

A Importância dos Dados para a Gestão Estratégica da Comunicação Organizacional¹

Gabrielle MAGALHÃES²

Mariana CARARETO³

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO.

RESUMO

Este estudo explora como a análise de dados pode ser relevante na comunicação organizacional. O objetivo é compreender o papel dos dados nesse processo, investigando suas práticas e inserção no ambiente digital. A metodologia inclui fundamentação teórica sobre a evolução das Relações Públicas e do planejamento estratégico comunicacional em face das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), juntamente com entrevistas em profundidade. Os resultados destacam a necessidade de adaptação das organizações ao ambiente orientado por dados e a importância da expertise dos profissionais de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; dados; relações públicas; estratégia; organizações;

Introdução

Diante um cenário demarcado pela constante digitalização, a comunicação desempenha um papel fundamental para o sucesso das organizações. Sob essa perspectiva, o planejamento estratégico comunicacional atua como ferramenta crucial de forma a assegurar que objetivos e mensagens das organizações sejam transmitidos e compreendidos de maneira inteligente e concisa, uma vez que assegura que o público delas esteja alinhado aos seus objetivos. Contudo, diante o grande fluxo e volume de

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação Organizacional e Relações Públicas Digitais evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 5 a 7 de junho de 2024.

² Graduada em Relações Públicas pela Universidade Federal de Goiás (UFG). E-mail: gabriellemagalhaes.s00@gmail.com

³ Professora orientadora da pesquisa. Doutora e Mestre em Comunicação (FAAC-Unesp), relações-públicas (FAAC-Unesp) e especialista em Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (ECA-USP). Docente da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC), Universidade Federal de Goiás (UFG). E-mail: marianacarareto@ufg.br

informações disponíveis em ambiente digital, tona-se essencial o uso da análise de dados para a estruturação do processo de planejamento estratégico comunicacional.

A pesquisa adotou como questionamento central: qual é a importância dos dados para a estruturação do planejamento estratégico comunicacional? Com isso, o objetivo geral foi compreender a importância dos dados para o processo de planejamento estratégico da comunicação organizacional considerando as práticas adotadas pelos profissionais na área. Para a realização do estudo, foi desenvolvida uma fundamentação teórica e, posteriormente, uma investigação sobre a importância da análise de dados na percepção de profissionais que atuam em diferentes organizações e diferentes atividades estratégicas da comunicação organizacional.

Metodologia da pesquisa

A metodologia da pesquisa foi pensada de maneira a atender os objetivos tanto gerais quanto específicos delimitados previamente. Com isso, foi elaborada em duas partes, visando fornecer uma perspectiva e compreensão consistente dos conceitos teóricos alinhados às práticas profissionais. Dessa forma, a primeira etapa da metodologia se apoiou em uma fundamentação teórica, na qual de forma exploratória foram apresentados e introduzidos conceitos teóricos para basear e compreender a profundidade da comunicação organizacional e como ela se conecta com o uso de dados no cenário que vivemos.

Em seguida, na segunda etapa metodológica foi realizada uma pesquisa empírica, através de uma entrevista em profundidade com profissionais de comunicação que atuam e lidam com dados de formas estratégicas recorrentemente, assim, que conseguem ver a dimensão da importância dos dados para a comunicação organizacional, foram entrevistados quatro profissionais, totalizando quatro horas e trinta de dois minutos de entrevistas, onde todos os profissionais assinaram termo de consentimento antes da realização da entrevista. Com isso, essa etapa adotou uma abordagem qualitativa exploratória, onde foi possível obter uma compreensão mais profunda da relevância da análise de dados e do uso de dados no contexto prático da comunicação organizacional. A entrevista em profundidade conta com questões encontradas diante das reflexões e estudo do referencial teórico, sendo elaborada em dois blocos constituídos por questões técnicas e práticas sobre o dia a dia dos profissionais participantes.

Fundamentação teórica

A pesquisa está fundamentada em uma análise abrangente das Relações Públicas na sociedade contemporânea, com um enfoque especial nos contextos digitais que transformaram as dinâmicas organizacionais. Inicialmente, explorou-se o papel crucial de Relações Públicas na construção de relacionamentos significativos para as organizações, destacando sua importância na gestão da imagem e reputação empresarial. Autores como Kunsch (2009), Carareto (2022), Dreyer (2015) e Castells (1999) proporcionam reflexões sobre a evolução em resposta às Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), que remodelaram profundamente as interações organizacionais.

O planejamento estratégico comunicacional, conforme discutido por Corrêa (2018) e Terra (2005), foi apresentado como uma ferramenta vital para se aprofundar nesse cenário, ressaltando como ele está intrinsecamente ligado ao sucesso das organizações. Além disso, foram abordadas etapas importantes para sua gestão com base nos conceitos de Kunsch (2020), Duarte (2020) e Terra (2015), destacando suas múltiplas facetas e sua relevância crescente para a comunicação organizacional diante das potencialidades de identificação de informações para a identificação de tendências, segmentação de públicos e compreensão de seus comportamentos.

Diante disso, na perspectiva dos dados, a fundamentação teórica se aprofundou na discussão sobre a importância da análise de dados para a gestão estratégica da comunicação, citando contribuições relevantes de diversos autores. Autores como Raposo (2021) abordam sobre algoritmos, dados e as relações públicas; Correa (2019) discute a cultura digital, entre outros teóricos da área. A discussão abrange conceitos fundamentais como "*data-driven*" e "*big data*", com ênfase na aplicação desses conceitos no contexto das RP. Os autores destacam que a abordagem baseada em dados não apenas otimiza a gestão estratégica das RP, mas também promove a adaptabilidade e responsividade das organizações diante dos desafios contemporâneos.

Resultados: percepções dos profissionais de comunicação sobre a importância dos dados

A análise dos resultados das entrevistas revelou uma série de insights sobre a importância e o uso dos dados na comunicação organizacional, bem como os desafios

enfrentados pelos profissionais nesse contexto dinâmico. Os entrevistados demonstraram uma conscientização consistente sobre a necessidade de incorporar dados em suas práticas estratégicas, independentemente do ambiente organizacional em que atuam. Observou-se um consenso entre os profissionais entrevistados de que os dados são não apenas importantes, mas essenciais para embasar decisões e planejamentos estratégicos eficazes.

Um ponto destacado foi a adaptação contínua necessária diante das mudanças tecnológicas e de mercado, especialmente com a rápida evolução do ambiente digital. Os profissionais enfatizaram a importância de habilidades analíticas e *soft skills*, como liderança e *storytelling*, para manipular e utilizar dados de forma estratégica. Essas habilidades são valorizadas especialmente por profissionais que ocupam cargos mais estratégicos no planejamento e supervisão.

No contexto da comunicação organizacional, os dados são vistos como norteadores das atividades, tanto internas quanto externas. Eles fornecem informações cruciais para compreender o ambiente externo, segmentar públicos e buscar reputação para a organização. Além disso, os dados contribuem para a identificação de padrões, a mensuração precisa de resultados e a otimização eficiente de campanhas de comunicação. Os profissionais entrevistados também mencionaram desafios significativos, como a falta de capacitação adequada e questões relacionadas à privacidade, que podem representar barreiras para uma análise eficaz dos dados e sua transformação em estratégias comunicacionais.

Um aspecto crucial destacado foi a importância ética na utilização de dados, com referência à conformidade com regulamentações como a LGPD. Os entrevistados reconheceram a necessidade de responsabilidade e respeito pelos dados dos clientes, ressaltando a importância de alinhar práticas de gestão de dados com padrões éticos e legais.

Em suma, as percepções dos profissionais entrevistados destacam a evolução do papel dos dados na comunicação organizacional, desde a análise estática até o planejamento estratégico. A complexidade da gestão de dados na prática profissional ressalta a importância de investimentos contínuos em capacitação e desenvolvimento de competências para lidar eficazmente com o vasto ecossistema de informações disponíveis no campo da comunicação.

Considerações Finais O estudo aborda a importância dos dados no planejamento estratégico comunicacional, investigando como os dados influenciam e orientam esse processo. A pesquisa destacou a evolução do papel dos dados na comunicação organizacional, impulsionada pela tecnologia e ferramentas analíticas modernas. Por meio de entrevistas com profissionais de comunicação, ficou evidente que a análise criteriosa de dados é fundamental para orientar as decisões estratégicas nas agências, fornecendo insights valiosos sobre públicos, cenários, conteúdos e fontes.

Os dados não apenas beneficiam os profissionais de comunicação, mas também as organizações como um todo, oferecendo embasamento estratégico desde o planejamento até a implementação operacional. A pesquisa conclui que a integração efetiva de dados na tomada de decisões eleva o status da comunicação organizacional e posiciona as organizações de forma mais competitiva em um mundo orientado por informações e interações digitais.

Para avançar nessa área, é essencial que as organizações invistam em capacitação e infraestrutura tecnológica, além de explorar novos pontos de vista e perspectivas diversas sobre o uso estratégico de dados. Com esses olhares, o estudo visa contribuir para a evolução das práticas profissionais e da pesquisa científica, fornecendo reflexões relevantes para maximizar o potencial dos dados na era da comunicação organizacional integrada e digital.

REFERÊNCIAS

CARARETO, Mariana. **A influência da lógica discursiva das organizações empresariais na construção da sociedade**: Um olhar dos profissionais brasileiros e portugueses de comunicação diante do contexto em midiatização. Orientadora: Roseane Andrelo. 2022. TESE (Doutorado em Relações Públicas) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru, 2022.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. [S. l.]: São Paulo. Paz e Terra, 1999. v. 1.

CORRÊA, Dirceu Mello. **Big data em conteúdo espontâneo não estruturado da internet como estratégia organizacional estratégia de orientação para o mercado**. 2018. Disponível em:

http://repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/7299/Dirceu%20Silva%20Mello%20Corrêa%20Junior_.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 13 ago. 2023

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; PAULA, Maria Aparecida de. **Comunicação Estratégica:** outras lógicas e construtos no contexto de mediação. 2014. Disponível em: <https://congresso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2014/11/GT2-Oliveira-Paula.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2023.

DREYER, B. M. **Estratégias de relações públicas para as organizações em tempos de mídias sociais digitais.** Organicom. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139273>. Acesso em: 20 ago. 2023

DUARTE, Jorge. **Comunicação estratégica e integrada:** a visão de 23 renomados autores em 5 países. Tradução. p. 219-287. Brasília: Rede Integrada, 2020. Disponível em: <https://www.gestaodacomunicacao.com/download>. Acesso em: 20 ago. 2023.

KUNSCH, Margarida. **Relações Públicas e Comunicação Organizacional:** das práticas à institucionalização acadêmica. Ano 6, Edição Especial, Números 10/11. Organicom 2009.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação estratégica e integrada:** a visão de 23 renomados autores em 5 países. Tradução. Brasília: Rede Integrada, 2020. Disponível em: <https://www.gestaodacomunicacao.com/download>. Acesso em: 20 ago. 2023.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. PLANEJAMENTO. *In: Planejamento de Relações Públicas Comunicação Integrada.* São Paulo: Summus Editorial, 2003. p. 205-225.

RAPOSO, João Francisco. A comunicação organizacional mediada: entre os públicos e dados. *In: TERRA, Carolina; DREYER, Bianca; RAPOSO, João Francisco; SILVA, Daniel Reis. Comunicação Organizacional.* 1. ed. [S. l.]: Summus Editorial, 2021. ISBN 9786555490381. p 107-122

STASIAK, Daiana. Sociedade mediada: as afetações do campo dos media na contemporaneidade. **Comunicação e Informação,** Goiânia, v. 12, n. 2, 2009. DOI <https://doi.org/10.5216/c&i.v12i2.12271>. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/12271>. Acesso em: 20 ago. 2023.

TERRA, C. As relações públicas e as novas tecnologias de informação e de comunicação. *Caligrama* (São Paulo. Online), [S. l.], v. 1, n. 2, 2005. DOI: 10.11606/issn.1808-0820.cali.2005.64420. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/caligrama/article/view/64420>. Acesso em: 9 jan. 2024.

TERRA, C. F. Relacionamentos nas mídias sociais (ou relações públicas digitais): estamos falando da mediação das relações públicas?. **Organicom,** [S. l.], v. 12, n. 22, p. 103-117, 2015. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2015.139271. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139271>. Acesso em: 20 ago. 2023.

TERRA, Carolina Frazon. **Comunicação Corporativa Digital:** o futuro das Relações Públicas na rede São Paulo – SP, 2006. [Dissertação de Mestrado - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo].