

APPROPRIATE DATA: Processos de Comunicação e a Inteligência Geográfica na Gestão dos Relacionamentos Organizacionais¹

Marcello CHAMUSCA²

Márcia CARVALHAL³

Universidade Católica do Salvador, Salvador, BA

RESUMO

No contexto atual, em que o cidadão comum está cada vez mais empoderado com poder de mídia e possui como principal característica a necessidade de interação com o seu entorno, os relações-públicas, gestores de relacionamentos organizacionais, necessitam, de forma cada vez mais nítida, qualificar as relações da organização com esse indivíduo, uma vez que o seu poder de intervenção informacional, tanto nos espaços públicos quanto nos privados, de forma georreferenciada - geolocalizada -, bem como de difusão de ideias e conteúdos multimídia em diferentes escalas – que podem ir do local ao global – representam um potencial de grande significado, com dimensionamento negativo ou positivo, a depender do seu direcionamento. As informações produzidas por eles podem servir para desqualificar as organizações, suas marcas, produtos e/ou serviços, ou, caso haja instrumentos e direcionamento adequado, para contribuir para uma gestão competente de Relações Públicas no âmbito das organizações, contribuindo para a formação e manutenção de uma imagem pública favorável da organização. Baseando-se nessas premissas, esta pesquisa tem como objetivo geral comprovar o potencial da inteligência geográfica, possibilitada pelas informações deixadas como rastros digitais das ações de comunicação georreferenciadas – realizadas pelos próprios indivíduos no uso dos seus dispositivos móveis digitais durante a sua vivência nos espaços urbanos - público ou privado -, para uma gestão competente do relacionamento das organizações com os seus públicos, por meio da captura, sistematização e tratamento semântico das informações para apropriação específica de tomada de decisões estratégicas pela organização, o que nesta pesquisa se convencionou chamar de *Appropriate Data*. Para tanto, foram traçados os seguintes objetivos específicos: a)

¹ Trabalho apresentado na DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional, do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 18 a 20 de maio de 2022.

² Professor Doutor na Escola de Comunicação da Universidade Católica do Salvador, email: mchamusca@gmail.com.

³ Professora Doutora na Escola de Comunicação da Universidade Católica do Salvador, email: macarvalho@gmail.com

Entender a importância da informação geográfica para a formação de um legado de inteligência informacional imprescindível para a tomada de decisões pelas organizações no contexto atual; b) Refletir sobre a imprescindibilidade das organizações ouvirem os seus públicos empoderados com poder de mídia, enquanto este se comunica no seu deslocamento pelo espaço público - ou privado - da cidade; c) Levantar as possibilidades de monitoramento e gestão da comunicação georreferenciada no contexto atual da cidade; e, por último, d) estabelecer as bases teóricas para o conceito de *Appropriate Data* e suas aplicações e possíveis interfaces práticas a ele relacionadas. Utilizou-se, através de levantamento bibliográfico e pesquisas empíricas, os métodos de abordagem quantitativa e qualitativa. Para a abordagem das temáticas centrais das quais versa esta pesquisa, já foram consultados mais de 200 títulos de quase 140 autores diferentes. Na dimensão da pesquisa empírica consta um mapeamento de espaços físicos da cidade de Salvador, da aplicação de questionários *on-line* e da realização de entrevistas com especialistas nos três eixos conceituais da pesquisa: (1) território e territorialidades, (2) sociabilidade no contexto das organizações, e, (3) interação dos públicos empoderados com as organizações. Para nortear as questões relacionadas com territorialidades e as dinâmicas territoriais, utiliza-se Santos (2001, 2005, 2008), Silva e Silva (2006), Raffestin (1993), Haesbaert (2002, 2004), Albagli (2004), Christaller (1966), Carvalhal (2008, 2011, 2017), dentre outros, que tentam entender como se dá a dinâmica territorial a partir de diversos fenômenos. A sociabilidade no contexto das organizações é analisada preferencialmente pelo olhar de Latour (1994, 1997), Bauman (1999, 2003), Lévy (1993, 1999), Castells (1983, 1999, 2009) e Lemos (1995, 1999, 2002, 2005). Além disso, faz importante uma leitura do complexo cenário contemporâneo das tecnologias digitais na Era da Interface, em que o papel das coisas ganha dimensionamento diferenciado. Para isso utiliza-se a Teoria Ator-Rede (TAR), principalmente através de Latour (1987, 1992, 1997, 1999, 2005, 2012), Law (2001, 2002, 2003, 2004, 2006), Callon (1986), Lemos (2010, 2013, 2016), Bruno (2011, 2012) e Chamusca (2011, 2014, 2017). A partir da TAR, vislumbra-se a possibilidade de agregação e diálogo das pessoas com as coisas, que, por sua vez, dá forma a um novo contexto sócio-técnico, uma nova conjuntura que proporciona aos públicos de uma organização poder de produzir informações sobre o lugar em que se encontra e também de distribuir essa informação de forma georreferenciada, em diferentes escalas,

favorecendo a multiplicidade de interpretações do espaço em que se encontra. Aqui importa observar que essas interpretações dos públicos se dão enquanto eles estão utilizando ou tendo experiências com as marcas, seus produtos e serviços. Essas informações deixadas como rastros digitais nos espaços organizacionais, se capturadas, tabuladas, tratadas semanticamente e sistematizadas por temas de interesse das organizações, pode se tornar um legado informacional importante para a tomada de decisões por parte dos gestores de relacionamentos, os relações-públicas. Para tratar da dimensão da interação dos públicos empoderados com as organizações, tangencia-se a inteligência geográfica a partir da visão de Cereda Junior (2012, 2015, 2017), Carvalho (2000, 2002, 2003, 2005, 2011, 2012) e Moura (2014). A comunicação georreferenciada e a inteligência geográfica dão base a possibilidade de se pensar e estruturar uma gestão competente dos relacionamentos das organizações com os seus públicos e a importância que os públicos desta - agora empoderados com poder de mídia - têm na dinâmica territorial na atualidade, graças às possibilidades de intervenção que o contexto tecnológico lhe proporciona, favorecido pelo advento da mobilidade digital. Os fenômenos socioespaciais presentes nesse ambiente permitem a observação de dinâmicas complexas, envolvendo interconexões de redes diversificadas, pouco mensuráveis, por meios tradicionais e analógicos, mas com um alto nível de controle através da telemática. Se enfatiza não se tratar do uso do *Big Data* - pois esse é amplo, genérico, se volta para a amplitude e magnitude dos dados -, mas de *Appropriate Data*, que foca em dados específicos, obtidos através da mineração de dados, dentro de um recorte também específico de interesse da gestão, capturados, analisados, sistematizados, e semanticamente trabalhados, para uso aplicado ao planejamento e gestão do relacionamento das organizações com os seus públicos. A partir disso, inúmeras análises podem ser realizadas, através dos dados advindos desses rastros digitais, uma vez que, ao serem apropriados, esses rastros podem determinar padrões de comportamentos dos públicos de interesse da organização, bem como possibilitar uma leitura muito rica das dinâmicas territoriais por eles estabelecidas, praticamente em tempo real, permitindo se observar as transformações e os novos arranjos que podem surgir no território em que a organização se encontra, muitas vezes à revelia da sua gestão e da sua possibilidade de regulação e disciplina social do espaço. O conceito de *Appropriate Data* pode ser adequadamente explorado não só enquanto objeto de

reflexão e de teorização dos objetivos aqui propostos, mas também para entendimento do seu uso e aplicação prática na realidade e no contexto da gestão dos relacionamentos das organizações contemporâneas, visto que se trata de um conceito que traz consigo uma série de possibilidades de explorações, tanto conceituais quanto empíricas, uma vez que a ideia central do conceito envolve a apropriação de rastros digitais devidamente contextualizados, analisados e semanticamente trabalhados para fundamentar decisões, em um contexto de governança organizacional. O maior desafio a ser enfrentado neste trabalho é o de mostrar a importância de se recuperar rastros digitais, como diferencial estratégico para a gestão em Relações Públicas, uma vez que, apesar de toda a sua relevância no contexto atual, os rastros digitais ainda são ignorados, subestimados ou têm o seu potencial absolutamente desconhecido pela maioria dos gestores das organizações, o que, via de regra, ocasiona uma desconsideração de aspectos e variáveis importantes, na compreensão de organizações mais inteligentes, que se encaixam nos modelos de gestão baseadas nas tecnologias digitais contemporâneas. Se antes, as bases para o planejamento e a gestão organizacional excluía, na maioria das situações, o olhar do cidadão comum, hoje, com a ampliação das possibilidades reais de intervenção, de registro de trajetórias desse cidadão no contexto e nas dinâmicas territoriais por eles proporcionadas, são exigidos mais cuidados e domínios de saberes específicos para a consecução de ações mais efetivas, revelando a necessidade premente de se considerar essas expressões comuns como coadjuvantes do planejamento e gestão das organizações. Conforme Chamusca (2017), para ser efetivamente competente, a organização precisa, necessariamente, “dar voz” e “ouvir” os seus públicos, para entrar em sintonia com a suas expectativas. Essas tarefas podem ser realizadas através de um processo de reavaliação contínua das suas ações estratégicas e operacionais, sempre atenta às práticas sociais emergentes, insurgentes ou derivadas dessa configuração. Ao estabelecer uma gestão de Relações Públicas que contemple a inteligência da informação geográfica por meio de processos de comunicação georreferenciada, em que se possa, de modo proativo, dar voz e ouvir os públicos estratégicos da organização, se estará estabelecendo um ambiente propício para que esses públicos participem dos processos decisórios da organização seja formal ou informalmente, ativa ou passivamente, voluntária ou involuntariamente, construindo o seu espaço de convivência social, por meio da sua própria expressão, possibilitada pelas tecnologias

digitais de função pós-massiva, que potencializam a autonomia do indivíduo, mas também novas formas de controle e vigilância na intersecção dos espaços territoriais físicos e informacionais. Ao estabelecer um modelo de gestão de Relações Públicas que contemple a inteligência geográfica por meio de processos de comunicação georreferenciada e a aplicação prática do conceito de *Appropriate Data*, as organizações contemporâneas podem ser administradas e pensadas progressiva e estrategicamente, tanto pelas potencialidades que esse cenário traz para os gestores de relacionamentos, quanto pelo empoderamento que proporciona aos públicos da organização.

PALAVRAS-CHAVE: *Appropriate Data*; Gestão de Relacionamentos Organizacionais; Rastros Digitais; Teoria Ator-Rede; Relações Públicas Digitais.

REFERÊNCIAS

ALBAGLI, S. Território e territorialidade. In: LAGES, Vinícius; BRAGA, Christiano Lima; MORELLI, Gustavo (Orgs.). Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégias de inserção competitiva. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2004.

CEREDA JUNIOR, A. Do dado à Inteligência Geográfica: o pensar Espacial na formação universitária. Eu Esri, 2012.

CEREDA JUNIOR, A. Inteligência Geográfica na Educação: Transformando o mundo por meio da integração tecnológica e geoespacial no processo de ensino-aprendizagem. Conhecimento Prático: Geografia, São Paulo: Editora Escala, edição 58, bimestral, 2015.

CEREDA JUNIOR, A. O Mercado de Trabalho em SIG e Geoprocessamento. Youtube, 31 jan. 2017. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=eUXOFSAONzo>.

BAUMAN, Zygmunt. Globalização: as consequências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade Líquida. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BRUNO, Fernanda. O social não existe de muitas maneiras: o social está por fazer. Simpósio Nacional ABCiber, 5. Florianópolis/SC, nov. 2011 (palestra).

_____. Rastros digitais sob a perspectiva da teoria ator-rede. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. 19, n. 3, p. 681-704, set./dez. 2012.

CALLON, Michel. Some elements of a sociology of translation-domestication of the scallops and the fishermen of St-Brieuc Bay. Sociological Review Monograph, 1986b.

_____. Some elements of a sociology of translation: domestication of the scallops and the fishermen of St Brieuc Bay. In: LAW, J. Power, action and belief: a new sociology of knowledge? London: Routledge, 1986a.

CARVALHAL, Márcia. A territorialidade e a dimensão participativa na ciberdemocracia: o caso do Fórum Social Mundial. Salvador: VNI/UCSAL, 2011.

_____. Perspectivas contemporâneas de território, espaço e democracia. Seminário nacional dinâmica territorial e desenvolvimento socioambiental. ANAIS. Ucsal, Salvador, ago. 2008.

CASTELLS, Manuel. A era da intercomunicação. Le monde diplomatique. Disponível em: <http://diplo.uol.com.br/2006-08, a1379>. Acesso 22 jun. 2009.

_____. Sociedade em rede: a era da informação, economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. The city and the grassroots: a cross-cultural theory of urban social movements. Berkeley/los angeles: the University of California Press, 1983.

CHAMUSCA, Marcello. Os processos infocomunicacionais e as dinâmicas territoriais e sociais na cidade contemporânea. Salvador/BA: VNI/UCSal, 2011.

_____. Perspectivas sócio-técnicas do território e desenvolvimento, práticas sócio-espaciais e gestão urbana competente. Anais do CONINTER 2014. Congresso Internacional Interdisciplinar em Sociais e Humanidades, Salvador, no 3, v. 6, p. 241-259, 2014.

CHRISTALLER, Walter. Central places in Southern Germany. Translated from Die Zentralen Orte Süddeutschland by Carlisle W. Baskin. New Jersey: Prentice-Hall, INC. Englewood Cliffs, 1966.

HAESBAERT, Rogério. O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multi-territorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

_____. Territórios alternativos. São Paulo: Contexto, 2002.

LATOUR, Bruno. Jamais fomos modernos. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.

_____. On actor-network theory: A few clarifications. Centre for Social Theory and Technology (CSTT). Keele University/UK, 1997 (página eletrônica).

_____. On Recalling ANT. In: LAW, J.; HASSARD, J. Actor-network theory and after. Oxford: Blackwell Publishing, 1999, p.15-25.

_____. Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede. Salvador: EDUFBA, 2012.

_____. Reassembling the social: an introduction to Actor-Network Theory. Oxford/NY: University Press, 2005.

_____. Science in action: how to follow scientists and engineers through society. Cambridge/Mass.: Harvard University Press, 1987.

_____. Where are the missing masses? The sociology of a few mundane artifacts. Shaping Technology/Building Society: Studies in Sociotechnical Change. USA: Wiebe E. Bijker & John Law; MIT Press, 1992.

LAW, John. After method: mess in social science research. Taylor & Francis e-Library, 2004.

_____. Disasters, asymmetries and interferences. Centre for Science Studies, Lancaster, 2003.
Disponível em: <http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/papers/Law-Disasters-Asymmetries-and-Interferences>.
Acesso em: 27 fev. 2015.

_____. Notas sobre a teoria do ator-rede: ordenamento, estratégia e heterogeneidade. Tradução de Fernando Manso. Rio de Janeiro: COMUM, 2006.

_____. Objects and spaces. Theory, Culture and Society, v. 19, p. 91-105, 2002.

_____. Ordering and obduracy. Centre for Science Studies. Lancaster University, 2001.
Disponível em: <http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/papers/Law-Ordering-and-Obduracy.pdf>. Acesso em: 7 jan. 2014.

LEMOS, André. A comunicação das coisas: teoria ator-rede e cibercultura. São Paulo: Annablume, 2013b.

_____. Cibercidade: as cidades na cibercultura. São Paulo: E-papers, 2004.

_____. Cidade digital: portais, inclusão e redes no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2007.

_____. Mídia locativa; comunicação e mobilidade; introdução e aspectos gerais. Curso de extensão mídias locativas: comunicação e mobilidade. Auditório da Faculdade de Comunicação da UFBA. 11 mai. 2009.

_____. Mídias locativas e territórios informacionais. In: SANTAELLA, Lúcia; ARANTES, Priscila (Edits.). Estéticas tecnológicas: novos modos de sentir. São Paulo: EDUC, 2007. p.48-71.

LÉVY, Pierre. As tecnologias da inteligência. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.

_____. Cibercultura. Rio de Janeiro: Editora 34, 2002.

Moura, Ana Clara Mourão. Geoprocessamento na Gestão e Planejamento Urbano. 3a. Edição. São Paulo: Interciência, 2014.

RAFFESTIN, Claude. Por uma geografia do poder. Tradução de Maria Cecília França. São Paulo: Ática, 1993.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. O Brasil: território e sociedade no início do século XXI. 10 ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.

_____. O Brasil: território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SANTOS, Milton. Da totalidade ao lugar. São Paulo: EDUSP, 2005.

_____. Economia espacial. São Paulo: Edusp, 2008.

SILVA, Sylvio C. Bandeira de Mello; SILVA, Barbara Christine N. Estudos sobre globalização, território e Bahia. 2ed. ampliada. Salvador: Mestrado em Geografia da UFBA, 2006.