



Relações Públicas e Mobilidade Informacional Digital no Contexto das Organizações Contemporâneas¹

Marcello Chamusca²
Instituto Federal da Bahia / Faculdade Batista Brasileira

Márcia Carvalhal³
Faculdade Batista Brasileira

Resumo

O presente artigo pretende realizar uma reflexão sobre o processo de comunicação e relações públicas sobre a influência do advento da mobilidade informacional digital no contexto das organizações contemporâneas. Parte-se do princípio de que as relações estratégicas das organizações com os seus públicos são sendo significativamente afetados pela possibilidade de comunicação em movimento proporcionada pelas tecnologias móveis digitais. As análises se dão a partir de princípios e conceitos sistematizados por pensadores do ambiente contemporâneo e por referenciais obtidos a partir de estudos dos autores na área.

Palavras-chave

Relações Públicas; Relações Públicas Digitais; Mobilidade Informacional Digital; Organizações Contemporâneas.

Introdução

Quando se fala em mobilidade na cidade contemporânea têm-se muitas possibilidades de abordagem como, por exemplo, mobilidade no sistema de transporte, referindo-se à locomoção de pessoas e cargas para diferentes pontos da cidade; mobilidade comunicacional, referindo-se à interligação de informações e pessoas a partir das redes telemáticas; ou ainda da mobilidade de fluxos financeiros, quando se refere à mobilidade do sistema monetário, em que moedas de diversos tipos e formas circulam no âmbito da cidade, apenas para citar três possibilidades (CHAMUSCA, 2010).

¹ Trabalho apresentado no DT 3 Relações Públicas e Comunicação Organizacional, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor do Instituto Federal da Bahia (IFBA) e coordenador do curso de pós-graduação gestão Estratégica em Relações Públicas da Faculdade Batista Brasileira (FBB). E-mail: mchamusca@gmail.com

³ Professora do curso de pós-graduação gestão Estratégica em Relações Públicas da Faculdade Batista Brasileira (FBB). E-mail: macarvalhal@gmail.com



Independente das diferenças que podem haver entre todas as possibilidades de abordagem sobre mobilidade no âmbito da cidade, há, pelo menos, um ponto de convergência entre elas no contexto contemporâneo: todas estão relacionadas com a noção de redes que, por sua vez, podem ser de diversos tipos e características: biológicas, sociais, tecnológicas, dentre outras.

Para o recorte que se fará neste artigo, em que se buscará o entendimento da relação entre mobilidade informacional digital e os processos de comunicação e relacionamentos organizacionais no contexto atual, dois tipos de redes interessam especialmente ao contexto das discussões: as redes telemáticas e as redes sociais. As primeiras, por formarem uma base para os fluxos informacionais, que se configuram e se difundem no tecido urbano das complexas cidades contemporâneas. E as últimas, por se referirem ao produto das vivências humanas individuais e coletivas, interfaceadas pelo meio ambiente, das pessoas com seus pares.

Lemos (2007, p. 122) observava que as redes telemáticas “passam a integrar, e mesmo a ‘comandar’ (cibernética), as diversas redes que constituem o espaço urbano e as diversas formas de vínculo social que daí emergem”. Por outro lado, essa hegemonia das redes telemáticas não diminui a importância das outras redes, sobretudo, das redes sociais, visto que são elas que promovem a sua dinâmica, na medida em que estabelecem a rede telemática como elemento predominante da sociedade atual.

Assim entendia Castells (1999) quando concebeu a noção de “sociedade em redes”, em que considerava a sociedade atual como a sociedade da informação, do conhecimento, graças à possibilidade que esta tem de instituir grandes fluxos informacionais multidirecionados, que influenciam significativamente nos processos de comunicação e relacionamentos organizacionais.

Os grandes fluxos informacionais, potencializados pelas redes telemáticas, por si só já criam condições para a noção de mobilidade na cidade ser significativamente ampliada, visto que, segundo Lemos (2007), a cidade se constitui, historicamente, como lugar de mobilidade e fixação. Mas, certamente, só com a chegada do conceito de computação ubíqua (WEISER, 1991), a noção de mobilidade física se alia à informacional, o que permitiu o atingimento do que aqui vamos chamar de mobilidade informacional digital na sua plenitude, advento que vem impondo transformações significativas na forma que as organizações vêm se comunicando e se relacionando com os seus públicos na atualidade.



Princípios da cibercultura e seus rebatimentos nos processos de comunicação organizacional e relações públicas

Para tentar entender o cenário cultural contemporâneo, Lemos (2009) sistematizou os três princípios básicos da cibercultura: emissão, conexão e reconfiguração. O primeiro, de acordo com o autor, está relacionado aos *blogs*, *podcasts* e *sites* de relacionamentos, como o *Orkut* e o *Twitter*, dentre outras possibilidades. São as ferramentas que permitem a qualquer pessoa produzir informação com muito pouco recurso e sem pedir autorização a nenhum editor de veículo de comunicação, concessão do Estado ou mesmo apoio a nenhum grande financiador.

Para Lemos (2009), as revoluções que acontecem hoje, bem como as tensões relacionadas a direitos autorais e quebra de diversos paradigmas, vêm da liberação do polo de emissão, que permitiu o que se pode chamar de emissão generalizada. Qualquer pessoa na atualidade pode produzir informação e emitir, através da rede livremente, independente do seu conteúdo, tenha este cunho político, cultural, social, seja engajado ou trate simplesmente de entretenimento.

Esse primeiro princípio da cultura contemporânea dá base à formação de um “consumidor de informação” muito mais crítico, na medida em que as pessoas se percebem com um acesso muito maior ao legado informacional global – antes negado aos cidadãos comuns. Além disso, ele não é mais apenas consumidor. Agora também possui poder de mídia. Passa a ter possibilidade de produzir e distribuir conteúdo, que antes era uma atribuição específica e exclusiva dos veículos oficiais de informação, seja no âmbito massivo (a partir dos meios de comunicação de massa – TV, rádio, jornais, revistas, etc.) ou no âmbito restrito dos fluxos informacionais organizacionais (a partir dos instrumentos de comunicação estabelecidos pelas organizações para se comunicarem e se relacionarem com os seus públicos de interesse: cartazes, *folders*, *house organs*, ofícios, etc.).

Esse princípio afeta substancialmente o pensar o processo de comunicação e relacionamento das organizações com os seus públicos, visto que as novas possibilidades dele advindos influenciam de modo significativo o formato em que se dão essas relações. Se antes a relação da organização com alguns dos seus públicos se restringia a informar e comunicar decisões, fatos, direitos, deveres, atividades, características de produtos, serviços, etc., atualmente as relações se complexificaram, pois os públicos também passam a ter voz no processo comunicativo e a influenciar as organizações com as suas opiniões, necessidades e desejos transmitidos pelos canais digitais que dispõe de modo muito mais efetivo que antes.



É verdade que os públicos sempre influenciaram as decisões organizacionais, mesmo antes do contexto a que nos referimos. Mas é importante observar que na atualidade essa influencia, na grande maioria das vezes, se dá de modo espontâneo por parte dos públicos e não por iniciativa da organização em estabelecer canais para ouvir os seus públicos e/ou se relacionar com eles, como acontecia antes.

O segundo princípio é o da conexão. A emissão generalizada, constatada anteriormente, para Lemos (2009), só faz sentido porque é feita em conexão com outras pessoas. Ex: se antes o diário pessoal e o álbum de fotos de uma pessoa ficavam guardados na gaveta, hoje são vetores comunicacionais e de relacionamentos, pois são utilizados como forma de se comunicar e de se relacionar com outras pessoas, que também estão conectadas na mesma rede ou em redes próximas. A força hoje está em compartilhar e não em reter a informação, o que traz uma mudança estrutural para o pensar estratégico organizacional, uma vez que essa transformação muda valores muito sedimentados e muito arraigados, sobretudo, no âmbito das organizações empresariais.

O princípio da conexão, se analisado do ponto de vista da comunicação organizacional e dos relacionamentos estratégicos das organizações com os seus públicos, resgata a velha discussão da transparência nas ações organizacionais, pois expõe a questão do legado informacional estratégico das organizações, que sempre foi uma peça importante para o a sua diferenciação e posicionamento no seu âmbito de atuação.

Se o poder está no compartilhamento e, por outro lado, o legado estratégico está muitas vezes numa questão que não pode ser revelada, o contexto contemporâneo propõe um dilema para os gestores das relações organizacionais, visto que ao agir numa ambiência regida por uma determinada lógica, tomando como base uma outra lógica, que muitas vezes pode ser considerada antagônica a anterior, as organizações podem estar cometendo um grave erro, uma vez que as suas ações podem se tornar desencaixadas.

É importante observar que é quase consensual a ideia de que a participação das organizações nessa nova ambiência informacional digital é condição *sine qua non* para sua sobrevivência em médio e longo prazos, uma vez que o fato da organização decidir atuar ou não nesse ambiente, não a exclui dele, pois os diversos públicos com os quais ela se relaciona estarão lá, deixando as suas impressões, comentando as experiências que tiveram com os seus produtos e muitas vezes fazendo críticas ferozes, com a possibilidade de ser reverberada por centenas de milhares de pessoas que estão direta ou indiretamente ligadas à sua rede de relações. Tudo isso, sem a sua versão dos fatos, apenas sob o ponto de vista do crítico.



Vale observar que os dois primeiros princípios da cibercultura são, na atualidade, absolutamente potencializados no contexto atual da Internet. Isso porque se tem como objeto central as mídias sociais e como background o contexto da mobilidade informacional digital. De um lado, as redes sociais significativamente fortalecidas com a possibilidade de emissões generalizadas e, de outro, por essas emissões generalizadas poderem ser realizadas em tempo integral, de qualquer lugar, a qualquer hora, graças à conexão também generalizada propiciada pelas tecnologias móveis digitais.

O terceiro e último princípio da cibercultura, sistematizado por Lemos (2009), é o da reconfiguração. Para o autor, as dimensões políticas, culturais e sociais desse processo intercomunicacional, em que a humanidade está inserida, são enormes, pois cada vez que uma pessoa pode falar livremente o que pensa e se conectar a outras sem restrições, ela reconfigura a sua vida política, cultural e social, bem como também pode influenciar significativamente a das outras pessoas.

O princípio da reconfiguração, quando analisado pela perspectiva da comunicação e dos relacionamentos organizacionais, nos leva a crer na necessidade do repensar o processo de modo integral, visto que talvez não seja mais possível se pensar em mídia (pelo menos as mídias sociais) como ferramenta. Durante muitos anos, muitos autores pensaram os processos de comunicação de modo funcionalista, institucionalizando instrumentos como algo que deveria ser utilizado para solucionar problemas ou colaborar com a consecução de alguma das metas estratégicas das organizações.

As mídias sociais, talvez por estarem inseridas em outra lógica, fazerem parte da nova cultura contemporânea (cibercultura), não podem e não devem ser utilizadas como ferramentas. As mídias sociais são para se fazer parte, para se inserir, colaborar, participar, interagir...

Todas essas questões, entretanto, estão em confronto com a noção de gestão, o que coloca em xeque todo um discurso da administração moderna quanto ao controle dos processos comunicacionais e administrativos nas organizações, pois, nesse âmbito, qualquer idéia de gestão desse processo pode se configurar em mero discurso retórico, afinal não temos como gerir algo que não nos pertence, em que somos apenas co-participantes, sem privilégios de acesso ou controle do processo.

Assim como os dois primeiros princípios da cibercultura, o terceiro também vem sendo potencializado pela conjuntura atual, em que a mobilidade informacional digital ganha vulto e se transforma num dos conceitos centrais para o pensar a sociedade e, conseqüentemente, as organizações contemporâneas.



Comunicação e relacionamentos baseados na mobilidade informacional digital na cidade contemporânea (plugada e infiltrada).

É fato que as organizações e as pessoas que habitam as grandes cidades usam cada vez mais as tecnologias móveis digitais para se relacionarem. Segundo Castells (2006), dois terços da população do planeta podiam se comunicar graças aos telefones celulares, inclusive em lugares onde não havia energia elétrica nem linhas de telefone fixo. Esta constatação de Castells (2006) levou em consideração que quase toda a comunicação à distância que se estabelece nos dias atuais no âmbito das cidades, se dá por meio das tecnologias móveis digitais que estão cada dia mais presentes nos espaços urbanos, alterando as relações, reconfigurando os espaços e até ressignificando-os para os seus habitantes.

Se, de um lado, os celulares estão cada vez mais populares e representam de modo muito significativo a comunicação à distância entre os habitantes das cidades contemporâneas, por outro, “várias cidades do mundo estão oferecendo acesso *Wi-Fi* aos seus cidadãos, constituindo uma verdadeira cidade desplugada” (LEMOS, 2004, p. 29). Nessa cidade desplugada, em que as pessoas não precisam estarem presas a fios para estarem conectadas, a comunicação das organizações para o estabelecimento de relacionamentos qualificados com os seus públicos precisam ser cada vez mais sistemáticos e atender a demanda da ambiência, ou seja, é preciso acontecer 24 horas por dia, durante 365 dias por ano.

No Brasil, em todas as metrópoles e grandes cidades, já é possível se compreender, na prática, a noção de conexão ubíqua, pois se considera o espaço da cidade como um ambiente de conexão latente, em que qualquer porção do espaço está potencialmente apta a ser um ponto de acesso ao ciberespaço. A cada dia se torna mais difícil encontrar um ponto no espaço físico da cidade, em que exista concentração humana, que não esteja coberto por uma zona *Wi-Fi* ou outros tipos de redes (CHAMUSCA, 2010).

Graças às tecnologias móveis digitais, segundo Ito (2003, p.44), “a cidade não é mais um espaço urbano anônimo”, uma vez que essas tecnologias possibilitam a difusão das experiências vivenciais individuais que o cidadão tem nessa cidade e a transforma em um espaço de experiências muito mais coletivas. Assim, o mesmo autor (ITO, 2003) observou que o diálogo multimídia, que envolve textos, imagens e sons e é estabelecido pelas pessoas que vivenciam a cidade, transforma momentos, que seriam de experiência individual dos espaços urbanos, em algo compartilhado.



É por isso que as organizações, quando estão pensando os seus processos de comunicação e relacionamentos estratégicos, devem levar em conta que “o papel das tecnologias da informação no ambiente urbano mostra-se de modo mais forte [...] onde e quando a contiguidade espacial e temporal não revela a causa, o efeito nem a circunstância das ações e reações que desencadeiam” (DUARTE; FREY, 2008, p. 170). Mas, a contiguidade espacial e temporal, por outro lado, pode refletir significados antes não percebidos ou descobertos na vivência do espaço urbano pelas pessoas e no uso desses mesmos espaços pelas instituições. Esse contexto permite se formar o conceito de cidade infiltrada, que diz respeito ao que Duarte e Frey (2008) observaram quando falavam que a cidade vai além dos pontos de acesso identificados, onde acontece a concentração do que eles chamaram de “conectados”. A cidade também pode ser pensada através de conexões latentes, que podem estar ou surgir de algum ponto, de algum local.

As organizações precisam atentar para o fato de que os seus públicos hoje podem, ao se mover pela cidade, detectar essas redes e utilizá-las para conexões pontuais e ter acesso a informações que necessita naquele momento. Esta infiltração informacional, realizada através de acesso a pontos latentes de conexão e não através de pontos de grande concentração de “conectados”, assemelha-se à contracultura *hacker* que, apesar de muito difundida pelo seu apelo negativo, possui um importante papel no desenvolvimento tecnológico mundial, na ambiência relacionada com a liberdade de expressão hoje cultuada no ciberespaço pelos seus usuários e que também deve ser bem compreendida pela organização contemporânea, sobretudo, quando se trata de pensar estrategicamente o processo de comunicação e relacionamentos organizacionais

A cultura *hacker* e o contexto da mobilidade

Os *hackers* são tratados no senso comum como bandidos virtuais. Isso porque a mídia tradicional divulga a ação *hacker* apenas quando ela é considerada criminosa. A cultura *hacker*, entretanto, é um dos pilares da filosofia da *Internet* livre, sem barreiras e censuras. Além disso, é, de certo modo, responsável pelo desenvolvimento tecnológico digital, visto que a indústria da informática – os *hardwares* e os *softwares* – evoluiu a partir da ação *hacker*, mostrando as inconsistências, instabilidades e vulnerabilidades dos sistemas e equipamentos.

Estima-se que a cultura *hacker* tenha contribuído significativamente para a evolução do conceito de mobilidade, até o estado atual, visto que pela necessidade natural que os *hackers* possuem de se deslocar no espaço físico e acessar a rede de lugares



diferentes a cada momento, para fugirem da vigilância e da ação policial, adaptaram os dispositivos à mobilidade de que inexoravelmente precisavam.

Especula-se que à medida que a indústria foi miniaturizando os dispositivos e os *hackers* de todo o mundo foram aderindo a esses novos dispositivos miniaturizados, visto que eles se adaptavam à mobilidade requerida para a prática *hacker*, eles foram se difundindo, gerando demanda de mercado e se popularizando. Hoje os dispositivos móveis se adequam não apenas às demandas *hackers*, mas às de toda a sociedade, sobretudo, às das organizações, que buscam estabelecer suas estratégias levando em conta a possibilidade dos seus públicos estarem conectados enquanto estão em movimento (CHAMUSCA, 2010).

Assim, é importante pontuar que além de atuarem no campo da evolução das tecnologias de *hardware*, fortalecendo e adaptando os equipamentos miniaturizados à mobilidade, os *hackers* também têm dado muitas contribuições à evolução dos sistemas ou *softwares*, que permitem a comunicação em mobilidade possível, visto que, muito antes do celular utilizar sistemas digitais e disponibilizar acesso à *Internet* aos seus usuários, os *hackers* de todo o mundo já usavam o sistema de telefonia móvel analógica, para adaptar dispositivos diversos a celulares e conseguir acesso em movimento.

Além disso, sabe-se que as práticas *hackers*, para a democratização das redes *Wi-Fi* no espaço urbano, por exemplo, são muitas. Duas delas chamam a atenção: o *warchalking*, que consiste em colocar antenas, feitas em casa para ampliar o raio de ação de uma rede *Wi-Fi*, com o objetivo de compartilhar com um número maior de pessoas o acesso à rede e de forma gratuita. Essa modalidade de ação *hacker*, na prática, amplia o território informacional (LEMOS, 2007), o ciberterritório (CARVALHAL, 2008) ou ainda as bolhas informacionais (BESLAY e HAKALA, 2005), democratizando o acesso e, conseqüentemente, a informação.

A outra prática é a do *wardriving*, que também consiste no uso de antenas artesanais, não para ampliar uma zona *Wi-Fi*, como no *warchalking*, mas para localizar pontos de acesso público na rua e divulgar, para outras pessoas que estejam onde o acesso é livre. Essas práticas só são consideradas *hackers* porque os provedores de acesso proibem, em contrato, a disponibilização da sua rede *Wi-Fi* para o público, pois tratam o compartilhamento da conexão como sublocação do serviço a terceiros (THOMPSON, 2001 *apud* LEMOS, 2004, p. 32).

Não se busca criar apologia acerca das práticas *hackers*, sobretudo as criminosas, mesmo porque os bandidos virtuais já não são chamados de *hackers* há algum tempo.



Estes são os *crackers*, que buscam, com as suas ações, não a manutenção da *Internet* como um ambiente livre da dominação absoluta dos grandes conglomerados econômicos internacionais, mas com fins ilícitos de enriquecimentos pessoais, como um criminoso qualquer.

O cidadão contemporâneo e a demanda pela intervenção no contexto da comunicação organizacional

Ribeiro, Chamusca e Carvalhal (2006, p.115) afirmaram que, no mundo atual, “queiramos ou não, somos impelidos a vivenciar uma dinâmica regida pela participação, pelo contato, pela interferência”. De fato, há um apelo constante pela participação, direta ou indireta, das pessoas em tudo que se faz na atualidade. Esse ambiente de participação, apesar de estar relacionado com as tecnologias digitais, as transcende, pois acabou por se tornar um componente da lógica social no contexto contemporâneo.

É comum nos últimos anos ver os programas de TV, de rádio, jornais e revistas impressos e outros meios de comunicação de massa, que nunca tiveram na participação a sua tônica principal, e nem mesmo periférica, agora buscar a participação das pessoas no seu conteúdo. Não se sabe precisar, entretanto, se os meios de comunicação de massa estão buscando essa participação para se adequar ao âmbito das novas mídias, que são baseados neste componente, ou se há por trás dessa lógica uma questão apenas mercadológica voltada para as novas gerações.

Por outro lado, seja porque os profissionais de mídia vêm fomentando a participação, seja porque o “novo consumidor” da informação tem requerido a sua participação nos espaços midiáticos, conforme sugere Ribeiro, Chamusca e Carvalhal⁴, o fato é que as pessoas estão assimilando essa lógica e buscando a participação em todas as esferas sociais, inclusive no ambiente das relações organizacionais.

⁴ O consumidor vem, gradativamente, passando do papel passivo de mero consumidor da informação, daquele que a ouvia e não requeria nenhuma participação no seu conteúdo, para o papel de consumidor ativo, que agora quer interagir, participar das discussões e modificar o conteúdo das informações produzidas (RIBEIRO, CHAMUSCA E CARVALHAL, 2006).

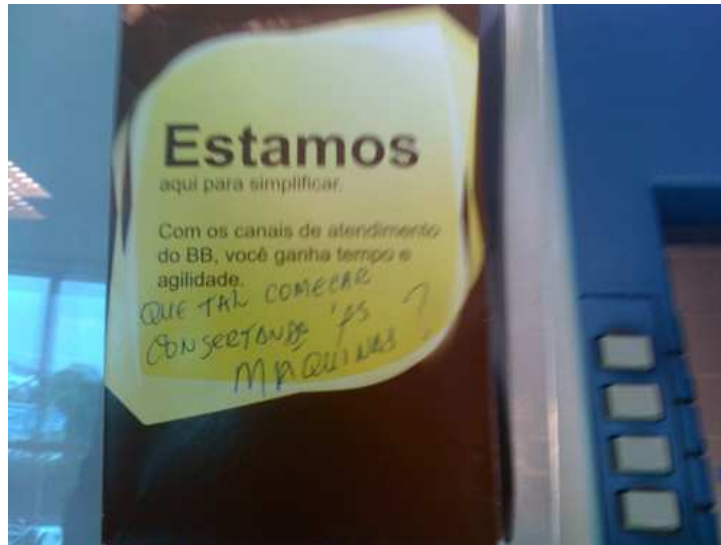


Fig. 1 – Foto de um totem do Banco do Brasil, contendo uma anotação de um cliente
Fonte: foto de Marcello Chamusca, Salvador/BA, ago, 2009

A Fig. 1 acima, por exemplo, mostra uma anotação analógica realizada por esse tipo de cidadão alvo da discussão aqui realizada, que não aceita mais ser mero “consumidor da informação”, mas busca interagir, explicitar a sua opinião e, acima de tudo, verificar se a sua participação tem efeito prático no seu contexto. Na Fig. 1, o totem do Banco do Brasil serviu de mídia dialógica, para a participação do cidadão, mesmo se tratando de uma mídia locativa de nível zero de interação, uma mídia locativa analógica impressa que, em tese, não proporciona ao indivíduo qualquer possibilidade de interação ou diálogo. O cliente, entretanto, se apropriou da mídia para subverter essa lógica e impor a sua necessidade de se expressar.

A nova ambiência tecnológica, pautada na mobilidade e conectividade criada pelas redes de conexão sem fio, que permitem o diálogo urbano das mídias locativas com os dispositivos móveis digitais no espaço da cidade, vem não apenas potencializar, mas tornar viável a execução legal desse tipo de demanda, oferecendo ao cidadão participativo a possibilidade de intervenção efetiva no seu espaço de convivência com as organizações que se relaciona, através de diversas formas de anotações por meio dos seus dispositivos móveis digitais.

Práticas de comunicação e relações públicas no contexto da mobilidade informacional digital

Uma forma de se realizar uma anotação urbana, agregando conteúdo digital a um objeto/lugar, é através da tecnologia *QR Code*, que vincula etiquetas impressas a



conteúdos multimídia dos mais diversos tipos, agregando a um local ou equipamento informações digitais como textos, fotos, filmes, arquivos de áudio, páginas da *Web*, etc., aumento a realidade vivenciada no modo analógico.

A noção de realidade aumentada, quando combinada com as noções de mobilidade e conectividade, no contexto da comunicação e relações públicas contemporâneas, reforça a idéia central deste trabalho a respeito da influência da mobilidade nas ações organizacionais no momento atual.

As funções pós-massivas das tecnologias informacionais digitais, e a sua aplicação prática no ambiente organizacional podem ir além de anotações urbanas para sua ressignificação, na medida em que permitem que a sociabilidade e a interação entre as pessoas nos espaços públicos e/ou privados sejam ampliadas. Apesar dessa afirmação ir de encontro à percepção do senso comum de que as tecnologias digitais afastam as pessoas, umas das outras, e as deixam enclausuradas nos seus ambientes domésticos e escritórios, onde se encontram seus computadores elas, de fato, podem ser utilizadas como um instrumento de sociabilidade, e possibilitar o uso e a apropriação dos espaços públicos das cidades pelos usuários, ampliando significativamente as possibilidades de relacionamento das organizações com os seus públicos.

Elas possibilitam, por exemplo, que uma pessoa informe a sua presença num determinado local, que pode ser um ambiente interno de uma organização, para toda a sua rede de contatos *on-line*, a partir de emissão de informações digitais do seu dispositivo móvel, ou celular, que, conectado, pode enviar a todos a sua localização exata no mapa, se estiver configurado para isso (CHAMUSCA, 2010).

Essa informação pode ser prestada de forma espontânea, com o próprio usuário enviando-a para a rede, ou de maneira automática, em que um dispositivo programado para isso dispara a informação para um sistema que, por sua vez, esteja interligando o usuário à sua rede de contatos e que, ao mesmo tempo, mapeie os lugares da cidade, identificando a sua localização e a dos seus contatos virtuais, informando para alguém da lista de contatos, que estiver próximo àquele local, bem como mostrar a possibilidade de encontro pessoal ou virtual.

Nesse caso, os espaços físico e virtual se imbricam para favorecer as relações sociais, e por que não dizer das relações estratégicas das organizações com os seus públicos, uma vez que altera e torna mais complexas as dinâmicas territoriais e sociais nos espaços das cidades, na medida em que modificam a forma de apropriação dos espaços físicos e territoriais pelos seus públicos, e, ao mesmo tempo, promovem a



interação entre pessoas no espaço urbano, significando ou ressignificando esses espaços, sejam eles públicos ou privados, ligados ou não à organização.

É importante observar que os cidadãos contemporâneos não têm fronteiras, vivem, segundo Friedman (2005), num “mundo plano”, em que, conforme Santos e Silveira (2001), a informação e o conhecimento têm um papel essencial na reorganização produtiva do território e nas suas especializações. E, por isso mesmo, está imbricado em uma complexa rede de relações que potencializa a disseminação de informações da escala local para as demais escalas, através da arquitetura de participação e colaboração que permitem não só o consumo e a produção da informação, mas também a sua distribuição em escala planetária e em tempo real.

Cinco conclusões genéricas que podem ser consideradas o cerne deste artigo

- a) No contexto tecnológico atual, o lugar – baseado no espaço físico –, ao contrário do que se difunde no senso comum, e até em alguns espaços acadêmicos, ganha uma força cada vez maior, pois as relações sociais mediadas por dispositivos móveis se estabelecem a partir deles: dos lugares. As informações digitais, das quais os cidadãos necessitam no seu dia-a-dia, nesta nova fase das tecnologias digitais, partem dos lugares e interferem diretamente nas relações das pessoas com as organizações no seu dia-a-dia;
- b) essa conjuntura da mobilidade informacional digital destrói completamente a ideia que se difundiu, até o final do século passado, de que as tecnologias digitais e a *Internet* desterritorializariam tudo e que as ferramentas analógicas iriam gradativamente desaparecer na medida em que se virtualizariam para serem inseridas na nova realidade. As previsões do fim das relações sociais e de muitas outras coisas, que se julgavam tão verdadeiras na época, foram completamente descaracterizadas. Com a noção de conexão ubíqua no espaço da cidade comprovada e o diálogo urbano dos dispositivos móveis com as mídias locativas garantido, que permitem às pessoas se comunicarem, interagirem umas com as outras e com instituições, consumirem, produzirem e distribuírem informações enquanto estão em movimento, as relações estratégicas das organizações com os seus públicos voltam a tomar corpo e a se estabelecer como foco para o entendimento do complexo processo infocomunicacional que o conjunto tecnológico atual disponibiliza para comunicação no seio da sociedade;



- c) a possibilidade de conexão em movimento que, por sua vez, possibilita a mobilidade física e informacional de forma conjunta, cria novas perspectivas para os cidadãos que não precisam mais estar presos a lugares para poder acessar a *Internet* e realizar tarefas pessoais ou profissionais. Isso faz com que o território não se configure mais apenas pelas suas características físicas, mas também pelas informacionais, que advêm de bancos de dados que emitem informações, que são captadas por dispositivos eletrônicos específicos, que completam o processo infocomunicacional estabelecido;
- d) há nesse ambiente a possibilidade de reconfiguração dos processos de comunicação e relações públicas, à medida que as pessoas se incorporam às camadas eletrônicas, advindas das redes de conexão sem fio que se cria e se hibridiza com o espaço físico da cidade, tornando-o cada vez mais difícil o descolamento e identificação do que é físico e do que é virtual, do que vem do ciberespaço e do que vem da vida real, pois o ciberespaço não está mais apenas “lá em cima”, para ser acessado “aqui de baixo”, mas está nos objetos utilizados pelas pessoas em suas residências, escritórios ou mesmo nas ruas da cidade;
- e) muito mais importante que a possibilidade de dialogar no espaço físico, a mobilidade informacional digital possibilita às pessoas a interação com o conteúdo informacional das organizações, permitindo, inclusive, aos usuários, intervir anexando conteúdo digital a ele. Com isso, permitem novas perspectivas de apropriação e ressignificação daquilo que antes era tido como legado informacional privado. Estas anotações, por sua vez, podem conter referenciais próprios a respeito da organização, que podem ser construídos por meio de interações simbólicas e interpretações de signos diversos, a partir de uma lógica também própria, ou seja, as mídias pós-massivas permitem aos usuários interferência no processo comunicacional das organizações, ressignificando-o de modo personalizado, a partir da sua óptica individual ou por componentes de grupos de redes.

Referências

BESLAY, Laurent; HAKALA, Hannu. Digital territory: bubbles. In: *Vison Book*, 2005.
Disponível em <<http://cybersecurity.jrc.ec.europa.eu/docs/DigitalTerritoryBubbles.pdf>>. Acesso em 14 jul. 2009.



CARVALHAL, Márcia. Perspectivas contemporâneas de território, espaço e democracia. In: *V Seminário Nacional Dinâmica Territorial e Desenvolvimento Socioambiental*. Anais. UCSal, Salvador, ago, 2008.

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

_____. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAMUSCA, Marcello. **Processos infocomunicacionais e dinâmicas territoriais e sociais das cibercidades contemporâneas: o exemplo de Salvador**. Salvador: Universidade Católica de Salvador, 2010a. (Dissertação Mestrado em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Social).

DUARTE, Fabio; FREY, Klaus. Redes urbanas. In: DUARTE, Fábio; QUANDT, Carlos; Queila Souza. (Org.). *O tempo das redes*. São Paulo: Perspectiva, 2008. p. 155-177.

FRIEDMAN, Thomas. *O mundo é plano: uma breve história do século XXI*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.

ITO, Mizuko. A new set of social rules for a newly wireless society. In: *Japan Media Review*, 17 jul. 2004, disponível em <http://www.ojr.org/japan/wireless/1043770650.php>. Acesso em 22 abr. 2009.

FONTOURA, Alexandre. Primeira ligação de celular completa 30 anos. In: *JB On-line*. 3 abr. 2003, disponível em <http://jbonline.terra.com.br/jb/online/Internet/destaque/2003/04/onlintdes20030403002.html>. Acesso em 25 abr. 2009.

LEMOS, André. Mídia locativa; comunicação e mobilidade; introdução e aspectos gerais. In: *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 (edit.). *Estéticas tecnológicas. novos modos de sentir*. São Paulo: EDUC, 2007. p.48-71.

_____. Cibercultura e mobilidade: a era da conexão. In LEÃO, Lúcia. *Derivas: cartografias do ciberespaço*. São Paulo: Annablume; Senac, 2004. p. 17-43.

RIBEIRO, José Carlos; CHAMUSCA, Marcello; CARVALHAL, Márcia. As tecnologias contemporâneas de comunicação e as mudanças na “produção” e no “consumo” de informações. In: CIMADEVILLA, Gustavo (Org.). *Comunicação, tecnologia e desenvolvimento; discussões do novo século*. Rio Cuarto: ALAIC/UNRC, 2006. p. 111-120.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

THOMPSON, Geeks. Worldwide unite to wire up their communities. *Newsday*. Disponível em <http://www.nycwireless.net/press/newsday20011014.html>. Acesso em 22 mar. 2009.

WEISER, Mark. The computer for the 21st century. *Scientific American*, v. 265, nº 3, p. 66-75, jan. 1991.