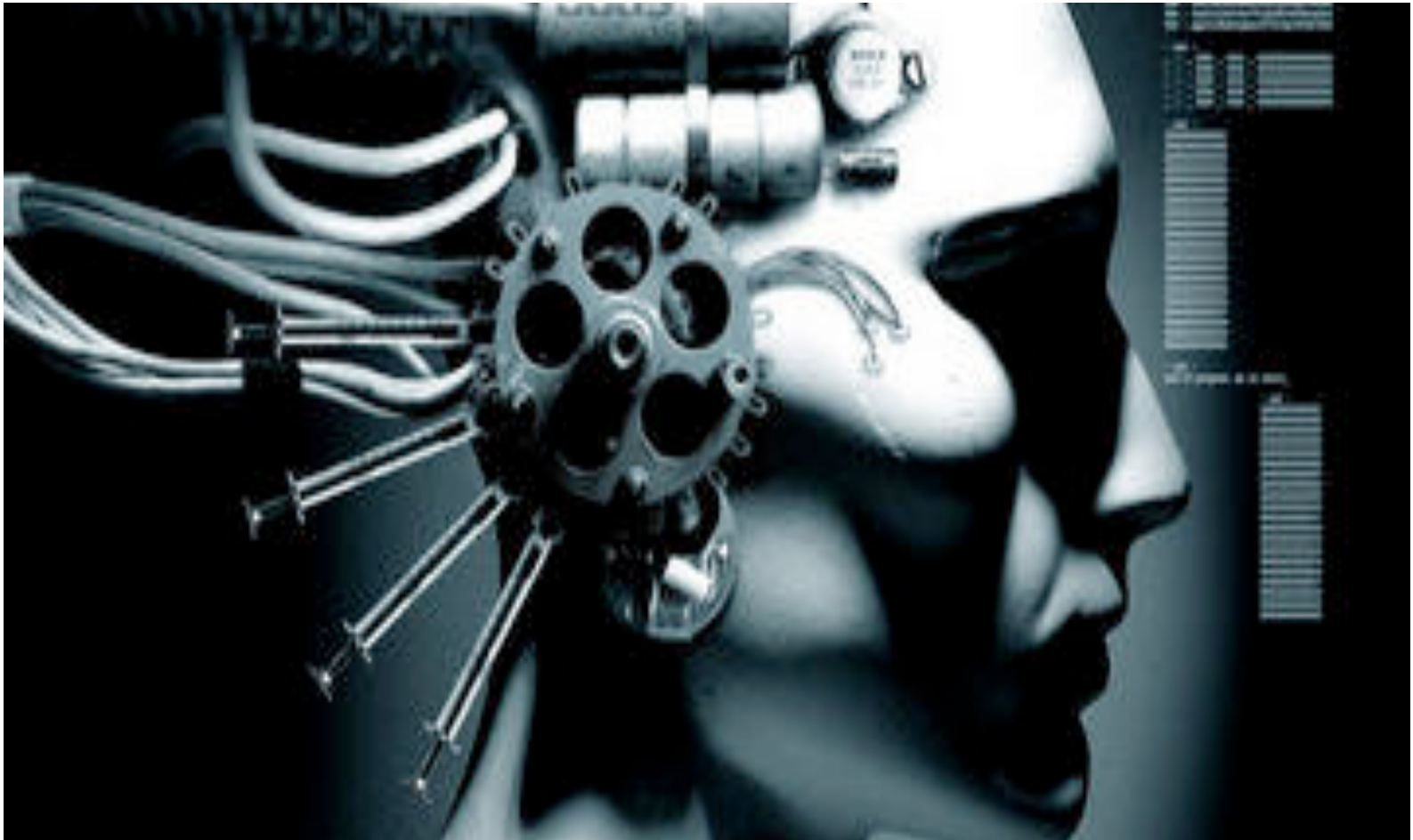
- Menos previsível

- Com mais gente que conta

- Com mais necessidade de errar e menos tempo para o fazer



As promessas do digital



O DIGITAL

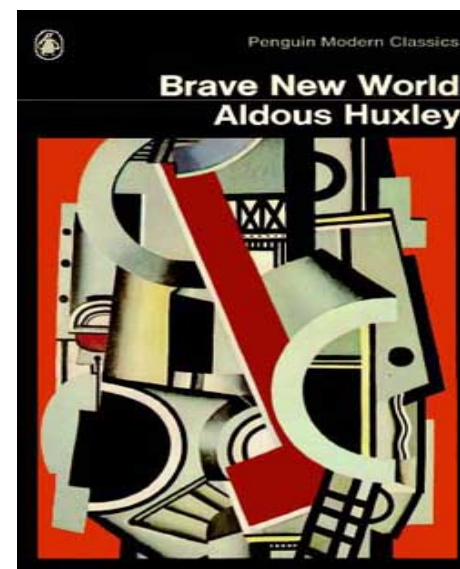
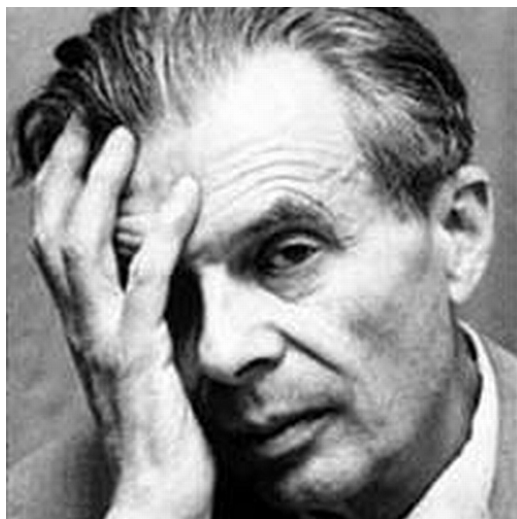
está a ser...

Uma viagem coletiva



Internet como um admirável mundo novo

- Aldous Huxley (1894-1963) defendeu que um mundo de paraíso construído em torno da tecnologia não pode constituir uma alternativa válida para as pessoas e as suas ligações emocionais (ele é a favor da felicidade universal e não de uma verdade perfeita e pura) – <http://www.huxley.net/>



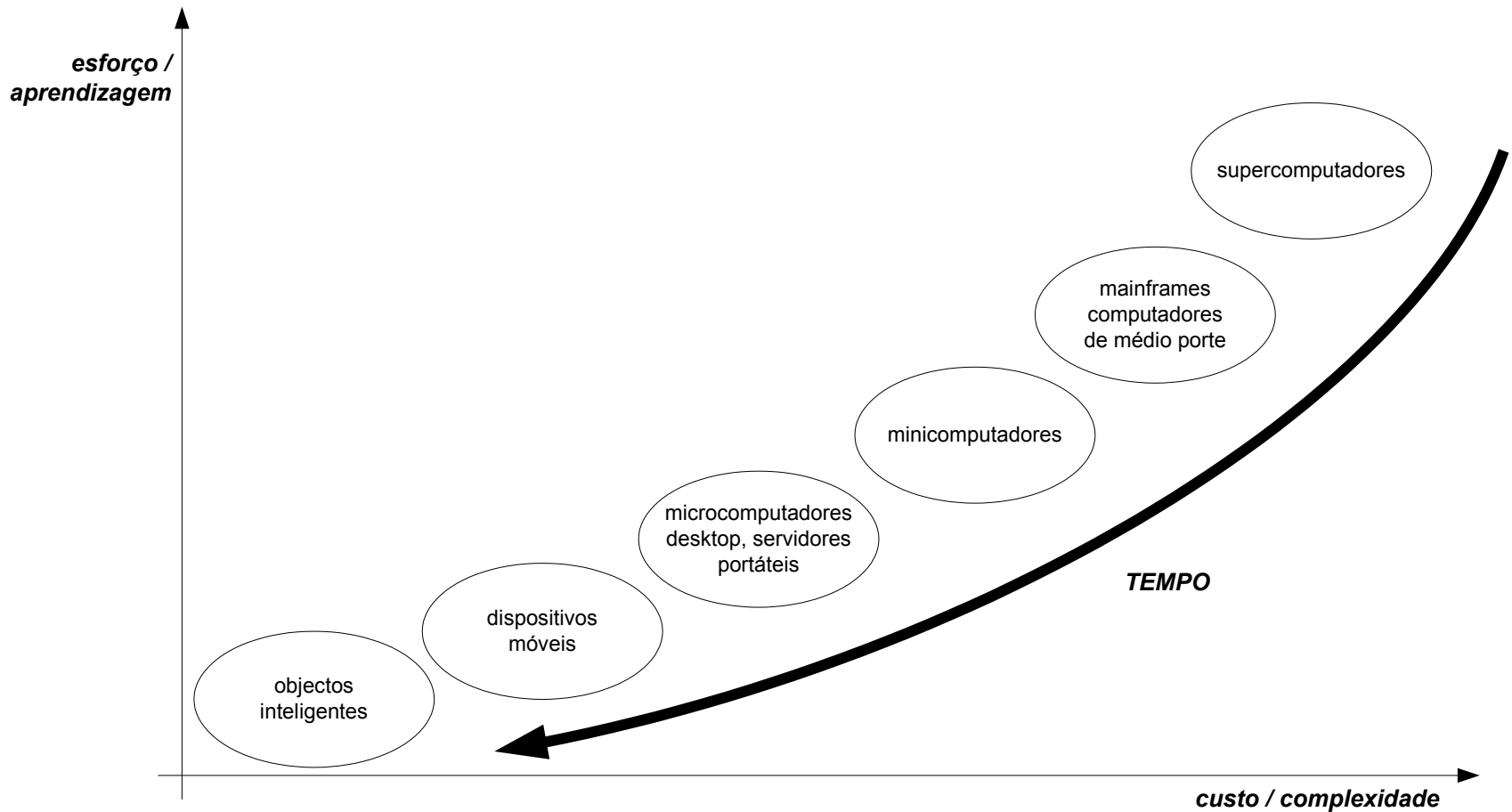
Algumas ideias deste mundo novo...

- Altamente conetado
- Opera em ritmo acelerado
- Em constante mudança
- Espaços de trabalho em mutação constante (de recreio também?...)
- Fazer agora, em qualquer local, com a tecnologia disponível, sem tomar tempo e com eficiência de recursos
- Ação tem de ser:
 - Orientada à colaboração
 - Aprendizagem ao longo da vida
 - Auto aprendizagem
- Estar preparado para:
 - Partilhar, cocriar, ser criativo, reutilizar e estar sempre ligado e com alta mobilidade, descartar

Desafios Digitais



Menos computadores, mais *gadgets*



Onde está o computador!

**Escondido na(s) rede(s)
e
Conetado por transações
e
Fluxos de dados**

*“algures no meio de nós”
Uma ubiquidade quase
religiosa*



Implicações...



Do mundo analógico para o mundo digital

- **Aprender**

- analógico: **memorizar** para aprender
- digital: **esquecer** para aprender

- **Trabalhar**

- analógico: **tomar tempo** para trabalhar
- digital: trabalhar **sem tomar tempo**

- **Ensinar**

- analógico: **organizar, estruturar e transmitir**
- digital: **curar, contar e animar**

Vários desafios

PRIVACIDADE e SEGURANÇA

Proteção de dados

Transparência

Domínio público

Domínio privado

Vários desafios

PRIVACIDADE (e/ou) SEGURANÇA

Proteção de dados

Transparência

ONDE ESTÁ O VALOR?

Domínio público

Domínio privado



A rede como elemento fulcral da atividade humana no digital

SOCIEDADE EM REDE

1

Sociedade em rede

- O conceito de sociedade em rede contempla um leque alargado de fenómenos que tem ocorrido a partir da segunda metade do século XX e à **escala global**
 - sucessor da pós industrialização, da sociedade da informação, do pós Fordismo, da pós-modernidade e/ou globalização
- Defende a **prevalência da rede**, em substituição da hierarquia como o modo de organização mais comum, de os seres humanos interagirem em sociedade
- Defende o crescente **uso do digital e da mediação de tecnologias** que o proporcionam (tecnologias de informação e comunicação), que constituem a **infraestrutura básica** que serve de mediação quase que exclusiva, a um leque alargado de práticas sociais, políticas e económicas.

Ver texto em <http://www.slideshare.net/lmbg/memo-networkedsociety-lmbg>

2

Sociedade em rede

- Segundo a formulação de Castells de 1998, a **sociedade em rede** é formada por redes de produção, poder e experiência, construindo uma cultura de virtualização nos fluxos globais que transcende o tempo e o espaço
- As instituições, pilares da sociedade, necessitam de se **reorganizar** de forma a **dar resposta à expansão dos conceitos de tempo e espaço**, de acordo com o digital que torna estes conceitos mais elásticos e os transforma e multiplica em diversas modalidades, muitas delas ainda em evolução

Ver texto em <http://www.slideshare.net/lmbg/memo-networkedsociety-lmbg>

3

Sociedade em rede

- Conforme Castells defendeu em 1998, numa sociedade em rede, o poder e a falta de poder são função **do acesso a redes e do controle dos seus fluxos** (recursos, informacionais e financeiros)
- As redes constituem-se como portas de acesso onde se sucedem oportunidades sendo que, fora das redes, a sobrevivência é cada vez mais difícil (ameaça)
 - crise é precisamente a dupla conjugação das ameaças e oportunidades (pelo menos para os Orientais...)

Ver texto em <http://www.slideshare.net/lmbg/memo-networkedsociety-lmbg>

4

Sociedade em rede

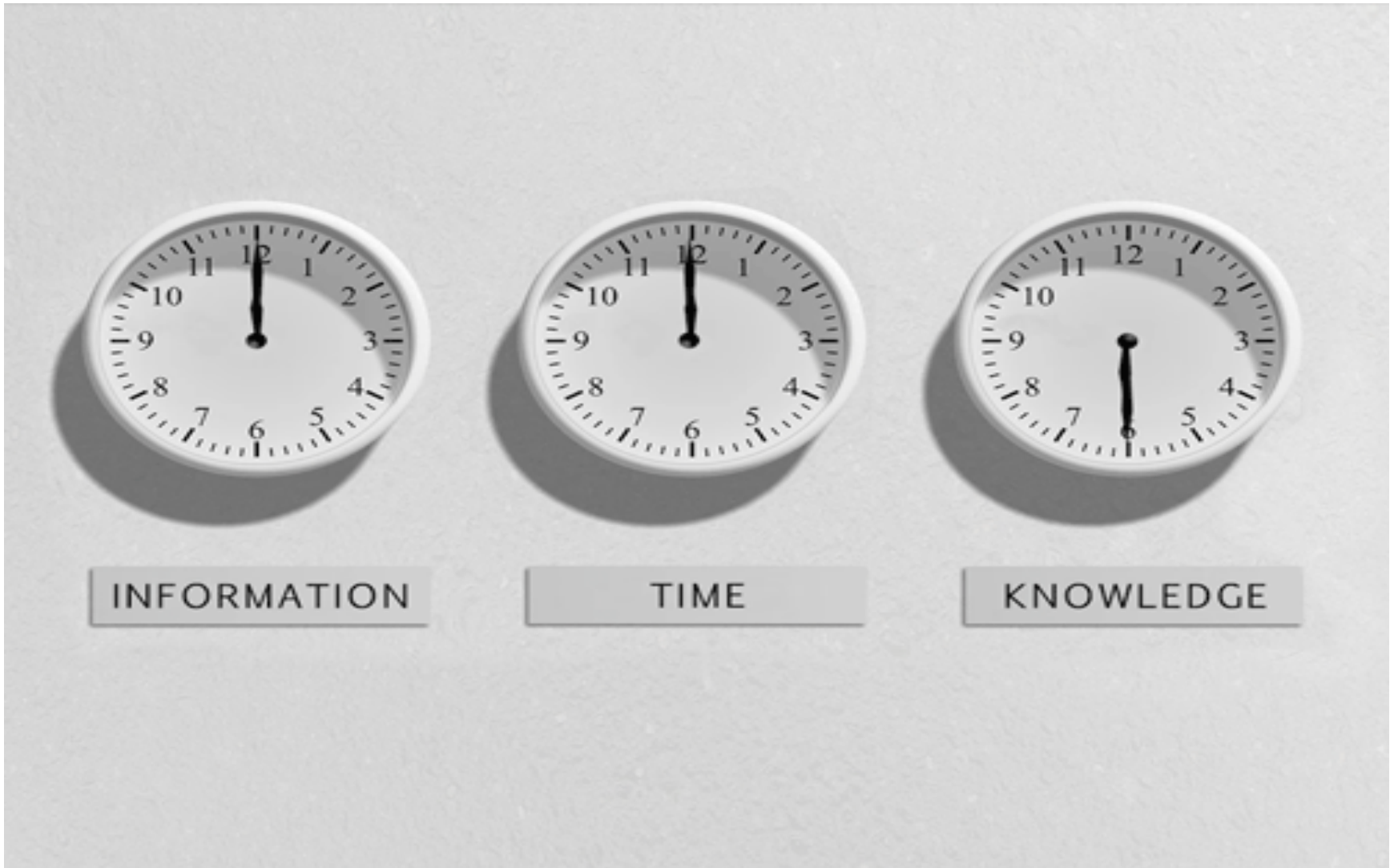
- Castells propôs em 1996 o **espírito do informacionalismo** enquanto ética fundadora da empresa em rede
 - resultado de muitas culturas e projetos, produto dos diversos intervenientes nas redes que a informam e são influenciados por ela, resultando em **transformações organizacionais e culturais aceleradas**
- Esta dinâmica consegue constituir uma **força (com impacte) material** na medida em que informa, força e molda as decisões económicas e até estratégicas da (vida) da rede
- Este espírito constitui a forma de **destruição criativa** acelerada por via dos dispositivos eletrónicos e do digital

Ver texto em <http://www.slideshare.net/lmbg/memo-networkedsociety-lmbg>

O novo *Novo* e o uso e exploração do digital

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

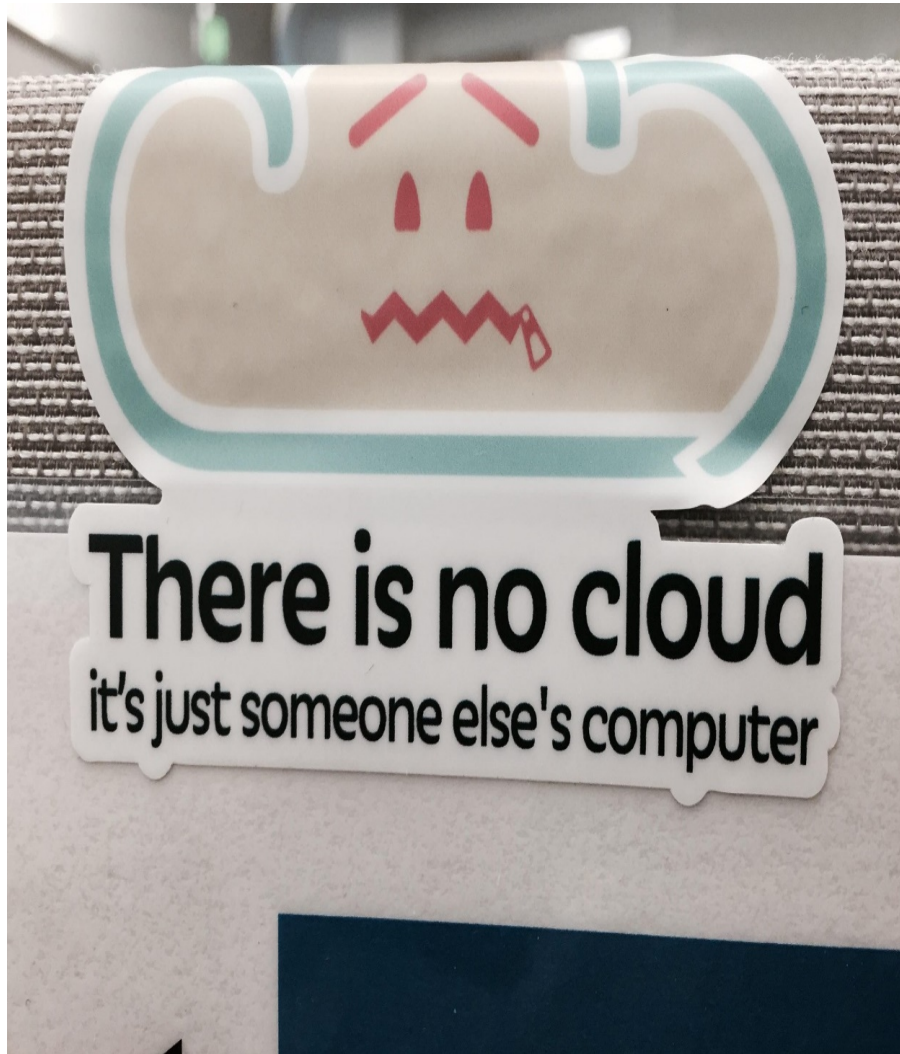
Os “novos” tempos



Governo e governação

- Governação (conceito empírico, 1995) e posteriormente teórico...
- A direção do governo já não é suficiente
 - Necessário um outro modo de governar
- Processo de direção estruturado (institucional/técnico) orientado à ação coletiva por via da cooperação
 - Produto da participação, da sociedade e governo (que é dinâmico e negociado entre os seus atores)
 - Na governação já não existe um actor central (processo de direção da sociedade em que interdependência, integração, coprodução e coresponsabilidade são aspetos constantes na ação)

A nova realidade



Uber → The world's largest taxi company, owns no vehicles.

← The world's most popular media owner, creates no content. **Facebook**

Alibaba → The most valuable retailer, has no inventory.

← The world's largest accommodation provider, owns no real estate. **Airbnb**

Something interesting is happening.
TOM GOODWIN

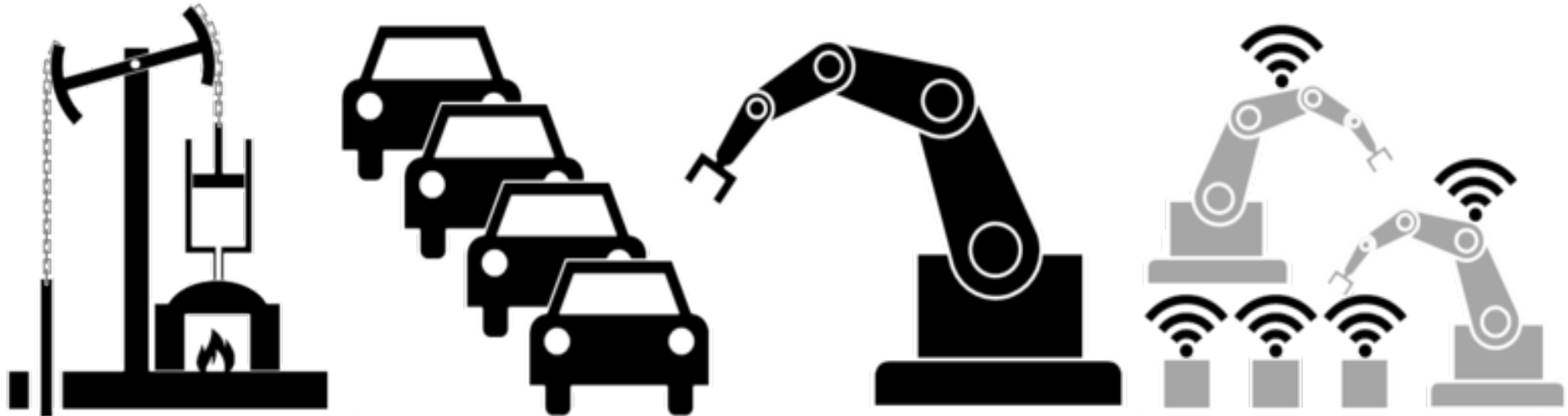
wetpaint
creative digital solutions

🌐 /WetpaintMENA

Qual a força do digital para a mudança?



Quarta vaga? (era 2.0 ou indústria 4.0)



1st

2nd

3rd

4th

Mechanization,
water power, steam
power

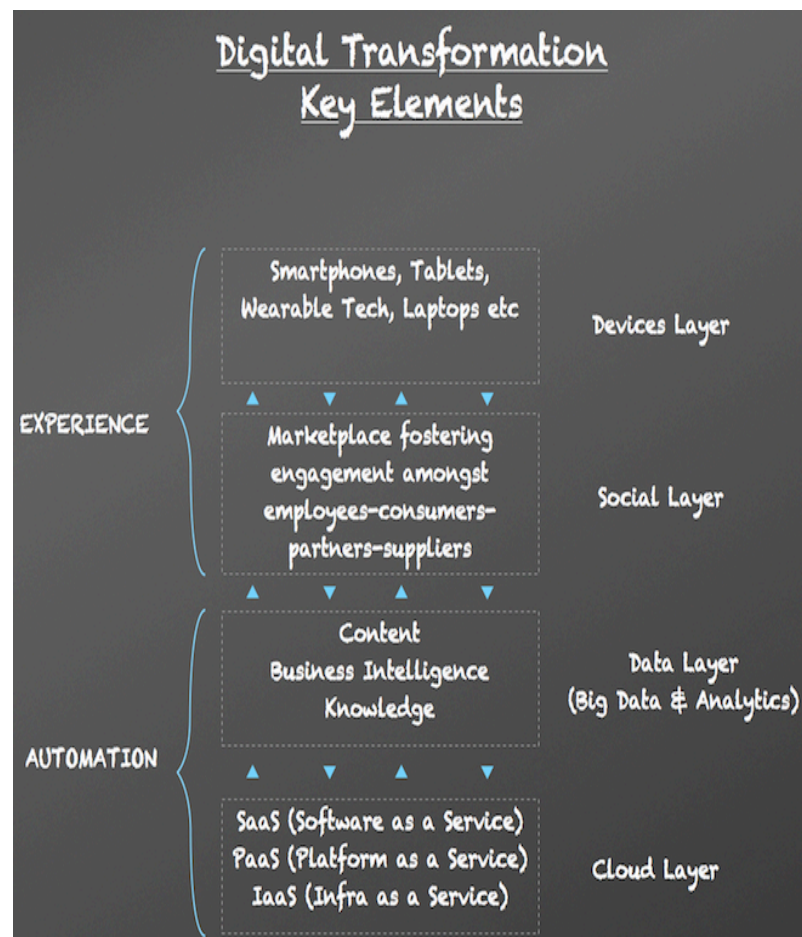
Mass production,
assembly line,
electricity

Computer and
automation

Cyber Physical
Systems

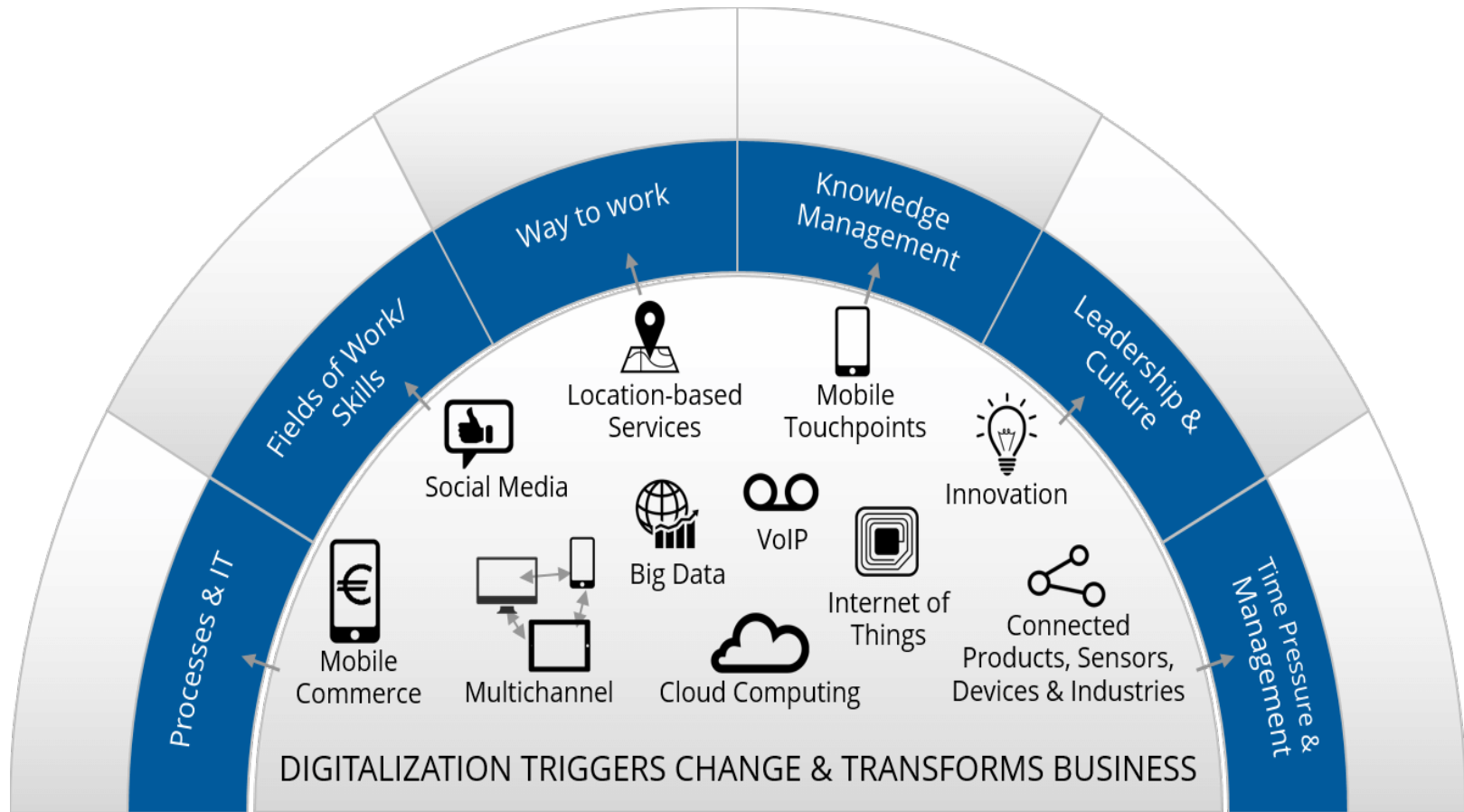
Transformação digital

- Mudanças associadas com a aplicação de tecnologia digital em todos os aspetos da atividade humana
- A transformação digital pode ser encarada como a terceira fase de adoção do digital:
 - Competências digitais
 - Literacia digital
 - Transformação digital
- O uso e exploração do digital possibilita novos tipos de inovação e criatividade que alavancam os métodos tradicionais de atividade humana
- A força de trabalho tem de sofrer uma transformação do modo analógico para o digital
- Exige uma abordagem do responsável na organização pela informação (dos dados ao conhecimento) do estado modo de sobrevivência, para o estado de produtor de valor



<http://tarrysingh.com/2014/03/digital-transformation-simply-explained/>

A transformação digital como uma segunda vaga de digitalização, após a Internet



<http://4-advice.net/digital-transformation/>

A situação em Portugal

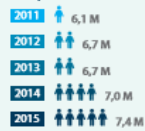


ECONOMIA DIGITAL EM PORTUGAL

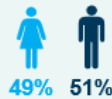
POPULAÇÃO ONLINE

70% DA POPULAÇÃO UTILIZA A INTERNET

EVOLUÇÃO DO Nº DE INTERNAUTAS



CARACTERIZAÇÃO DOS INTERNAUTAS POR SEXO

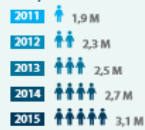


CARACTERIZAÇÃO DOS INTERNAUTAS POR IDADE

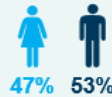


29% DA POPULAÇÃO COMPRA NA INTERNET

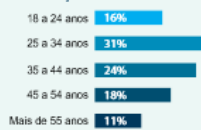
EVOLUÇÃO DO Nº DE COMPRADORES ONLINE



CARACTERIZAÇÃO DOS COMPRADORES POR SEXO



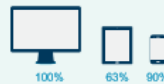
CARACTERIZAÇÃO DOS COMPRADORES POR IDADE



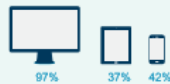
Fonte: INE & IDC, 2015

EQUIPAMENTOS UTILIZADOS

EQUIPAMENTOS UTILIZADOS PARA ACESSAR À INTERNET:
% dos internautas que utiliza este equipamento para aceder à Internet

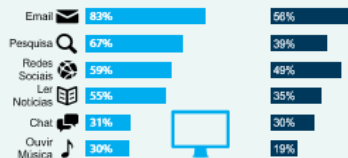


EQUIPAMENTOS UTILIZADOS PARA COMPRAR NA INTERNET:
% dos internautas que utiliza este equipamento para comprar na Internet



ATIVIDADES NA INTERNET

ATIVIDADES QUE CONSUMEM MAIS TEMPO:
% dos internautas que realiza as seguintes atividades várias vezes ao dia



TIPOS DE COMPRAS NA INTERNET

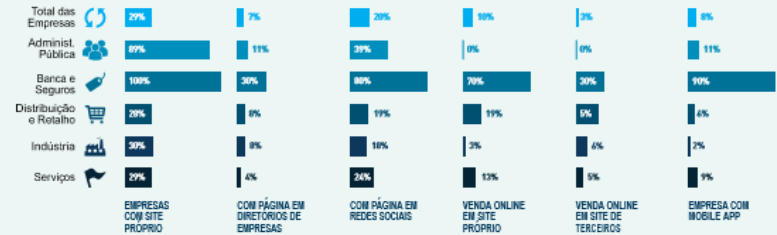
PRODUTOS E SERVIÇOS MAIS COMPRADOS:
% dos internautas que comprou os seguintes produtos nos últimos 12 meses



Fonte: IDC, 2015 (inquérito a 800 internautas em Portugal)

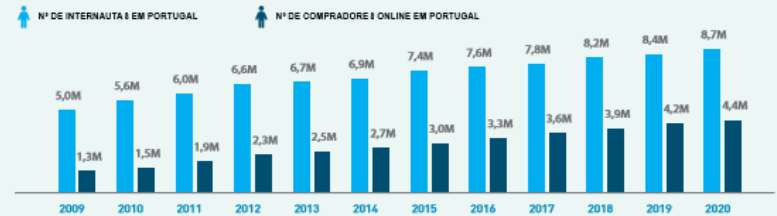
PRESENÇA DAS EMPRESAS NA INTERNET

32% DAS EMPRESAS TEM PRESENÇA ONLINE

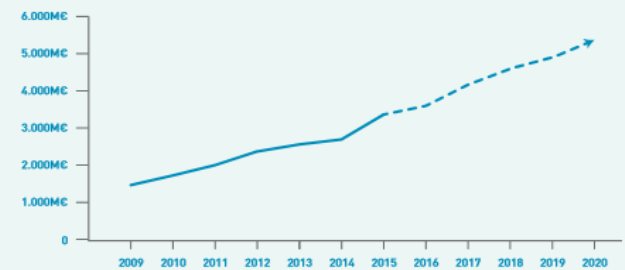


Fonte: INE & IDC, 2015

ECONOMIA DIGITAL: EVOLUÇÃO E PREVISÕES ATÉ 2020



COMÉRCIO ELETRÓNICO B2C EM PORTUGAL



Fonte: INE & IDC, 2015

E o resto do mundo?

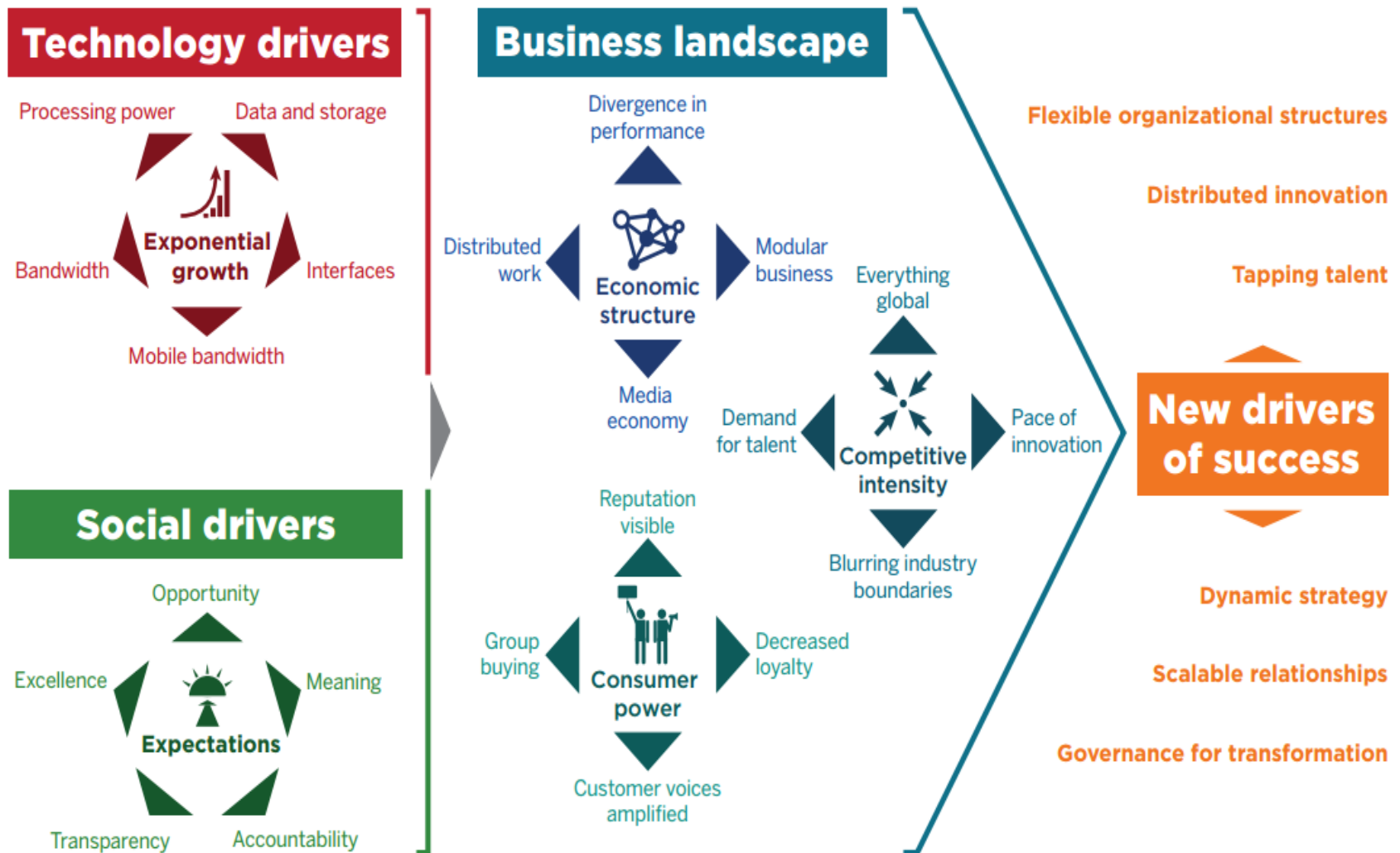
- Suficientemente
 - Rápido
 - Cómodo
 - Próximo
 - Eficiente
 - Confiável
- Valor acrescentado
 - O que resulta de fatores competitivos?
 - O que resulta de desconhecimento?

✓ Nº Envio: 8130436473		Sexta-feira, Dezembro 18, 2015 em 12:35		1 Peça
✓ Assinado por: LUIS G		Origem:		
> Obter Prova de Entrega		> BRISBANE - BURLEIGH HEADS QLD - AUSTRALIA		
		Destino:		
		> OPORTO - VILA NOVA DE GAIA - PORTUGAL		
Sexta-feira, Dezembro 18, 2015		Local	Hora	Peça
19	Envio entregue- Assinado por: LUIS G	VILA NOVA DE GAIA	12:35	1 Peça
18	Envio para entrega com o estafeta	OPORTO - PORTUGAL	09:47	1 Peça
17	Desalfandegamento completo em OPORTO - PORTUGAL	OPORTO - PORTUGAL	09:23	1 Peça
16	Envio chegou às instalações intermédias da DHL em OPORTO - PORTUGAL	OPORTO - PORTUGAL	08:23	1 Peça
15	Atualização do estado do despacho	OPORTO - PORTUGAL	07:45	
14	Partiu das instalações da DHL em VITORIA - SPAIN	VITORIA - SPAIN	07:47	1 Peça
13	Transferido por VITORIA - SPAIN	VITORIA - SPAIN	07:43	1 Peça
12	Partiu das instalações da DHL em LEIPZIG - GERMANY	LEIPZIG - GERMANY	01:41	1 Peça
Quinta-feira, Dezembro 17, 2015		Local	Hora	Peça
11	Envio processado nas instalações da DHL em LEIPZIG - GERMANY	LEIPZIG - GERMANY	23:52	1 Peça
10	Envio chegou às instalações intermédias da DHL em LEIPZIG - GERMANY	LEIPZIG - GERMANY	23:28	1 Peça
9	Partiu das instalações da DHL em HONG KONG - HONG KONG	HONG KONG - HONG KONG	17:30	1 Peça
8	Envio processado nas instalações da DHL em HONG KONG - HONG KONG	HONG KONG - HONG KONG	17:19	1 Peça
7	Desalfandegamento completo em HONG KONG - HONG KONG	HONG KONG - HONG KONG	13:44	1 Peça
6	Envio chegou às instalações intermédias da DHL em HONG KONG - HONG KONG	HONG KONG - HONG KONG	10:20	1 Peça
5	Atualização do estado do despacho	HONG KONG - HONG KONG	06:16	
Quarta-feira, Dezembro 16, 2015		Local	Hora	Peça
4	Partiu das instalações da DHL em BRISBANE - AUSTRALIA	BRISBANE - AUSTRALIA	21:57	1 Peça
3	Envio processado nas instalações da DHL em BRISBANE - AUSTRALIA	BRISBANE - AUSTRALIA	21:21	1 Peça
2	Atualização do estado do despacho	OPORTO - PORTUGAL	09:18	
1	Envio recolhido	BRISBANE - AUSTRALIA	14:28	1 Peça

Transformação digital

- Cinco tópicos a merecer a atenção
 1. **Uma estratégia e direções claras:** que produtos / que preços e que modelo de operação
 2. **Uma visão clara do que os clientes pretendem:** quais os canais a utilizar / como tratar diferentes clientes / integrar as experiências analógicas e digitais
 3. **As pequenas coisas e os pequenos detalhes contam:** estão os dados à altura / existe infraestrutura para suportar o esforço / quais os requisitos não funcionais
 4. **Vital a gestão dos requisitos:** foram capturados todos os requisitos / está a tomada de decisão contemplada nos requisitos / quem é dono, documenta e testa os requisitos
 5. **Envolvimento e adoção pelos *stakeholders*:** estão envolvidas as pessoas certas / sabem as pessoas o que vão obter / gestão da mudança

Impacto da transformação digital: transformação do negócio



Intensidade e transformação digital



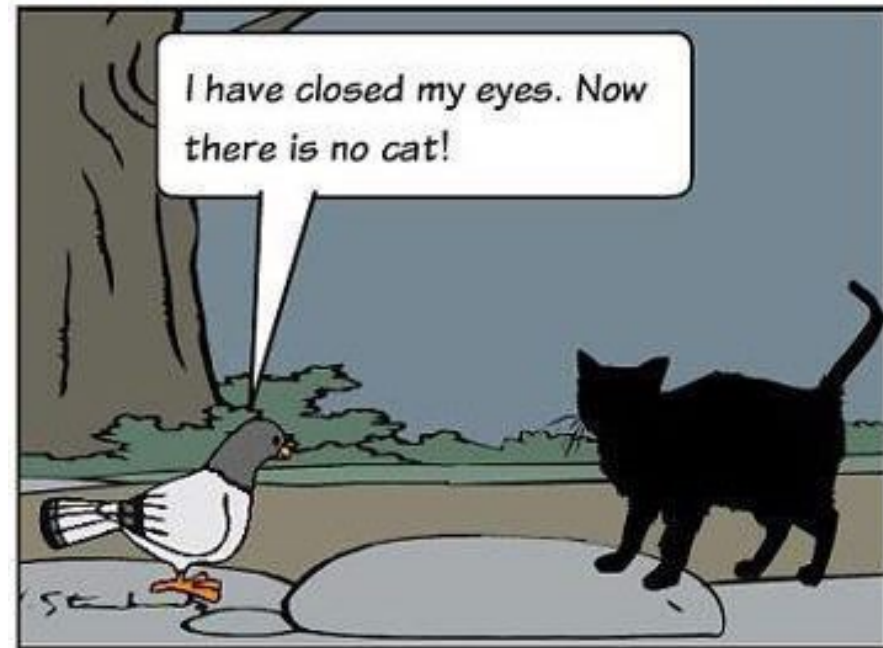
**IN CASE
OF FIRE,
TAKE
STAIRS**



Uma última nota para enaltecer o papel de uma ordem diferente

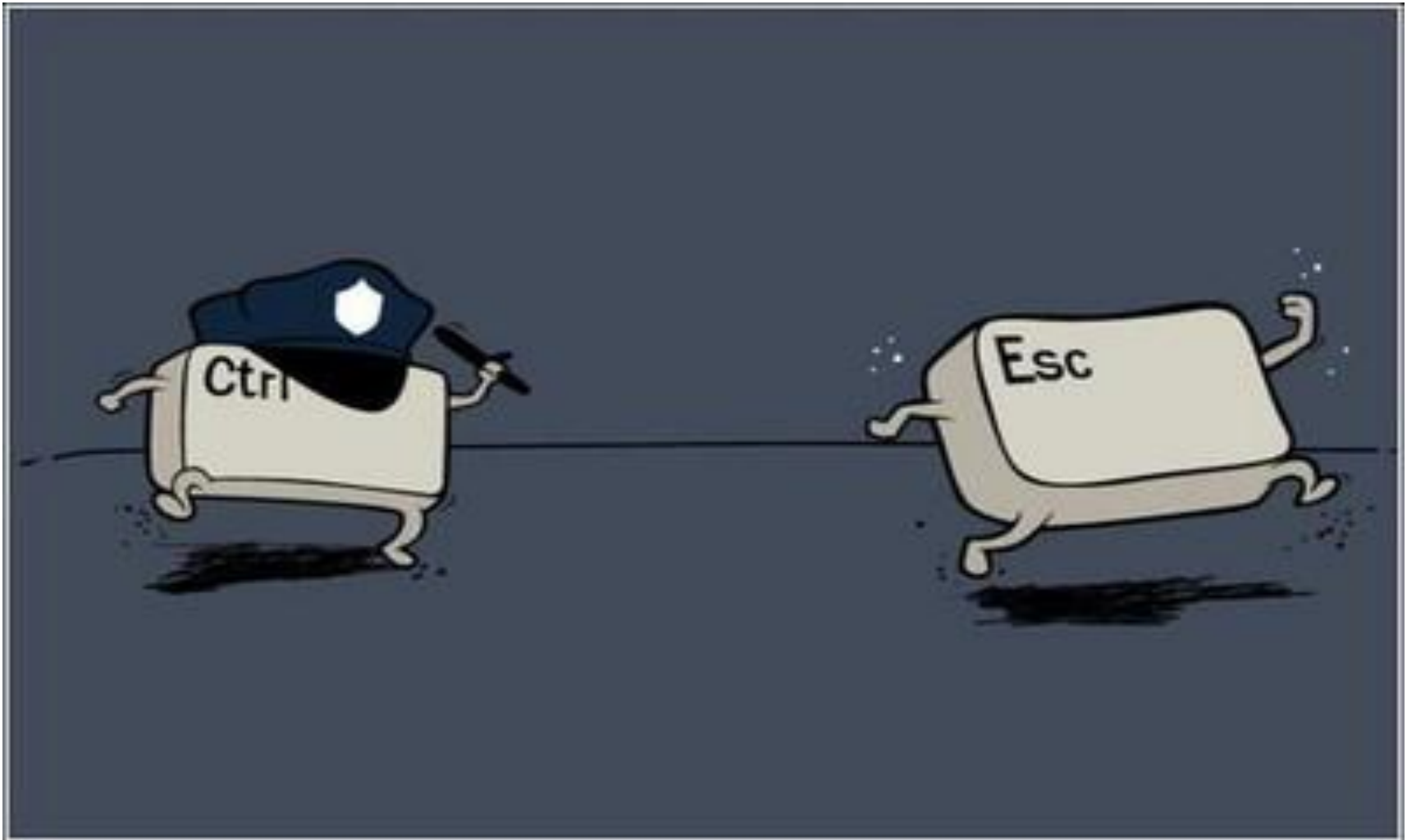
EPÍLOGO PARA O USO DE REDES E SISTEMAS COMPLEXOS

- Lidar com redes e o digital
- Não é
 - Bloquear
 - Ignorar
 - Conter
- Do comando e controle à governança



Questão: *quem comanda e controla?*

As TICs tem facilitado a preguiça de não pensar em soluções



LEITURAS



Gouveia, L. (2012). **O Conceito de Rede face ao Digital e aos Media Sociais**. *Multimed Revista do Reseau Mediterranéen de Centres D'Etudes et de Formation*. Nº 1. Edições Universidade Fernando Pessoa, pp 85-103. ISSN: 2182-6552.

PDF em acesso livre

http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/3371/1/gouveia_87-105.pdf

Negócio Electrónico, Dez 2006. SPI – Principia. 160 pp. ISBN: 972 8589 62 X

PDF em acesso livre

http://www.spi.pt/negocio_electronico/documentos/manuais_PDF/Manual_1.pdf

E ainda...

- Gouveia, L. e Neves, J. (2014). O Digital e a Sociedade em Rede: contribuições para a importância de considerar a questão da (ciber)defesa. *Revista do Departamento de Inovação, Ciência e Tecnologia* (DICT). N. 5. Universidade Portucalense. Dezembro, pp 34-40. ISSN 1647-4023.
texto disponível em <http://bdigital.ufp.pt/handle/10284/4605>
- Gouveia, L. (coord). (2009). *Modelos de Governação na Sociedade da Informação e do Conhecimento*. Apresentação de Estudo APDSI. Associação para a Promoção e Desenvolvimento da Sociedade da Informação.
Texto disponível em http://www.apdsi.pt/uploads/news/id255/modelos%20de%20governacao%20de%20informacao%20e%20do%20conhecimento%201047_20090421.pdf
- Gouveia, L. (2014). Texto sobre a Sociedade em Rede. 1º mensagens baseadas na leitura parcial do livro Castells, M. e Cardoso, G. (2005). *The Networked Society: From Knowledge to Policy*, Johns Hopkins University.
<http://www.slideshare.net/lmbg/memo-networkedsociety-lmbg>

Luis Borges Gouveia

Professor Associado com Agregação da Faculdade de Ciências e Tecnologia na Universidade Fernando Pessoa (Porto, Portugal)

Agregado em Engenharia e Gestão Industrial pela Universidade de Aveiro e Doutorado em Ciências da Computação pela Universidade de Lancaster, Reino Unido.

Autor de 15 livros e cerca de três centenas de trabalhos científicos publicados nas suas áreas de especialidade

Os seus interesses estão concentrados em como tirar partido do digital, dos computadores e das redes para melhorar a qualidade de vida das pessoas e organizações



Possui presença digital em

<http://homepage.ufp.pt/lmbg/> onde estão disponibilizadas diferentes formas de contato