

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

BRUNO CÉSAR SILVA

O PROGNÓSTICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS:
UMA VISÃO DE DASHBOARDS DE DADOS COM BASE NA
LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS (LGPD)

Porto Alegre
2021

PÓS-GRADUAÇÃO - *STRICTO SENSU*



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

BRUNO CÉSAR SILVA

O PROGNÓSTICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS:

uma visão de dashboards de dados com base na
Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social como requisito para obtenção do título de Mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof^a Dr^a Cláudia Peixoto de Moura

Porto Alegre
2021

BRUNO CÉSAR SILVA

O PROGNÓSTICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS:

uma visão de dashboards de dados com base na
Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social como requisito para obtenção do título de Mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Trabalho aprovado em 29 de março de 2021.

BANCA EXAMINADORA:

Profª Drª Cláudia Peixoto de Moura - PUCRS

Profª Drª Lúcia Maria Martins Giraffa - PUCRS

Profª Drª Magda Rodrigues da Cunha - PUCRS

Porto Alegre
2021

Ficha Catalográfica

S586p Silva, Bruno César

O Prognóstico em Relações Públicas : uma visão de dashboards de dados com base na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) / Bruno César Silva. – 2021.

327 f.

Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, PUCRS.

Orientadora: Profa. Dra. Cláudia Peixoto de Moura.

1. Relações Públicas. 2. Prognóstico em Relações Públicas. 3. Dados. 4. Dashboard. 5. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). I. Moura, Cláudia Peixoto de. II. Título.

Dedico as reflexões desta dissertação aos mais de 500 mil brasileiros que não tiveram a oportunidade de ver o sol no dia de hoje, pois tiveram suas vidas interrompidas pela COVID-19.

Em especial a minha Tia Tereza.

AGRADECIMENTOS

*Okebambo, Odé, obrigado por me guiar na vida.
Okebambo, Otim, obrigado por dividir a vida com Odé e,
juntos, me conduzirem para os caminhos que entendem serem
os melhores para mim.
Ora weweo, Oxum Olobá, obrigado pelo colo de mãe.
Odojá, Iemanjá Bomi, obrigado pelo colo nos momentos de revolta.
Alupo, Bará Adague, obrigado pelos caminhos abertos.
Ogunhê, Ogum Onira, obrigado pelo trabalho.
Eparrei, Oya Funique, muito obrigado pelo teto e pela família que tenho.
Kaô, Xangô Agodô, obrigado pela misericórdia de me permitir recomeçar.
Eueu, Ossaim, obrigado pela saúde em um período tão triste.
Exo, Obá, obrigado pela roda da vida ter girado.
Abaú, Xapanã Sapatá, obrigado pela direção das mudanças e transformações.
Ora weweo, Oxum Panda, obrigado pela fartura e pelo amor que nunca faltaram.
Odojá, Iemanjá Ocí, obrigado pelos bons
pensamentos que aqui estão registrados com carinho.
Epaô, Oxalá Alufã, obrigado pela tranquilidade mesmo
quando nada parecia estar em paz.
Caboclos, Pretos Velhos, Cosme e Damião,
As Sete Linhas da Umbanda,
a Coroa, o Cruzeiro, as Almas e o Oriente,
Muito obrigado pelo dia a dia.*

Não foi fácil, mas aqui estamos! Início agradecendo a espiritualidade, aos Orixás e a Olorum! Se mesmo diante de tantas adversidades, perdas e situações inesperadas eu me mantive firme, foi pela invisível e visível mão dos meus protetores! Que este axé de conhecimento se compartilhe entre todas as pessoas que me acompanharam nesta trajetória.

Muito obrigado a minha dirigente espiritual, Mãe Vera de Oxum Olobá, que sempre que nos víamos, gritava: “o Guri quer o papel”. Quem tem Santo é quem entende! Agradeço por todo cuidado, zelo e proteção que me fizeram chegar até aqui. Também não poderia esquecer da minha madrinha, Alice de Iemanjá Bomi. “Força, véio”, nunca faltou! Na figura destas duas mulheres, agradeço aos abraços, conselhos e boas vibrações que recebi de todos meus irmãos, amigos, colegas de trabalho e alunos.

À minha família cabe o meu amor, respeito, admiração e compreensão por entenderem que eu estava ainda mais ausente. Obrigado a minha mãe, Zilda, sempre incansável em me ver bem e feliz! Agradeço também ao meu pai, Celso, meus irmãos André (*in memoriam*) e Tatiane, meus sobrinhos Bruna, Luiza, Eduardo e Thiago e a minha cunhada, Deise. Também preciso agradecer a minha madrinha Andreia, sempre preocupada com o andamento desta dissertação. Para vocês, este trabalho pode ser lido para além de um agradecimento, mas como um compromisso meu de representá-los no universo acadêmico.

Agradeço ainda aos que dividiram essa jornada comigo! Que ouviram meus lamentos, angústias, compartilharam dos mesmos medos, aflições e loucuras. Marcelo, Scarlet, Manu e, mais recentemente, a Liliane, fica a gratidão de termos dividido esta jornada de forma tão humilde e verdadeira.

Minha orientadora, Prof^a Cláudia, é a terceira mãe que eu agradeço! Foram madrugadas ao meu lado, além de tantas conversas e muitas trocas. A ti, “profe”, eu só desejo que tenha muitas pessoas do bem próximas a ti! Muito obrigado por permitir que, do ponto de vista acadêmico, sejamos quem gostaríamos de ser!

Registro meu agradecimento às professoras Magda e Lúcia, que gentilmente aceitaram este desafio e contribuíram com meu crescimento! Os apontamentos, olhares e o cuidado manifestados desde a etapa da banca de qualificação ficam registrados não somente neste documento, mas principalmente na memória.

Também agradeço a oportunidade e o privilégio de que, diante de governos que desacreditam do poder da educação e da ciência, eu esteja tendo acesso a este título de mestre. A partir dele, meu dever enquanto cidadão é o de devolver à sociedade condições de crescimento, desenvolvimento e esperança, mesmo em tempos de ódio, *fake news* e negacionismo.

A todos vocês que me querem bem, eu agradeço igualmente!

Por fim, muito obrigado Ciência por você existir! Resistiremos e zelamos o “fora” a todos aqueles que desejam o desmonte da educação.

“Só há uma certeza absoluta na era digital: as mudanças vão continuar acontecendo, as surpresas vão continuar aparecendo até para os mais atualizados estudiosos de novas tendências” (LEITÃO, 2015, p.370).

RESUMO

A dissertação estuda o prognóstico em Relações Públicas observado pela ótica da Teoria da Função Política (SIMÕES, 1995, 2001, 2006). Com o amparo das estratégias metodológicas da pesquisa bibliográfica e documental, as discussões imergem no contexto de Relações Públicas, interseccionado às características da sociedade contemporânea. O estudo discute o predomínio das telas, relacionamentos e transformações digitais, aproximando a atividade destas realidades. A linha que conduz estas convergências é a dos dados. Lasta (2015) defende a centralidade deles no processo de Relações Públicas, pois entende que são a matéria-prima do sistema organização-públicos. Desta forma, é a partir da aproximação da temática dos dados que se tornam possíveis as reflexões sobre os dashboards e a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Para responder como os dados podem ser utilizados no prognóstico em Relações Públicas, baseados na LGPD, e amparados por dashboards, aplicou-se uma ampla revisão documental, extraindo substratos nas bases da CAPES (1996 a 2019) e da ABRAPCORP (2007 a 2019), que permitiram observar o baixo número de pesquisas a respeito do tema. Como as bases consultadas nas pesquisas bibliográficas e documentais mostraram-se incipientes para conclusões sobre a temática dos dados, uma terceira estratégia metodológica é adotada. Através da análise de conteúdo de dois objetos, um produzido pela ABERJE (2020) e outro promovido pelo CONFERP (2020), realizou-se inferências sobre a LGPD aproximadas ao campo de Relações Públicas. A intersecção entre os resultados da aplicação das três estratégias metodológicas permitiu a proposição e a aplicação de um modelo de dashboard para o prognóstico em Relações Públicas, reafirmando o papel estratégico que os dados podem assumir na ótica contemporânea. Finalmente, ao concluir esta dissertação, sugere-se a necessidade da atualização científica sobre o prognóstico em Relações Públicas.

Palavras-chave: Relações Públicas; Prognóstico em Relações Públicas; Dados; Dashboard; Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)

ABSTRACT

The dissertation studies the prognosis in Public Relations, observed from the perspective of the Theory of Political Function (SIMÕES, 1995, 2001, 2006). With the support of methodologic strategies of bibliographic and documentary research, how they cause an immersion in the context of public relations, intersected with the characteristics of contemporary society. The study discusses the predominance of screens, relationships and digital transformations, bringing the activity closer to these realities. The line that drives these convergences is data. Lasta (2015) defends their centrality in the Public Relations process, as they understand that they are the raw material of the organization-public system. In this way, it is from the thematic of the data that they become possible as reflections on the dashboards and a General Law of Protection of Personal Data (LGPD). In order to answer how the data can be used in the prognosis in Public Relations, based on the LGPD, and supported by dashboards, a wide document review was applied, extracting substrates on the bases of CAPES (1996 to 2019) and ABRAPCORP (2007 to 2019), which allowed us to observe the low number of researches that addressed this topic. As bases consulted in later bibliographic and documentary researches, they are incipient for the theme of data and their technological approaches and, considering that, since 2018, the law that regulates their use and protection of them in the country is in force, a third methodological strategy adopted. Through the content analysis of two objects, one produced by ABERJE (2020) and another promoted by CONFERP (2020), they were analysed and the inferences about the LGPD were evidenced. The intersection between the results of the application of the three methodological strategies allows the proposal of a dashboard model for the prognosis in Public Relations, reaffirming the strategic role that the data can assume in the contemporary perspective. Finally, at the end of this dissertation, it is suggested to expand further research on prognosis.

Keywords: Public Relations; Prognosis in Public Relations; Data; Dashboard; General Law on Protection of Personal Data (LGPD)

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABERJE - Associação Brasileira de Comunicação Empresarial

ABRAPCORP - Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas

ABRP - Associação Brasileira de Relações Públicas

AC - Análise de conteúdo

ANPD - Autoridade Nacional de Proteção de Dados

ANATEL - Agência Nacional de Telecomunicações

BDRP - Banco de Dados Acadêmicos em Relações Públicas

BSC - *Balanced scorecards*

CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CDC - Código de Defesa do Consumidor

CPU - Unidade central de processamento

CNE - Conselho Nacional de Educação

CETIC - Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação

CPDI - Comitê para Democratização da Informática

Cesnors - Centro de Educação Superior Norte da Universidade Federal de Santa Maria

CNPQ - Conselho Nacional de Desenvolvimento Tecnológico e Científico

CONFERP - Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas

DCNs - Diretrizes Curriculares Nacionais

EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

ENIAC - *Electronic Numerical Integrator And Computer*

EDGE - *Enhanced Data Rates For GSM Evolution*

FGV - Fundação Getúlio Vargas

GDPR - *General Data Protection Regulation*

GPs - Grupos de Pesquisa

GPEPCom - Grupo de Pesquisa Ensino e Prática em Comunicação

GTEs - Grupos Temáticos

GTs - Grupos de Trabalho

HTTP - *Hypertext Transfer Protocol*

HTML - *HyperText Markup Language*

IES - Instituições de ensino superior

IBM - *International Business Machines Corporation*

IDC - *International Data Corporations*

IA - Inteligência artificial

INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira

LAI - Lei de Acesso à Informação

LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais

LNCC - Laboratório Nacional de Computação Científica

MEC - Ministério da Educação

MTs - Mesas Temáticas

ONU - Organização das Nações Unidas

PGQP - Programa Gaúcho de Qualidade e Produtividade

PPGCOM/PUCRS - Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

PD&I - Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação tecnológica

PUCRS - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

PUCMG - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

PC - Computador pessoal

RRPP - Relações Públicas

RJET - Regime Jurídico Emergencial e Transitório das Relações Jurídicas de Direito Privado

SDAQ - Softwares de Análises Qualitativas

SERPRO - Serviço Federal de Processamento de Dados

SAC - Serviço de atendimento ao consumidor

TICs - Tecnologias da Informação e da Comunicação

TSE - Tribunal Superior Eleitoral

URLs - *Uniform resource locator*

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

WWW - World Wide Web

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - autores utilizados por capítulos.....	009
Quadro 02 - documentos utilizados por capítulos.....	012
Quadro 03 - documentos utilizados no capítulo cinco.....	015
Quadro 04 - proximidades entre palavras-chave e termos que compõem a categoria de significado.....	020
Quadro 05 - síntese do percurso metodológico para o estado da arte.....	022
Quadro 06 - critérios adotados para a classificação.....	030
Quadro 07 - características das revoluções.....	035
Quadro 08 - buscas realizadas no Google em 2019 pelos brasileiros.....	044
Quadro 09 - total de palavras e o tempo para leitura.....	063
Quadro 10 - tipos de análises de dados.....	086
Quadro 11 - tipos comuns de gráficos e diagramas.....	090
Quadro 12 - características comuns entre os dashboards.....	092
Quadro 13 - significados do termo Relações Públicas.....	095
Quadro 14 - processo de Relações Públicas.....	101
Quadro 15 - novos cursos de graduação ofertados no comparativo entre 1995 e 2019.....	106
Quadro 16 - processo de Relações Públicas na contemporaneidade.....	108
Quadro 17 - hipóteses para o prognóstico em Relações Públicas	117
Quadro 18 - síntese do corpus do estado da arte.....	120
Quadro 19 - documentos do Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES que compõem o corpus.....	123
Quadro 20 - teses e dissertações entre 1996 e 2006.....	125
Quadro 21 - teses e dissertações entre 2007 e 2012.....	128
Quadro 22 - teses e dissertações entre 2013 e 2019.....	133
Quadro 23 - artigos com os termos “digital” e/ou “digitais”.....	145
Quadro 24 - artigos com os termos “prognóstico”, “dados”, “big data”, “data studio”, “pensamento computacional”, “algoritmo” e/ou “LGPD.....	150

Quadro 25 - artigo com os termos “tecnologia”, “tecnologias” e/ou “tecnológicos”	152
Quadro 26 - organização da LGPD.....	159
Quadro 27 - atualização dos termos de uso e tempo para a leitura (2021)..	162
Quadro 28 - termos buscados nos objetos analisados.....	168
Quadro 29 - síntese quantitativa das unidades de registro e de contexto....	171
Quadro 30 - O contexto para criação da LGPD - o quê?	173
Quadro 31 - O contexto para criação da LGPD - quem?.....	175
Quadro 32 - O contexto para criação da LGPD - por quê?.....	176
Quadro 33 - O contexto para criação da LGPD - quando?.....	177
Quadro 34 - frequência de termos para “Contexto para criação da LGPD”..	179
Quadro 35 - Os efeitos e os processos organizacionais a partir da LGPD - como?	180
Quadro 36 - Os efeitos e os processos organizacionais a partir da LGPD - por quê?.....	187
Quadro 37 - Os efeitos e os processos organizacionais a partir da LGPD - quem?.....	190
Quadro 38 - Os efeitos e os processos organizacionais a partir da LGPD - o quê?.....	192
Quadro 39 - Os efeitos e os processos organizacionais a partir da LGPD - quanto?.....	194
Quadro 40 - Os efeitos e os processos organizacionais a partir da LGPD - quando?.....	195
Quadro 41 - Os efeitos e os processos organizacionais a partir da LGPD - onde?.....	196
Quadro 42 - frequência de termos para “Os efeitos e processos organizacionais a partir da LGPD”	197
Quadro 43 - Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD - o quê?...	198
Quadro 44 - Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD - por quê?	200
Quadro 45 - Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD - como?...	201
Quadro 46 - Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD - quando?	203

Quadro 47 - Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD - quem?...	203
Quadro 48 - Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD - quanto?	204
Quadro 49 - frequência de termos para “Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD”.....	204
Quadro 50 - ferramentas de visualização de dados.....	207
Quadro 51 - unidades do prognóstico.....	213
Quadro 52 - indicativos de uso do prognóstico.....	225

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - percentual de codificação dos objetos.....	165
Tabela 02 - unidades de contexto e registro de “O contexto para criação da LGPD”.....	172
Tabela 03 - unidades de contexto e registro de “Os efeitos e processos organizacionais a partir da LGPD”	180
Tabela 04 - unidades de contexto e registro de “Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD”	198

LISTA DE IMAGENS

Imagem 01 - síntese da estrutura da dissertação.....	007
Imagem 02 - card de divulgação do webinar do CONFERP.....	025
Imagem 03 - card de divulgação do vídeo da ABERJE.....	026
Imagem 04 - relação do corpus com as unidades de contexto.....	028
Imagem 05 - relação das unidades de contexto com as de registro.....	029
Imagem 06 - Diagramas de rede, de Paul Baran (1964).....	054
Imagem 07 - representação da rede distribuída na contemporaneidade...	055
Imagem 08 - Dima Yarovinsky ao lado da obra “I Agree” (2018).....	062
Imagem 09 - relação entre dados, informação e conhecimento.....	068
Imagem 10 - interesse de buscas dos termos - 2004 a 2021.....	070
Imagem 11 - principais consultas ao termo “dados” - 2004 a 2021.....	069
Imagem 12 - principais consultas ao termo “informação” - 2004 a 2021....	070
Imagem 13 - principais consultas ao termo conhecimento - 2004 a 2021..	077
Imagem 14 - Sistema organização-públicos por Simões (1995, 2001).....	100
Imagem 15 - informação como ativadora do processo de RRPP.....	102
Imagem 16 - Sistema organização-públicos definido por Lasta (2015).....	105
Imagem 17 - palavras mais utilizadas no nome do atual GT de Comunicação digital, Inovação e Tecnologias.....	142
Imagem 18 - palavras mais utilizadas nas ementas da trajetória do atual GT de Comunicação digital, Inovação e Tecnologias.....	143
Imagem 19 - principais pontos da LGPD.....	160
Imagem 20 - interesse de buscas dos termos - 2004 a 2021.....	161
Imagem 21 - nuvem de palavras do webinar e do vídeo analisados.....	166
Imagem 22 - diagrama do corpus analisado na AC.....	169
Imagem 23 - mapa visual dos fragmentos de fala.....	170
Imagem 24 - capa do dashboard dos Anais dos Congressos da ABRAPCORP.....	206
Imagem 25 - proposta de modelo de prognóstico em Relações Públicas.....	211
Imagem 26 - variável do ano de realização do congresso.....	218

Imagem 27 - variável do autor dos artigos.....	218
Imagem 28 - variável editável no título dos artigos.....	219
Imagem 29 - prognóstico pouco provável.....	222
Imagem 30 - prognóstico provável - termo “Relações Públicas”.....	222
Imagem 31 - prognóstico provável - termo “sociais”.....	223
Imagem 32 - prognóstico bastante provável - frequência de autores.....	224

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	001
1 ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS	008
1.1 PESQUISAS BIBLIOGRÁFICA E DOCUMENTAL.....	008
1.2 ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	023
2 SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA PELA PERSPECTIVA DIGITAL	032
2.1 DA REVOLUÇÃO AGRÍCOLA AO CONTEXTO DAS TICs.....	032
2.2 DO COMPUTADOR À INTERNET.....	038
2.3 RELACIONAMENTOS E DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS.....	048
3 CONTEXTO DOS DADOS E ADVENTO DOS DASHBOARDS	058
3.1 DADOS COMO MODELOS RELIGIOSOS E ECONÔMICOS.....	058
3.2 ESTRUTURAS E FLUXO DOS DADOS, INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO.....	067
3.3 VISUALIZAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS ATRAVÉS DE DASHBOARDS.....	078
4 RELAÇÕES PÚBLICAS E FUNÇÃO DO PROGNÓSTICO	094
4.1 ATIVIDADE E PROCESSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS.....	094
4.2 PROGNÓSTICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS.....	109
5 ESTADO DA ARTE DE RELAÇÕES PÚBLICAS	120
5.1 TESES E DISSERTAÇÕES NA CAPES ENTRE 1996 E 2019.....	121
5.1.1 Teses e dissertações entre 1996 e 2006.....	124
5.1.2 Teses e dissertações entre 2007 e 2012.....	128
5.1.3 Teses e dissertações entre 2013 e 2019	132
5.2 ARTIGOS PUBLICADOS NA ABRAPCORP ENTRE 2007 E 2019....	140
5.2.1 Artigos com os termos “digital” e/ou “digitais”.....	145
5.2.2 Artigos com os termos “prognóstico” , “dados”,	

“big data”, “data studio”, “pensamento computacional”, “algoritmo” e/ou “LGPD”	149
5.2.3 Artigos com os termos “tecnologia”, “tecnologias” e/ou “tecnológicos”	151
5.2.4 Artigos com os termos “inovação” e/ou “inovações”	153
6 LGPD E PROGNÓSTICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	155
6.1 LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS.....	155
6.2 ANÁLISE DO WEBINAR DO CONFERP E DO VÍDEO DA ABERJE.	163
6.2.1 O contexto para a criação da LGPD	172
6.2.2 Os efeitos e processos organizacionais a partir da LGPD..	179
6.2.3 Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD	198
6.3 VISUALIZAÇÃO DE DADOS NO PROGNÓSTICO EM RRPP.....	205
 CONCLUSÕES	226
REFERÊNCIAS	234
APÊNDICES	250
A - Dashboard do BDRP para o período de 2013 a 2019.....	251
B - Memória do atual GT de Comunicação digital, Inovação e Tecnologias.	259
C - Dashboard dos Anais dos Congressos da ABRAPCORP	261
D - Banco de dados dos artigos dos Anais da ABRAPCORP em Excel.....	270
E - Transcrição do webinar do CONFERP.....	281
F - Transcrição do vídeo da ABERJE.....	296
G - Termos citados na unidade “O contexto para criação da LGPD”.....	299
H - Termos citados na unidade “Os efeitos e os processos organizacionais a partir da LGPD”	301
I - Termos citados na unidade “Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD”	305

INTRODUÇÃO

Uma pesquisa de dissertação normalmente configura-se enquanto um desafio. Não somente pela perspectiva da contribuição científica mas também e, inclusive, através de uma ótica pessoal quando os desfechos obtidos favorecem a qualificação de outras pessoas. Essa predisposição à construção do conhecimento é ampliada à medida que, de acordo com Ferrari (2003, p.62), “investir em novos projetos de pesquisa permitirá obter resultados que possibilitem uma melhor compreensão do domínio das relações públicas”.

Visando ao aprimoramento desse domínio, o ponto de partida encontra-se na reflexão da atividade de RRPP¹ em contextos contemporâneos. Desde 1995 quando Simões² teorizou seus processos e programas de Relações Públicas, muitos dos questionamentos sociais da época já mudaram ou foram descontinuados, enquanto que outros surgiram. As realidades atuais sugerem que a atividade observe os novos diálogos empreendidos em teorias e práticas, integrando-os ao arcabouço empírico e prático.

Entre as dinâmicas que levam à reflexão de que “vivemos tempos em que novas ideias surgem a todo momento, com a capacidade de desmoronar verdades da noite para o dia” (MATTOS, 2017, p.17), localiza-se a ciência de Relações Públicas. Os desenlaces da política internacional, os conflitos de paz e guerra, a economia globalizada, o mundo empresarial, os relacionamentos digitalizados, as redefinições de público e privado e a permanência e ampliação na utilização das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), todas essas movimentações pautam e interferem na configuração do tecido social na contemporaneidade.

Castells (2018) corrobora afirmando que as manifestações do tempo presente ocorrem, geralmente, mediadas pelas redes de comunicação eletrônica

¹ Simões e Rahde (2003) destacam que o termo Relações Públicas, quando abreviado, só existe na duplicidade de letras, portanto, RRPP. Os autores afirmam que “que este termo só existe no plural, situa-se na esfera dos princípios do *Pluralia Tantum*” (p.146);

² Referência teórica para a área de Relações Públicas, em 2013 também foi reconhecido pelo Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas, da 4ª região, a partir do estabelecimento do prêmio “Destaque Roberto Porto Simões”, concedido a profissionais que se destacaram no desenvolvimento das atividades de Relações Públicas;

impulsionadas pela prevalência de valores culturais, considerados por ele como uma das características do agora.

A revolta das nações oprimidas ao redor do mundo, a conquista de governos por parte de movimentos indígenas na América Latina, a importância crescente de movimentos religiosos como fontes de desafio e de mudança social, o enraizamento da democracia na identidade territorial, a afirmação da especificidade dos valores das mulheres, a crítica ao patriarcalismo pelo movimento gay e lésbico e a construção de novas formas de identidade individual e coletiva, geralmente pelo uso de redes de comunicação eletrônica, mostraram a prevalência dos valores culturais [...] na constituição do sentido da ação humana. (CASTELLS, 2018, p.11)

Diante de uma sociedade que pode ser sintetizada pela desaceleração de antigos padrões, encontra-se o desafio desta dissertação. Com o tema do prognóstico em Relações Públicas, a pesquisa permitiu resgatar aspectos teóricos e ainda obteve resultados que ampliaram a visualização e a utilização do prognóstico pelas lentes das atuais necessidades sociais. Prognosticar no campo de RRPP relaciona-se à estratégia de prever aspectos futuros nas relações entre públicos e suas organizações, antecipando eventos que pudessem ocorrer. Para Simões (1995), a predição não é um sinônimo daquilo que, coloquialmente, descreve-se como o achismo, mas sim refere-se à inteligência aplicada por meio de métodos analíticos.

Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, WhatsApp, Medium, Spotify, Netflix, Uber, Rappi, Zoom, Google, Gmail, Pinterest, Amazon, Nubank. Essa não é apenas uma seleção de empresas, na sua maioria sediadas no Vale do Silício³, mas também a relação de algumas das marcas que têm sensibilizado pessoas de todos os níveis sociais, impactando econômica, política e culturalmente a partir do uso que é feito de seus serviços, produtos e tecnologias. Ou, por outra ótica, a materialização da desaceleração dos padrões.

Exponentes da sociedade contemporânea, elas atuam a partir do mesmo capital simbólico da ciência de Relações Públicas: o relacionamento entre organizações e seus públicos. Essas e outras empresas potencializam ações que envolvem a participação de seus usuários, que por ora acabam tendo seus

³ O Vale do Silício é o apelido dado a uma região do estado da Califórnia, nos Estados Unidos da América, que abriga diferentes empresas e startups de tecnologia;

movimentos documentados segundo a segundo pelos profissionais das instituições ou seus robôs.

Do registro dos hábitos de utilização emerge um dos pontos centrais da dissertação e um dos pilares que sustenta a sociedade contemporânea: os dados. Segundo a International Data Corporations (IDC)⁴, o ser humano produz mais dados que a própria tecnologia tem capacidade de absorver. Ainda de acordo com a mesma organização, até o ano de 2020 havia o registro de um total superior a 500 quadrilhões de dados armazenados em ambientes digitais.

Se é a partir da sociedade contemporânea que novos conhecimentos serão oportunizados, ao considerar a miríade dos dados e sua contínua ampliação, o estudo do prognóstico em Relações Públicas precisa limitar-se a um recorte específico para atingir seu objetivo. Por isto, a delimitação do tema desta dissertação está no amparo (sistematização) do prognóstico - que possui como fonte os dados - através de dashboards, estes definidos como painéis que em sua estrutura incluem elementos visuais.

Além do tema e da sua delimitação, para que se alcance o objetivo de estudar o prognóstico em Relações Públicas transcorridos quase três décadas desde o surgimento de seu conceito, algumas aproximações são estabelecidas. Em primeiro, decorre da discussão sobre a imensa quantidade de dados gerados diariamente e que acabam capturados, organizados e armazenados em memórias, também conhecidas como bases de dados⁵.

Do “levantar da cama” até o instante em que uma pessoa adormece, diferentes dados são registrados. Hipoteticamente, ao acordar, ocorre o acesso às redes sociais: alguns minutos no Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter e WhatsApp e a reintegração ao contexto de notícias e ao círculo mais pessoal de contatos está concluída. Logo mais, para se deslocar ao trabalho, utiliza o aplicativo da Uber. No trajeto escuta uma seleção de músicas projetada pelo Spotify. Chegando no escritório, verifica seu e-mail corporativo vinculado a uma conta

⁴ É uma empresa mundial de serviços de consultoria e organização de eventos para os mercados das Tecnologias de Informação, Telecomunicações e Eletrônica;

⁵ Na visão de Sharda, Delen e Turban (2019, p.162), bases de dados "servem para apoiar todas as análises decisórias, fornecendo informações relevantes, resumidas e detalhadas provenientes de muitas fontes diferentes”;

Gmail, além de se conectar virtualmente em uma reunião através da ferramenta Zoom. Durante a manhã ainda pesquisa por outros assuntos no Google e acessa digitalmente o exemplar de um jornal de sua cidade. No almoço seleciona seu restaurante preferido no Rappi e realiza o pagamento através do Nubank. Ao final do dia opta por retornar de Cabify e substitui o Spotify por um documentário do Netflix. Antes de dormir lê artigos no Medium e, considerando temáticas interessantes, realiza buscas por estes autores e seus conceitos no site da Amazon. Após um dia aparentemente típico, o sujeito monitora seu sono através do aplicativo da Nike. Este exemplo demonstra que, consciente ou inconscientemente, está cada vez mais naturalizada a convivência humana com e entre os dados.

Dito isto, é estabelecida uma segunda aproximação que observa o desenvolvimento de estratégias para este amplo universo de dados. Trata-se da utilização dos dashboards enquanto recursos contemporâneos que apoiam no tratamento e na visualização deles. Utilizados para organizar diferentes dados, os dashboards podem auxiliar na tomada de decisões nas organizações.

Junto aos dados e dashboards soma-se o terceiro ponto de aproximação. Trata-se do que Empoli (2019)⁶ adverte sobre os reflexos da geração e apropriação dos dados: “eles se tornaram o desafio principal de um jogo político gigantesco”. Se há vantagens ao facilitar atividades cotidianas, também se revelam as faces ressignificadas do poder. Morozov (2018) afirma que “se os dados são o petróleo do século XXI, quem vai ser o *Saddam Hussein* deste século?”

Em decorrência de uma invisível guerra que utiliza os dados como armas e que não distingue nações, uma necessidade é premente: uma legislação para cuidar, especialmente, dos dados decorrentes do uso pessoal das tecnologias, produtos e serviços prestados pelas empresas do Vale do Silício e muitas outras. Impulsionada por discussões acerca do uso irrestrito que se vinha tendo sobre os dados e de movimentos precursores do continente Europeu, as consequências da invisibilidade e pseudo neutralidade no compartilhamento dos dados despertaram a atenção do Poder Legislativo Brasileiro, levando à criação da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, também conhecida pela sigla LGPD.

⁶ A obra de Empoli (2019) está disponível em formato ebook e, portanto, não apresenta paginação;

Ao retomar o já definido ponto de partida desta dissertação e ao considerar a vigência da LGPD iniciada em 2018, entende-se que os investimentos em novos conhecimentos que envolvam a temática dos dados precisam dialogar com a Lei. Por este motivo, convergindo as aproximações anteriores, constitui-se o problema de pesquisa que norteia a dissertação. Isto é, “como os dados podem ser utilizados no prognóstico em Relações Públicas e materializados em dashboards com base na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais?”

Para responder ao problema de pesquisa, organizou-se a estrutura através de seis capítulos e mais as conclusões. Amparado pelas estratégias da pesquisa bibliográfica, documental e pela análise de conteúdo, a descrição das metodologias adotadas são apresentadas no primeiro capítulo. Nele ainda estão relacionados os autores e documentos utilizados. Em relação às fontes se destaca que recorreu-se a teses, dissertações, livros, documentários, legislações, censos, notícias, webinar, conteúdos audiovisuais e artigos científicos.

Já no segundo capítulo são interseccionadas visões sobre a digitalização da sociedade contemporânea através de um resgate histórico das etapas da evolução social até o estágio de convivência em redes. Para tanto, o capítulo apresenta subseções que apoiam cronologicamente a compreensão das principais transições entre as épocas.

No terceiro capítulo se estuda os dados. Organizado em três tópicos, contextualiza-se o cenário dos dados em perspectivas religiosas e econômicas, avançando para as convergências e divergências entre os conceitos de dado, informação e conhecimento, finalizando com uma seção que discute o advento dos dashboards e sua contribuição ao ambiente organizacional.

O quarto capítulo reúne as matérias relacionadas ao processo e atividade de Relações Públicas e a função do prognóstico em Relações Públicas. Com vistas à complementação das discussões iniciadas, no quinto se desvela a literatura em Relações Públicas.

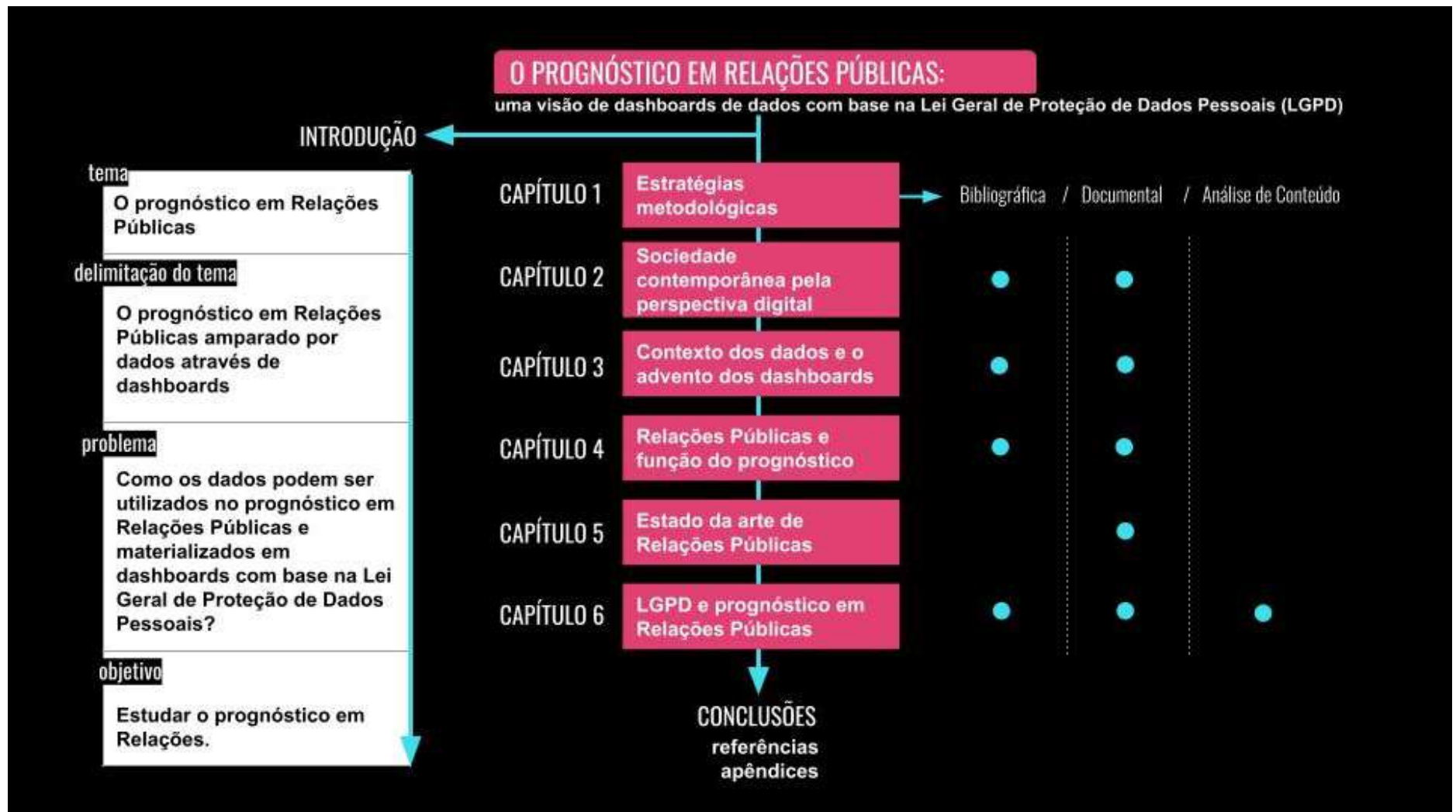
Nele é refletido o estado da arte de Relações Públicas levantado a partir de teses e dissertações depositadas no Catálogo de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e de artigos disponíveis em anais de Congressos Científicos da Associação Brasileira de

Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (ABRAPCORP), totalizando 24 anos de buscas nas duas bases de dados. Também é neste capítulo que se visualizam os resultados aplicados do dashboard que compõem o modelo proposto para a dissertação.

Já no sexto capítulo se observa a LGPD e as etapas da estratégia metodológica da análise de conteúdo já aplicadas à pesquisa. O capítulo encerra com a projeção de um modelo prático-teórico para o prognóstico em Relações Públicas amparado por dados através de dashboards.

Apresentadas as justificativas e a estrutura da dissertação, reforça-se que a experiência profissional e os interesses pessoais do pesquisador também foram considerados no desenvolvimento desta pesquisa e na resolução dos desafios expostos. Para ilustrar a organização do documento, na imagem 01 é possível visualizar a síntese da estrutura da dissertação.

Imagem 01: síntese da estrutura da dissertação



Fonte: desenvolvido pelo autor (2020)

1 ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS

O capítulo apresenta as estratégias metodológicas que apoiaram no desenvolvimento dessa pesquisa. Para Marconi e Lakatos (2017)⁷, a pesquisa delimita-se enquanto "um procedimento formal, com método do pensamento reflexivo, que requer um tratamento científico, e se constitui para conhecer a realidade ou descobrir verdades parciais".

De acordo com as autoras, para que ocorra o desvelamento das realidades é necessária a utilização de procedimentos formais, os quais são mediados por métodos. Por isso, nesta dissertação são utilizadas três estratégias que organizam a forma como o tratamento científico ocorre, sendo elas: as pesquisas Bibliográfica e Documental e a Análise de Conteúdo (AC). A seguir, cada uma delas é descrita.

1.1 Pesquisas Bibliográfica e Documental

Utilizada no decorrer da dissertação, Gil (2008, p.50) define que a pesquisa Bibliográfica é "constituída principalmente de livros e artigos". Em uma perspectiva bastante próxima, Severino (2007, p.122) a define como um

Registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc. Utilizam-se dados de categorias teóricas já trabalhadas por outros pesquisadores e devidamente registrados. Os textos tornam-se fontes dos temas a serem pesquisados. O pesquisador trabalha a partir de contribuições dos autores dos estudos analíticos constantes dos textos.

Além das visões de Severino (2007) e Gil (2008), Marconi e Lakatos (2017) apresentam uma terceira que, segundo elas, amplia as fontes para a pesquisa, indo além das apresentadas pelos outros autores. Para elas a pesquisa bibliográfica é

Um tipo específico de produção científica [...] feita com base em textos, como livros, artigos científicos, ensaios críticos, dicionários, enciclopédias, jornais, revistas, resenhas, resumos. Hoje, predomina o entendimento de que artigos científicos constituem o primeiro foco dos pesquisadores, porque é neles que se pode encontrar conhecimento científico atualizado, de ponta. (MARCONI; LAKATOS, 2017)

⁷ A obra de Marconi e Lakatos (2017) está disponível em formato ebook e, portanto, não apresenta paginação;

Ao retomar as três definições, um aspecto observado é o que há em comum na visão dos quatro pesquisadores. Eles argumentam que a pesquisa bibliográfica está baseada em levantamentos científicos já realizados e que sua contribuição às novas pesquisas é de embasá-las teoricamente. Por isso, para amparar cientificamente as discussões desenvolvidas na dissertação, certificando-se do conhecimento já existente e publicado, é que se recorre à estratégia da pesquisa Bibliográfica.

Além de ser utilizada neste capítulo, ela também é aplicada no segundo, terceiro, quarto e sexto, além de que a seleção de autores e obras atendeu a critérios de pertinência com a temática explorada em cada momento da pesquisa. Buscou-se também interseccionar pesquisadores de diferentes áreas e perspectivas teóricas, reunindo visões consideradas “clássicas” com as “contemporâneas”. Dessa multiplicidade de vertentes do conhecimento, resultam diferentes territórios que podem ser explorados. Com isso não há a pretensão de esgotar as discussões pela perspectiva dos pesquisadores selecionados, mas sim observar realidades a partir de suas óticas, não excluindo a possibilidade de outras interpretações. No quadro 01 se apresenta a relação dos autores de documentos bibliográficos organizados através de suas utilização por capítulos.

Quadro 01: autores utilizados por capítulos

Capítulo 1 - ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS			
Brum (2013)	Bardin (1977)	Campos (2004)	Franco (2008)
Fossá, Silva (2015)	Gil (2008)	Hohlfeldt (2015)	Marconi e Lakatos (2017)
Severino (2007)			
Capítulo 2 - SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA PELA PERSPECTIVA DIGITAL			
Azevedo (2012)	Bauman (2001, 2008)	Brackmann (2017)	Castells (2003, 2017, 2018, 2019)
Coelho (2019)	Cristian (2017)	Dreyer (2017a, 2017b)	Empoli (2019)

continua

Capítulo 2 - SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA PELA PERSPECTIVA DIGITAL			
Fischetti (2009)	Fava (2018)	Fortim (2007)	Gabriel (2010)
Harari (2016)	Martino Sá (2014)	Morozov (2018)	Moraes, Ramonet, Serrano (2013)
Santos (2016)	Simões (2001)	Srour (2012)	Vergili (2014, 2017)
Capítulo 3 - CONTEXTO DOS DADOS E ADVENTO DOS DASHBOARDS			
Boarini (2018)	Cechetti (2009)	Chamon (2013)	Coelho (2019)
Costa (2006)	Empoli (2019)	Freire (2002)	Fava (2018)
Harari (2016, 2017)	Knaflic (2019)	Lasta (2015)	Leitão (2015)
Monteiro, Azarite (2012)	Moraes, Ramonet, Serrano (2013)	Martino Sá (2014)	Morozov (2018)
Nietzsche (1882)	Rogers, Sharp, Preece (2013)	Simões (1995, 2006)	Sharda, Delen, Turban (2019)
Provost, Fawcett (2016)	Young (1987)	Wagner (2018)	
Capítulo 4 - RELAÇÕES PÚBLICAS E FUNÇÃO DO PROGNÓSTICO			
Barichello et al (2013)	Baseggio (2008)	Cesca (2006)	Dreyer (2014, 2017b)
Denadai (2006)	Oliveira Filho (2001)	Gardner (2016)	Gavioli (2017)
Lasta (2015)	Marconi e Lakatos (2003)	Pinto (2019)	Rezende (2009)
Rebollo (2006)	Rhoden (2013)	Simões (1995, 2001, 2006)	Simões, Dornelles (2012)
Sodré (2008)	Vergili (2017)	Wagner (2018)	
Capítulo 6 - LGPD E O PROGNÓSTICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS			
Brackmann (2017)	Cardoso (2020)	Coelho (2019)	Dreyer (2017b)
Fava (2018)	Knaflic (2019)	Leitão (2015)	Mattos (2017)
Morozov (2018)	Nunes et al (2017)	Nodari et al (2014)	Ramos; Espadeiro (2014)
Simões (1995, 2001)	Simões; Dornelles (2012)	Vergili (2017)	

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020)

A organização e a distribuição dos autores entre os capítulos se baseia na profundidade de suas discussões e na propriedade em tais temáticas. Desta maneira, no capítulo um são utilizados pesquisadores referência por sua contribuição relevância na área das metodologias científicas. Já no segundo capítulo busca-se em autores estrangeiros e brasileiros que dão suporte à observação das realidades sociais e contemporâneas do tempo presente. Por isso, predominam obras mais recentes, já que a discussão é direcionada aos tópicos digitais.

No capítulo três aborda-se o contexto de dados e o advento da visualização deles através da lente de dashboards. Para tanto, as obras utilizadas são publicações mais recentes, dada a própria condição da temática, cuja natureza do objeto ser digital, acaba atualizando suas teorias e conclusões constantemente.

Já no quatro se observam tanto autores clássicos quanto contemporâneos, com destaque às obras de Simões (1995, 2001, 2006) e uma busca transdisciplinar na área das ciências exatas e ciências da saúde. Por fim, no sexto capítulo também são consultadas obras e autores contemporâneos, uma vez que a LGPD é pouco explorada e aproximada às Relações Públicas.

Complementar à estratégia da pesquisa Bibliográfica, recorreu-se também à pesquisa Documental. Diferentemente da Bibliográfica, Gil (2008, p.51) destaca que nesta segunda os documentos “não receberam um tratamento analítico”, o que pode ampliar as possibilidades de inferências nos resultados. Contrário aos livros que, em algumas situações podem incluir opiniões de seus autores, o registro documental encontra-se num estado bruto, o que permite o acesso diretamente à fonte sem que se tenha tido a influência de análises anteriores. Para Severino (2007, p.122), a pesquisa Documental é:

Fonte de documentos no sentido amplo, ou seja, não só de documentos impressos, mas, sobretudo de outros tipos de documentos, tais como jornais, fotos, filmes, gravações, documentos legais. Nestes casos, os conteúdos dos textos ainda não tiveram nenhum tratamento analítico, são ainda matéria-prima, a partir da qual o pesquisador vai desenvolver sua investigação e análise.

O fato deste tópico apresentar as estratégias metodológicas das pesquisas Bibliográfica e Documental não é uma coincidência. Gil (2008, p.51) afirma que “a

pesquisa documental assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica. A única diferença entre ambas está na natureza das fontes”. Assim, os documentos levantados através da pesquisa Documental são interseccionados com os resultados da pesquisa Bibliográfica, resultando numa base sólida para novas investigações.

Da mesma forma como estão mapeados os autores utilizados através da pesquisa Bibliográfica, também foram relacionados os documentos selecionados através da Documental. Em relação a esta segunda fonte, pode-se observar uma variedade de tipos e suportes midiáticos, que incluem levantamentos estatísticos, censos, teses, dissertações, artigos publicados em anais de eventos científicos, publicações legais, webinars e vídeos. O panorama com os documentos e a sua distribuição entre os capítulos pode ser visualizado no quadro 02.

Quadro 02: documentos utilizados por capítulo

Capítulo 2 - SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA PELA PERSPECTIVA DIGITAL	
Fonte:	Documentos utilizados
Baran (1964)	Artigos - <i>On Distributed Communications</i>
Corrêa (2020)	Seminário "Comunicação contemporânea e as práticas digitais: reflexões e impactos nas organizações", promovido pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da PUCRS, na plataforma Zoom, em 2020.
Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC)	Pesquisa TIC Domicílios (dados de 2019)
Google Brasil	Hábitos de pesquisa do brasileiro no buscador do Google (dados de 2019)
Fundação Getulio Vargas (FGV)	Pesquisa Anual do Uso de TI (dados de 2020)
Ministério da Educação (MEC)	Censo Escolar da Educação Básica no Brasil (dados de 2018 e 2019)
Portal Canaltech - levantamento realizado pela empresa de consultoria e análise Sensor Tower	<i>App Store e Play Store batem recorde com 37 bilhões de downloads no 2º trimestre</i> (dados de 2020)
Portal Tecnoblog	<i>A história do ENIAC: o primeiro computador do mundo</i>

continua

continuação

Capítulo 2 - SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA PELA PERSPECTIVA DIGITAL	
Fonte:	Documentos utilizados:
Relatório Statista	Número de aplicativos disponíveis na Google Play Store (dados comparativos entre dezembro de 2009 e dezembro de 2020)
Capítulo 3 - CONTEXTO DE DADOS E O ADVENTO DOS DASHBOARDS	
Fonte:	Documentos utilizados:
Dima Yarovsky	Obra visual "I Agree" (exibida originalmente em 2018)
Organização das Nações Unidas (ONU)	Estimativas populacionais mundiais (projeção para 2021)
Facebook	Facebook Reports First quarter 2020 results (dados de 2020)
Google Trends	Busca comparativa entre os termos dados, informação e conhecimento (dados de 2004 a janeiro de 2021)
Portal Uol Notícias	Claro anuncia lançamento de novos serviços avançados de dados (dados de 2004)
Portal da Revista Forbes	Marcas mais valiosas no mundo (dados de 2020)
Capítulo 4 - RELAÇÕES PÚBLICAS E A FUNÇÃO DO PROGNÓSTICO	
Fonte:	Documentos utilizados:
Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas (CONFERP)	RESOLUÇÃO NORMATIVA N.º 43, de 24 de agosto de 2002, que esclarece as funções e atividades privativas dos profissionais de Relações Públicas.
Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP)	Sinopses estatísticas da educação superior no Brasil (dados de 1995 a 2019)
Capítulo 6 - LGPD E O PROGNÓSTICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	
Fonte:	Documentos utilizados:
BRASIL (Legislação Federal)	Lei n° 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências; Lei Complementar n° 105, de 10 de janeiro de 2001, que dispõe sobre o sigilo das operações de instituições financeiras e dá outras providências;

continua

Capítulo 6 - LGPD E O PROGNÓSTICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	
Fonte:	Documentos utilizados:
BRASIL (Legislação Federal)	<p>Lei nº 12.527, de 11 de novembro de 2011, ou a Lei de Acesso à Informação (LAI), regula o acesso a informações e dá outras providências;</p> <p>Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, ou a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) que regula as atividades de tratamento de dados pessoais no país e dá outras providências;</p> <p>Lei nº 13.853, de 8 de julho de 2019, para dispor sobre a proteção de dados pessoais e para criar a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) e dá outras providências;</p> <p>Lei nº 14.010, de 10 de junho de 2020, que dispõe sobre o Regime Jurídico Emergencial e Transitório das relações jurídicas de Direito Privado (RJET) no período da pandemia do coronavírus (Covid-19);</p>
Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE)	Vídeo sobre a LGPD <i>(publicada no canal do Youtube em 2020)</i>
Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas (CONFERP)	Webinar sobre a LGPD <i>(publicado no canal do Youtube em 2020)</i>
Dima Yarovinsky	Obra visual “I Agree” <i>(dados comparativos com 2021)</i>
Google Trends	Busca comparativa entre os termos dados, informação e conhecimento <i>(dados de 2004 a janeiro de 2021)</i>
Google	Google Data Studio <i>(instruções de utilização da plataforma)</i>
Portal Rádioagência Nacional	Aumento no número de estelionatos <i>(dados de 2020)</i>
Serviço Federal de Processamento de Dados (SERPRO)	Comparativo com os principais pontos da LGPD <i>(dados de 2020)</i>
Tribunal Superior Eleitoral (TSE)	Pesquisa revela que compra de votos ainda é realidade no país <i>(dados de 2015)</i>

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020)

A discussão do conteúdo destes documentos é apresentada no respectivo capítulo, conforme apontado no quadro 2. Além disso, não se caracteriza como um erro de digitação o fato do capítulo cinco não estar presente no quadro 02, mas sim a sinalização de um protocolo elaborado especialmente para a seleção do estado da arte de Relações Públicas.

Dessa maneira, o capítulo cinco tem como fonte os acervos históricos de artigos publicados em anais dos Congressos Científicos da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (ABRAPCORP)⁸ e também de teses e dissertações defendidas em programas brasileiros de pós-graduação stricto sensu, que estão disponíveis no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES⁹. A relação desses documentos é demonstrada no quadro 03.

Quadro 03: documentos utilizados no capítulo cinco

Capítulo 5 - ESTADO DA ARTE DE RELAÇÕES PÚBLICAS		
Fonte:	Documentos utilizados:	
Portal da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (ABRAPCORP)	Ementas dos Grupos Temáticos, Mesas Temáticas, Grupos de Pesquisa e Grupos de Trabalho dos Congressos da ABRAPCORP <i>(dados de 2007 a 2019 do atual Grupo de Trabalho (GT) de Comunicação digital, Inovação e Tecnologias)</i> ¹⁰	
Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (ABRAPCORP) <i>(Artigos publicados em anais de congressos)</i>	Di Felice (2007)	Terra (2007, 2015, 2018)
	Liedke (2010)	Torres et al (2012)
	Dreyer (2017a)	Boarini (2018, 2019)
	Raposo e Silva (2019)	

continua

⁸ A Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (ABRAPCORP) foi fundada em 2006 e seu objetivo é avançar nos estudos e discussões científicas das áreas de Comunicação Organizacional e Relações Públicas;

⁹ A Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) é uma fundação vinculada ao Ministério da Educação (MEC) que atua na expansão e consolidação da pós-graduação brasileira em nível stricto sensu;

¹⁰ Segundo o portal da ABRAPCORP, em 2021 a nomenclatura do GT é apresentada como Comunicação Digital, Inovação e Tecnologias. Desta forma, sempre que for referida a base de dados da ABRAPCORP, a nomenclatura utilizada será a mais recente;

Capítulo 5 - ESTADO DA ARTE DE RELAÇÕES PÚBLICAS		
Fonte:	Documentos utilizados:	
Plataforma CAPES (Catálogo de teses e dissertações)	Vergili (2017)	Lasta (2015)
	Rhoden (2013)	Boarini (2016)
	Silva (2015)	Dreyer (2014)
	Franchon (2009)	Stasiak (2009)
	Schneider (2008)	Costa (2006)
	Terra (2006)	
Grupo de Pesquisa Ensino e Prática em Comunicação (GPEPCom)	Banco de Dados Acadêmicos em Relações Públicas (BDRP)	

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020)

Hohlfeldt (2015) defende que se tem assistido a uma constante mudança das e nas práticas comunicativas nos últimos anos e, por vezes, o ambiente acadêmico acaba tendo dificuldades em acompanhá-las. Com a velocidade nas atualizações comportamentais, muitas vezes falta tempo para imergir em tantos espaços de busca do conhecimento científico.

A constante mutação das práticas comunicativas, verdadeiras revoluções tecnológicas a que temos assistido particularmente nos últimos anos, dá-se num ritmo que a reflexão acadêmica não consegue (em função de sua natureza e seu tempo) acompanhar. (HOHLFELDT, 2015, p.49)

Na busca por entender essas mudanças, a CAPES e a ABRAPCORP são utilizadas como base para o capítulo cinco. Ambas são fontes e depositários de pesquisas, com discussões iniciais, complementares e transversais, utilizadas enquanto recurso bibliográfico e documental por diferentes pesquisadores. Além disso, facilitam a busca, pois reúnem no mesmo espaço diferentes documentos, o que por vezes facilita na otimização do tempo, como destacou Hohlfeldt (2015).

Fora o agrupamento, outra justificativa para a escolha das duas bases como fontes documentais é a característica constitutiva das entidades. A ABRAPCORP é uma associação científica e a única direcionada para a área de Relações Públicas e Comunicação Organizacional. Já o Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES é

o repositório oficial do Ministério da Educação (MEC), que reúne o acervo de toda a publicação *stricto sensu*, em nível de mestrado e/ou doutorado, defendida no país em programas de pós-graduação reconhecidos pelo próprio MEC.

Desta forma, considerando as duas bases consultadas, o inventário utilizado no capítulo cinco constitui o intervalo de 24 anos (1996 a 2019), resultando em 321 documentos localizados, distribuídos entre 207 teses ou dissertações e 114 artigos. Para alcançar estes números, o protocolo está organizado em três etapas. Na primeira, ocorre um olhar generalista sobre os documentos encontrados nas bases. Já a segunda pauta-se em buscas mais específicas e, na terceira, aprofunda-se a característica da proximidade com o tema e a delimitação desta pesquisa.

Ampliando a forma como se aplicou cada etapa e iniciando pela primeira, descreve-se que a busca no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES iniciou em 1996 por ser o ano do primeiro registro documental que atendeu aos requisitos pré-estabelecidos, apresentados a seguir. Já para a ABRAPCORP, o início é 2007 por ser o ano da primeira edição do Congresso e, respectivamente, da publicação dos seus anais. Para as duas fontes, o período de buscas encerra-se no ano de 2019, já que as análises desta dissertação foram realizadas em 2020.

A seleção na base da CAPES ocorreu a partir do preenchimento dos campos disponíveis na própria plataforma. Foi acessado o Catálogo de Teses e Dissertações, selecionado o intervalo de tempo e, então, aplicadas as buscas nos espaços disponíveis ao preenchimento de grande área, área e sub-área.

- base: portal da CAPES

1ª etapa) busca no Catálogo de Teses e Dissertações

Período: entre 1996 e 2019;

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas;

Área: Comunicação;

Sub-área: Relações Públicas.

Já na ABRAPCORP, como a estrutura da base de dados é diferente da CAPES, a busca aconteceu distintamente. Os passos utilizados foram:

- base: portal da ABRAPCORP

1ª etapa) busca de artigos publicados nos Anais dos Congressos Científicos da ABRAPCORP

Período: entre 2007 e 2019;

Os artigos foram localizados nos capítulos dos anais que reúnem a produção do atual Grupo de Trabalho (GT) de Comunicação digital, Inovação e Tecnologias, o que inclui a produção histórica do grupo, já que no decorrer dos anos ele apresentou variação na nomenclatura¹¹;

Seja através dos artigos dos anais da ABRAPCORP ou das teses e dissertações localizadas na CAPES, os documentos utilizados na pesquisa documental são resultado de uma riqueza de itens articulados entre si. Título, resumo, introdução, palavras-chave, desenvolvimento e são estágios normalmente identificáveis nos documentos e necessários a sua compreensão.

Considerando o grande volume de documentos localizados (321), as etapas dois e três foram otimizadas com base no que Marconi e Lakatos afirmam. As autoras apresentam uma sequência de itens que podem ser utilizados como referência na leitura de um texto e, com isto, incluí-lo ou não ao corpus analisado.

Na busca de material adequado para a leitura, identifica-se o texto, observando: a) o título: apresenta-se acompanhado ou não de subtítulo; ele estabelece o assunto e, às vezes, até a intenção do autor; b) a data da publicação: fornece elementos para certificar-se de sua atualização e aceitação (número de edições), exceção feita para textos clássicos, para os quais não é a atualidade que importa; c) a orelha ou contracapa: permite verificar credenciais ou qualificações do autor; nelas se encontra, geralmente, uma apreciação da obra, assim como indicações do público a que se destina; d) o sumário: apresenta os tópicos abordados na obra, bem como as divisões a que o assunto está sujeito; e) a introdução, o prefácio ou a nota do autor: fornecem informações sobre os objetivos do autor e, geralmente, da metodologia por ele empregada; f) as referências (de rodapé, de final de capítulo ou do livro): revelam as fontes consultadas e suas características gerais. (MARCONI; LAKATOS, 2017)

Como o objetivo de apoiar-se em Marconi e Lakatos (2017) é o de otimizar a seleção de quais documentos contribuem ao tema e a delimitação dessa pesquisa, mesmo com a importância dos itens destacados pelas autoras, manteve-se somente

¹¹ A trajetória do GT será ampliada no decorrer do capítulo cinco;

o título, a data de publicação, as palavras-chave e o resumo como tópicos avaliados e utilizados nas próximas etapas.

Ao unificar os dois procedimentos de buscas, com o intuito de organizar a interpretação dos 321 documentos resultantes, foram criadas categorias para as análises. Na base da CAPES elas são temporais¹², dividindo-se em três subperíodos: 1996-2006, 2007-2012 e 2013-2019. Já para a ABRAPCORP elas são de significado, reunindo na mesma categoria de análise termos com proximidade e/ou interação entre suas temáticas e também com as palavras-chave utilizadas nesta dissertação.

- a) “digital” e/ou “digitais”;
- b) “prognóstico”, “dados”, “big data”, “data studio”, “pensamento computacional”, “algoritmo” e/ou “LGPD”;
- c) “tecnologia”, “tecnologias” e/ou “tecnológicos”;
- d) “inovação” e/ou “inovações”.

Estes mesmos termos ainda apresentam convergências com os conceitos que dão suporte ao desenvolvimento da proposta de modelo de prognóstico em Relações Públicas, que será discutido no item 6.3. Desta forma, compreender o estado da arte sobre estas temáticas é relevante para traçar o ponto de partida desta pesquisa, motivo pelo qual o capítulo cinco dispõe de um protocolo próprio aplicado à estratégia metodológica da pesquisa Documental. No quadro 04 podem ser observadas algumas das aproximações estabelecidas.

¹² A justificativa para as categorizações do período são ampliadas no capítulo cinco;

Quadro 04: proximidades entre palavras-chave e termos que compõem a categoria de significado

Palavras-chave utilizadas nesta dissertação	Termos que compõem a categoria de significado da ABRAPCORP	Proximidades entre as palavras-chave utilizadas na dissertação e os termos da categoria de significado da ABRAPCORP
Relações Públicas	"digital", "digitais", "inovação", "inovações"	Relações Públicas, pela ótica da contemporaneidade, apresenta relação com o tempo presente. Nesse sentido, fazem parte da atual realidade as palavras "digital" e seu plural "digitais". A partir do fenômeno da digitalização, possivelmente podem ter ocorrido "inovações" ("inovação") processuais, inclusive na execução das estratégias de Relações Públicas.
Prognóstico em Relações Públicas	"prognóstico"	"Prognóstico" tem a conotação do significado do termo em si, que normalmente está relacionado à predição de algo.
Dados	"dados", "big data", "algoritmo"	"Dados" tem a conotação do significado do termo em si. Pelas características da sociedade contemporânea, frequentemente tem se associado aos dados a dimensão de "big data", que se refere a alta quantidade deles. Já o "algoritmo" é comumente aproximado aos dados em função de tê-los como base para ser executável.
Dashboard	"data studio", "pensamento computacional", "tecnologia", "tecnológicos", "tecnologias"	O dashboard é uma forma visual de representar dados. Assim, buscou-se aproximar termos como "data studio", que é uma plataforma que não exige programação e que possibilita visualização de dados. Também há o "pensamento computacional", que organiza o fluxo de dados no interior de um dashboard. Já a "tecnologia" é um guarda-chuva que pode ser percebido em outros contextos e também impactar as Relações Públicas.
Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)	"Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais", "LGPD"	Tem a conotação do significado dos termos em si e referem-se aos aspectos da Lei.

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020)

Assim, ao avançar do generalismo da primeira para a especificidade da segunda etapa da seleção documental, procedeu-se com a aplicação dos mesmos termos utilizados nas categorias da ABRAPCORP, agora no título e/ou em palavras-chave dos artigos, dissertações e teses. Isto é: ampliou-se a abrangência

das categorias de significado para além da ABRAPCORP, incluindo também a base da CAPES.

Já na segunda etapa, através da busca no título e nas palavras-chave pelos termos demonstrados no quadro 04, do total de documentos herdados da primeira etapa, o quantitativo se reduz para 74, sendo 26 teses ou dissertações e 48 artigos. A baixa ocorre pois a maioria dos documentos não utiliza algum dos termos e, portanto, são desconsiderados.

O fato de a base da CAPES possuir uma categoria de subperíodos foi uma necessidade percebida à medida que se aplicou a busca dos termos nas palavras-chave. Como os documentos do período de 1996 a 2012 não estão disponíveis em suporte digital na plataforma, pois são obras anteriores à digitalização do acervo, para este intervalo que inclui os subperíodos 1996-2006 e 2007-2012, a busca pelos termos ocorreu diretamente no título. Já a partir de 2013 também foram incluídas as palavras-chave.

Consideradas as ressalvas e já determinados os 74 documentos, inicia-se a etapa três. Nela ocorre a leitura dos resumos, cujas diretrizes de como realizá-la permanecem baseadas em Marconi e Lakatos (2017). As autoras reforçam o propósito com que algo deve ser lido.

São seus objetivos: a) certificar-se do conteúdo do texto, constatando o que o autor afirma, os dados que apresenta e as informações que oferece; b) correlacionar os dados coletados a partir das informações do autor com o problema em pauta; c) verificar a validade das informações.

Considerando o propósito “b) correlacionar os dados coletados a partir das informações do autor com o problema em pauta” que o corpus final do capítulo cinco é estabelecido. Após a leitura do resumo dos 74 documentos, o resultado é a seleção final dos 21 documentos com mais pontos de convergência entre o tema e a delimitação desta dissertação, ou como afirmam Marconi e Lakatos (2017), “com o problema em pauta”.

Logo, estes documentos são retomados no decorrer do capítulo cinco que desvela o estado da arte de Relações Públicas. Enquanto isto, no quadro 05 é possível observar a síntese do protocolo metodológico adotado no capítulo cinco,

com sua dinâmica de etapas. Para a adequada compreensão, sugere-se que a leitura inicie da esquerda em direção à direita, contrapondo com as duas bases de dados.

Quadro 05: síntese do percurso metodológico para o estado da arte

Base dos dados:	CAPES <i>(Catálogo de Teses e Dissertações)</i>			ABRAPCORP <i>(Anais dos Congressos Científicos)</i>
Primeira etapa	Grande área: Ciências Sociais Aplicadas; Área: Comunicação; Sub-área: Relações Públicas.			GT de Comunicação digital, Inovação e Tecnologias
Período:	1996 a 2006	2007 a 2012	2013 a 2019	2007 a 2019
Segunda etapa: busca pelos termos no título ou nas palavras-chave	busca no título		busca no título e nas palavras-chave	
	"digital" e/ou "digitais", "prognóstico", "dados", "big data", "data studio", "pensamento computacional", "algoritmo" "tecnologia", "tecnologias" e/ou "tecnológicos" "inovação" e/ou "inovações" "Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais" e/ou "LGPD"			
Terceira etapa: leitura do resumo e convergências	Leitura e interpretação do resumo, mantendo no corpus os documentos que contribuem para a problemática desta dissertação.			
Documentos que compõem o corpus:	2	3	6	10
	21			

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020)

Desta forma, o capítulo cinco é composto por 11 teses ou dissertações oriundas da base da CAPES e por outros 10 artigos que resultam dos anais dos congressos da ABRAPCORP. Com isto, ficam registrados os recursos utilizados para a pesquisa documental, do primeiro ao sexto capítulo.

Numa retomada histórica que, visualizada cronologicamente, representa mais de 100 anos de embasamento teórico, entre obras clássicas e contemporâneas, somados aos mais de 400 documentos utilizados, tem-se o embasamento da proposta desta dissertação através das estratégias metodológicas das pesquisas Bibliográfica e Documental. No tópico a seguir apresenta-se a Análise de Conteúdo, que complementa as estratégias anteriores.

1.2 Análise de conteúdo

Na visão de Fossá e Silva (2015, p.1), a estratégia metodológica da Análise de Conteúdo (AC), atualmente, “pode ser definida como um conjunto de instrumentos metodológicos, em constante aperfeiçoamento, que se presta a analisar diferentes fontes de conteúdos (verbais ou não-verbais)”. Enquanto que na ótica de Bardin (1977), a AC é representada como

um ‘conjunto de técnicas de análise das comunicações’ (quantitativos ou não) que aposta no rigor do método como forma de não se perder na heterogeneidade de seu objeto, visa obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores e conhecimentos relativos às condições de variáveis inferidas na mensagem. (BARDIN, 1977, p. 31)

Para Campos (2004) “a técnica de análise de conteúdo refere-se ao estudo tanto dos conteúdos nas figuras de linguagem, reticências, entrelinhas, quanto dos manifestos”. Mesmo com diferentes perspectivas entre autores acerca do conceito, pode-se concordar que a Análise de Conteúdo é uma estratégia metodológica aceita quando se estudam as comunicações e suas relações, tratando de análises qualitativas a partir dos objetos empíricos, o que não exclui aspectos quantitativos, observáveis através de dados estatísticos.

Nesta dissertação a AC é utilizada no capítulo seis, que apresenta as discussões sobre a LGPD e a aproximação com o prognóstico em Relações Públicas. De acordo com Bardin (1977, p.72), o desenvolvimento da estratégia da está organizado a partir de três etapas sequenciais, sendo elas:

- 1) a pré-análise;
- 2) a exploração do material;
- 3) o tratamento dos materiais, a inferência e a interpretação.

Em cada etapa Bardin (1977) ainda identifica fases, que articuladas, permitem que o processo de análise não se perca na heterogeneidade das

mensagens observadas. Iniciando pela pré-análise, ela (1977) aponta a necessidade de se realizar:

- a) Leitura flutuante: em que se verificam quais são as fontes possíveis;
- b) Escolha dos documentos: são selecionados os documentos a partir da leitura flutuante;
- c) Formulação das hipóteses e objetivos;
- d) Elaboração de fragmentos de fala: a fim de interpretar o material coletado;

Observadas as fases iniciais, o ponto de partida é a definição do corpus. Para Bardin (1977, p.96) “o corpus é o conjunto dos documentos tidos em conta para serem submetidos aos procedimentos analíticos”. Ao realizar aquilo que ela descreve como leitura flutuante, isto é, o primeiro contato com os dados e a percepção das mensagens neles contidos, deixa-se “invadir por impressões, representações, emoções e conhecimentos” (FRANCO, 2008, p. 52), pelas quais então se define os documentos que serão analisados.

Nesta dissertação, o corpus é composto por dois objetos empíricos. Um é a fala ocorrida através do “Webinar¹³ sobre a LGPD” promovido pelo Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas (CONFERP)¹⁴, enquanto que o segundo é o conteúdo contido no vídeo desenvolvido pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE)¹⁵, que também trata da LGPD, intitulado “O que é a Lei Geral de Proteção a Dados Pessoais?”.

¹³ Webinar é um seminário online em formato de vídeo, gravado ou ao vivo, que geralmente permite a interação da audiência via chat e, após seu término, normalmente é disponibilizado para outros participantes em bibliotecas depositárias, como os canais do Youtube;

¹⁴ De acordo com dados divulgados no portal do CONFERP, “o Sistema CONFERP é uma autarquia federal, composta pelo Conselho Federal e seis Conselhos Regionais, responsáveis por diferentes estados” que representam os interesses da classe profissional de relações-públicas no Brasil. Sua criação aconteceu por meio do Decreto-Lei 860, de 11 de setembro de 1969, e sua instalação foi efetivada a partir da publicação do Decreto 68.652, de 04 de maio de 1971;

¹⁵ De acordo com dados divulgados no portal da ABERJE, a associação foi fundada em 1967 e desenvolve pesquisas, estudos estratégicos e publicações para a Comunicação, oferecendo ainda cursos e eventos de capacitação que promovem trocas de conhecimentos entre os associados, além de reconhecer as melhores práticas e profissionais da área de comunicação;

Considerando o início da vigência¹⁶ da LGPD e a necessidade da discussão sobre a temática, o CONFERP enquanto autarquia federal de representação dos profissionais de Relações Públicas promoveu o evento online “Webinar sobre LGPD”. Transmitido em 16 de junho de 2020 através do canal¹⁷ oficial do Conselho no Youtube¹⁸, o evento teve a mediação do Professor Mestre Marcelo de Barros Tavares¹⁹ e contou com a palestra da advogada Mariana Cardoso Magalhães²⁰. O webinar ainda registrou a presença de representantes de outros conselhos profissionais do país inteiro, além de conselheiros do próprio CONFERP. Na imagem 02 é possível observar o card de divulgação.

Imagem 02: card de divulgação do webinar do CONFERP



Fonte: canal do Youtube do CONFERP (2020)

Já o segundo objeto do corpus está na fala de Caio Oliveira²¹, que aborda questões relacionadas à aplicação da LGPD aos variados tipos de negócios, e resultam em um vídeo desenvolvido pela ABERJE. Diferentemente do webinar, este foi um conteúdo gravado e disponibilizado tanto no portal da ABERJE quanto em

¹⁶ A vigência é a propriedade das regras jurídicas que estão prontas para propagar efeitos;

¹⁷ Canal é uma biblioteca depositária de conteúdos, que pode ser assinada de forma gratuita pelos usuários para acompanharem e receberem notificações acerca de novas publicações. Neste caso, o vídeo está disponível e acessível de forma pública no mesmo canal em que ocorreu a transmissão do webinar;

¹⁸ O Youtube é uma rede social de compartilhamento de vídeos, que permite a interação de seus usuários e o gerenciamento de bibliotecas de vídeos;

¹⁹ Eleito para a presidência da gestão do CONFERP no período de 2019 a 2022;

²⁰ Advogada, mestranda em Direito, pós-graduada em Direito Corporativo e Compliance, Advocacia Criminal e em Docência com Ênfase Jurídica. Estes dados foram informados na fala de abertura do webinar;

²¹ Advogado, mestre em Direito e instrutor da Escola ABERJE de Comunicação. Estes dados foram informados no portal da associação;

seu canal no Youtube. Tanto a notícia quanto o vídeo foram publicados em 25 de novembro de 2020. Na imagem 03 é possível observar o card de divulgação para a apreciação do conteúdo.

Imagem 03: card de divulgação do vídeo da ABERJE



Fonte: portal da ABERJE (2020)

Baseado na prerrogativa da leitura flutuante, buscou-se verificar quais são as entidades de referência profissional e em pesquisa acadêmica. O primeiro movimento foi a observância da ABRAPCORP, que logo foi desconsiderada por não possuir um ilustrativo e/ou informativo sobre a temática da LGPD. Na sequência, buscou-se qual entidade profissional de Relações Públicas estava promovendo a discussão e identificou-se o CONFERP através de seu webinar. Portanto, o webinar é utilizado pela relevância do Conselho enquanto órgão máximo de representação profissional e por ser precursor nas discussões da temática junto aos relações-públicas.

Ainda com base na leitura flutuante, procedeu-se na investigação de uma segunda fonte que pudesse contrapor ou enriquecer os pontos abordados pela primeira. Neste sentido, direcionou-se às entidades representativas que conciliam a pesquisa em comunicação em interface com a prática do mercado de trabalho. Desta verificação de fontes possíveis, localizou-se o vídeo promovido pela ABERJE.

Bardin (1977) também destaca que na etapa de pré-análise, uma outra fase a ser considerada é o estabelecimento dos fragmentos de fala, que se referem a

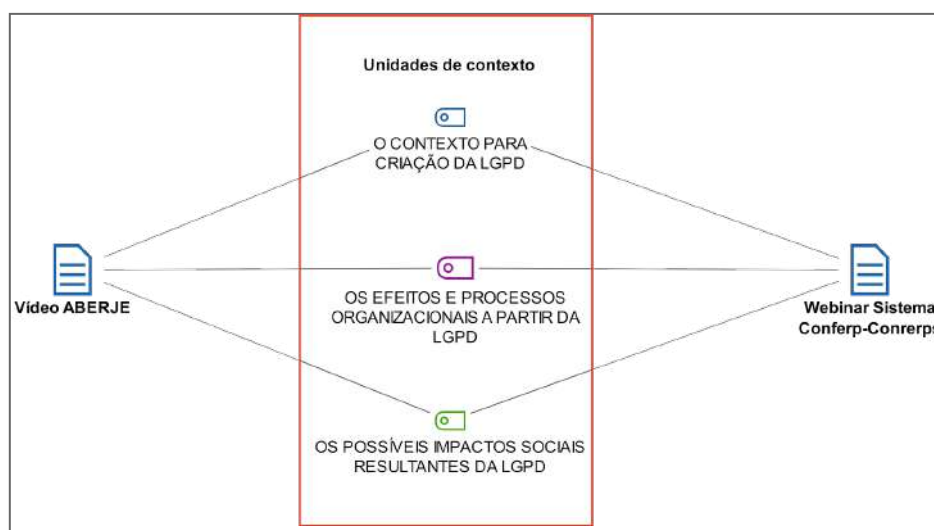
todos os recortes de frases e parágrafos utilizados no corpus, que foram originados a partir da visualização dos materiais. Estes fragmentos foram agrupados e estão divididos a partir de três direções:

- **O contexto para criação da LGPD:** destaca a conjuntura que levou à criação da LGPD e a qual o objeto se aplica a Lei;
- **Os efeitos e processos organizacionais a partir da LGPD:** apresenta os efeitos e os processos que afetam as organizações, destacando as mudanças nas práticas profissionais e nas políticas internas, principalmente no que se refere à fiscalização da Lei e o que será necessário para a sua operação;
- **Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD:** dá visibilidade aos tópicos futuros, alguns ainda sem respostas e o que se pode esperar enquanto mudanças sociais para os cidadãos;

Com o corpus determinado e a etapa da pré-análise concluída, avança-se para a etapa da exploração ou codificação do material. Nela, o corpus é analisado de forma mais abrangente, estabelecendo unidades de contexto e de registro, onde “os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos (falantes) e válidos” (BARDIN, 1977, p. 101).

Nesta dissertação, assume-se que os fragmentos de fala também serão considerados unidades de contexto. Para Franco (2008), as unidades de contexto tratam do “pano de fundo” que concede significado às unidades de análise. Por isso, na imagem 04 pode-se observar a relação do corpus com as três unidades de contexto.

Imagem 04: relação do corpus com as unidades de contexto



Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com apoio do software MAXQDA²²

Porém, para que exista o contexto de algo, são necessários elementos que integrem-no. Surge, então, na estratégia da Análise de Conteúdo, as unidades de registro. Franco (2008) sinaliza que “a unidade de registro é a menor parte do conteúdo, cuja ocorrência é registrada de acordo com as categorias levantadas” (p. 41). Já segundo Bardin “é a unidade de significação que se liberta naturalmente de um texto analisado segundo certos critérios relativos à teoria que serve de guia à leitura” (1977, p. 105).

Uma vez que o papel das unidades de registro é apoiar a leitura, atuando enquanto guias, aproxima-se a matriz 5w2h desta realidade, utilizando sua estrutura para a organização das unidades de registro. De acordo com Brum (2013, p.29),

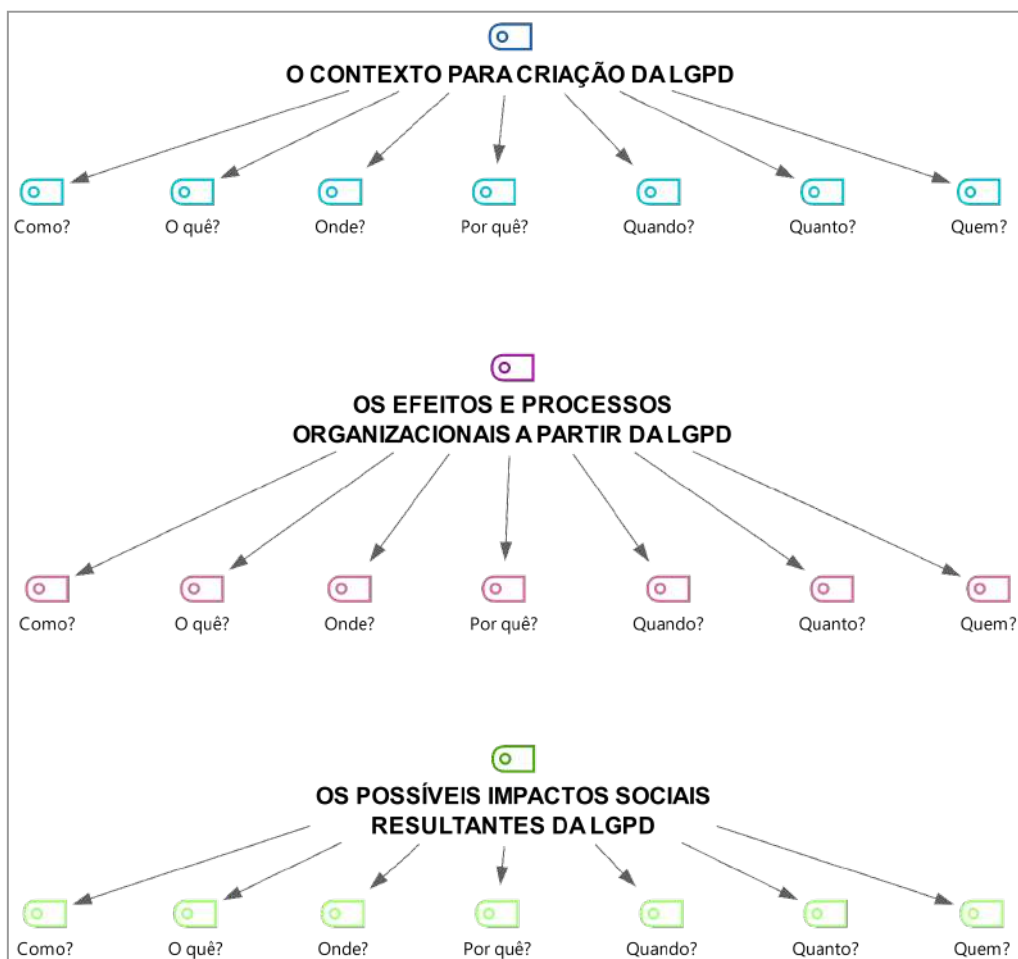
A denominação deve-se ao uso de sete palavras em inglês: What (O quê, qual), Where (onde), Who (quem), Why (por quê, para quê), When (quando), How (como) e How Much (quanto, custo). Esta ferramenta é amplamente utilizada devido à sua compreensão e facilidade de utilização.

Se observada, a matriz 5w2h trata da resolução de sete perguntas. De forma sintética, elas organizam o processo cognitivo, pois permitem a visualização de uma situação na sua totalidade. Por isso, nesta dissertação as perguntas são utilizadas

²²É um software para análise de dados qualitativos e métodos mistos em pesquisas acadêmicas, científicas e comerciais;

com a perspectiva de organizarem as três unidades de contexto. Logo, para cada uma das três unidades de contexto, há igualmente sete unidades de registro. Na imagem 05 é possível observar esta articulação, sendo a unidade de contexto de onde parte a seta e as unidades de registro onde ela aponta.

Imagem 05: relação das unidades de contexto com as de registro



Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com apoio do software MAXQDA

Como as unidades de registro foram determinadas enquanto perguntas, a prerrogativa é que delas resultem respostas. As respostas são os trechos de conteúdo analisados. Desta forma, estabelece-se que para um trecho ser categorizado numa unidade de registro, o conteúdo obrigatoriamente relaciona-se com a pergunta. No quadro 06 podem ser observados os critérios adotados para esta classificação.

Quadro 06: critérios adotados para a classificação

Unidade de registro	Unidade de contexto		
	O contexto para criação da LGPD	Os efeitos e processos organizacionais a partir da LGPD	Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD
Como?	-	Como eu devo proteger os dados a partir da LGPD? Como a LGPD vai funcionar? Como os profissionais vão se adaptar? O que será exigido das organizações?	Como serão os relacionamentos a partir da ótica da LGPD? Como se adequará o setor público e as autarquias em relação a LGPD?
O quê?	O que é a LGPD?	O que se altera para as organizações com as LGPD? O que acontece se os dados vazam?	O que esperar da LGPD?
Onde?	-	Qual ambiente se aplica a LGPD?	-
Por quê?	Por que surgiu a LGPD?	Por que eu devo me preocupar com a LGPD?	Por que será importante ter a LGPD no contexto brasileiro?
Quando?	Quando inicia a vigência da LGPD?	Quando devo excluir os dados do meu cliente?	Quando será possível perceber mudanças sociais oriundas da LGPD?
Quanto?	-	Quanto é necessário investir para a operação da LGPD? Qual o desembolso possível pelo não cumprimento à proteção dos dados?	Qual será o impacto econômico, tanto para o cidadão quanto para as empresas, no valor dos dados?
Quem?	A quem se destina essa legislação? Quem deve se preocupar com ela?	Quem vai cuidar da LGPD? Haverá um responsável? Quem fiscaliza? O que o cliente pode ou não pode pedir para a empresa?	E quem não quiser se adequar, acontece o quê?

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020)

Dessa forma, para cada uma das sete unidades de registro, foram desenvolvidas perguntas que atendem as dimensões de contexto. Com isso, cada trecho dos dois objetos foi lido tendo como premissas:

1º) A qual unidade de contexto o trecho está vinculado;

O contexto para criação da LGPD **ou** Os efeitos e processos organizacionais a partir da LGPD **ou** Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD

Isto significa que o conteúdo foi classificado unicamente em uma unidade de contexto, à medida que se verificou a convergência com as características do contexto selecionado. Após, procedeu-se com a categorização em nível de unidade de registro.

2º) O trecho que já está codificado por um contexto precisa atender a alguma das sete unidades de registro, utilizando para tanto os critérios adotados na classificação, disponíveis no quadro 06. Isto é, foram verificadas as perguntas que compõem os critérios e, então, classificados os trechos a partir da proximidade com elas. Um mesmo trecho não foi codificado em mais de um registro.

Por fim, aplica-se a terceira etapa proposta por Bardin (1977). Nesta, o conteúdo que já está codificado em nível de contexto e de registro avança ao tratamento dos resultados, inferências e interpretações. Para Fossá e Silva (2015, p.4) “a análise comparativa é realizada através da justaposição das diversas categorias existentes em cada análise, ressaltando os aspectos considerados semelhantes e os que foram concebidos como diferentes”.

Bardin (1977, p.112) entende que neste estágio há a “operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos”. Isto é: as etapas executadas anteriormente são articuladas, inclusive com a pesquisa bibliográfica e documental, realizando as inferências e interpretações.

Concluída a terceira etapa proposta por Bardin (1977), encerra-se não somente o escopo de atuação da estratégia metodológica da Análise de Conteúdo, mas também este capítulo que apresentou as metodologias adotadas. Por isto, amparada por elas, de imediato se encaminha para o capítulo dois, onde a sociedade é contextualizada pela perspectiva digital.

2 SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA PELA PERSPECTIVA DIGITAL

Neste capítulo são contextualizados aspectos da sociedade contemporânea, aproximando-os da atividade de Relações Públicas. A reflexão está amparada nos levantamentos realizados com as estratégias metodológicas das pesquisas Bibliográfica e Documental.

Dividido em três subseções que apresentam tópicos desde o contexto da Revolução Agrícola até a contemporaneidade, as discussões estão pautadas pela ótica da tecnologia e dos relacionamentos. Neste sentido, apresenta-se um breve resgate histórico que destaca alguns dos principais motivos para a vivência na contemporaneidade avançar por uma perspectiva digital.

2.1 Da Revolução Agrícola ao contexto das TICs

Em diferentes ambientes organizacionais tem sido frequente expressões do tipo: “precisamos inovar nossos serviços” ou “nossa equipe precisa repensar sua forma de trabalhar”. Ora são expressos, realmente, por necessidades de adequação, ora por pressão da concorrência e, em outras situações, por observâncias futuras focadas em crescimento e desenvolvimento. Além de possivelmente adequarem-se a qualquer organização, outro ponto em comum entre as frases é a utilização de verbos que visam à mudança.

Na visão de Coelho (2019), a própria natureza estabelece a necessidade permanente da transformação. As mutações naturais, os fenômenos climáticos, os vírus, as bactérias. Sejam quais forem os agentes, tudo está passível de transformação.

O mundo não é composto de estruturas autônomas e racionais, com propriedades e características fixas no tempo e no espaço, mas um lugar em permanente transformação por seus agentes (físicos, químicos, biológicos, etc). (COELHO, 2019, p.98)

Srouf (2012) descreve que os indivíduos possuem três dimensões empíricas que estão conectadas, sendo uma delas a própria relação biológica, também defendida por Coelho (2019). Ela (2012) preconiza que não se deve explicar

fenômenos, indiferente de quais dimensões tratarem, exclusivamente pela ótica daquela problemática.

Todo indivíduo é, nas suas três dimensões empíricas, um ser biológico, submetido a leis naturais; um ser psicológico, submetido a padrões psíquicos; e um ser social, submetido a regularidades sociais [...] não cabe explicar fenômenos sociais atendo-se apenas a motivações psíquicas ou a necessidades fisiológicas. O inverso também procede: as estruturas sociais não podem converter-se em base explicativa dos fenômenos psicológicos ou naturais, ainda que todos esses campos se permeiam e interajam uns com os outros. (SROUR, 2012, p.120)

Por isso, com base no que afirmam Coelho (2019) e Srou (2012), pode-se observar que essa constante necessidade de mudança que atualmente se tem observado é decorrente de fatores transdisciplinares, descaracterizando a ideia de que resultem de uma única área do conhecimento. Nesta dissertação, a “mudança” será observada pela ótica da tecnologia, buscando aproximá-la de possíveis implicações aos relacionamentos e às Relações Públicas, que também convivem com a premissa da adaptabilidade e contribuem transdisciplinarmente com o todo.

As metamorfoses que vêm ocorrendo graças à tecnologia, à automação e à inteligência artificial estão modificando as relações entre empresas, empregados, governos, países, línguas, culturas, economias e sociedades. (FAVA, 2018, p.3)

Se as relações estão sendo afetadas pela mudança, a atividade de Relações Públicas também. Simões (2001), que é um dos teóricos da área de RRPP, defende a inovação como catalisadora das mudanças, apontando uma relação intrínseca entre ela, as organizações e os profissionais de Relações Públicas. O autor (2001) destaca a necessidade de observação dos cenários externos às organizações, e discorre que a partir deste olhar que deverá ser proposto o aperfeiçoamento das/nas práticas profissionais.

A duração e a produtividade de tal empenho estão diretamente relacionadas ao uso e ao aperfeiçoamento da capacidade humana de inovar. Tanto a organização como o profissional de Relações Públicas precisam aprender a detectar os pontos de desgaste e de ruptura das normas, pois elas são válidas para um momento dado e tendem sempre à substituição. (SIMÕES, 2001, p.54)

Seja Srour (2012), Simões (2001) ou Coelho (2019), todos eles dão ênfase a um mesmo aspecto: nada é estático e imune ao tempo. Assim, predizer momentos de desgaste organizacional e identificar as rupturas com as normas do sistema social - e que estejam aceitas neste instante - , é estar em conformidade com o que a sociedade vivencia. Para Simões (2001), esta capacidade de constante observância dos cenários é uma força com potencial positivo à manutenção do relacionamento entre uma organização e seus públicos.

A necessidade de mudança e a frequente citação da inovação nos discursos organizacionais não surge de um contexto desconhecido. Ela é sobremaneira resultante da penetração das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) no dia a dia de diferentes agentes e setores da sociedade.

Na visão de Fava (2018), historicamente o tecido social apresenta quatro períodos mutativos, sendo dois anteriores à identificação das TICs. Para ele, estes espaços temporais são caracterizados como revoluções, impactando diretamente no trabalho. Assim, cronologicamente, a sociedade vivenciou a Revolução Agrícola, a Industrial, a Pós-industrial e permanece na Digital.

É a partir desta última que Fava (2018) demonstra o alcance cada vez mais visível das TICs, que vão desde a indústria alimentícia à área de entretenimento, passando pelos três setores da economia²³. Contribuindo com Fava (2018), o quadro 07 apresenta as transições ocorridas entre um período e outro e amplia as características da Revolução Digital a partir de Saad (2020), que destaca outras tecnologias utilizadas.

²³Segundo PEREIRA, LOPES e PONTILI (2015, p.3) “de modo clássico, as economias são subdivididas em três grandes setores de produção, sendo eles o setor primário, o setor secundário e o setor terciário (agricultura, indústria e comércio). Esses três permitem uma visão tripartida das atividades econômicas sendo que: o setor primário envolve as atividades econômicas da agricultura, pecuária, pesca e atividades afins. O setor secundário refere-se às indústrias de transformação e de construção e, por fim, o setor terciário é aquele que envolve as atividades de prestação de serviços, como o comércio, transporte e intermediações financeiras”;

Quadro 07: características das revoluções

→ → →

	Revolução Agrícola	Revolução Industrial	Revolução Pós-Industrial	Revolução Digital
Período de ocorrência	Há 4.000 anos	Há 200 anos	Há 50 anos (...)	Atualmente ²⁴
Principal característica do período	Evolução do esforço físico e de costumes nômades e artesanais	Evolução para o trabalho físico, que eliminou a maioria das atividades braçais executadas no campo	Evolução do trabalho repetitivo para a automação de ações realizadas por máquinas mecanizadas	Evolução do trabalho preditivo de automação para inteligências artificiais (IA)
Principais ferramentas e tecnologias utilizadas no período	Instrumentos e ferramentas baseadas em pedras, rochas e ossos	Máquinas mecanizadas	Máquinas inteligentes	Genética, Nanotecnologia, Robótica, Machine learning, Data mining, Deep learning e outras tecnologias

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) a partir de Fava (2018) e Corrêa (2020)

A evolução Agrícola é o primeiro marco entre as revoluções. Nela se inicia a transição do esforço físico para o trabalho físico, caracterizado principalmente pela troca de instrumentos e ferramentas ainda manuais por máquinas mecanizadas. Esta transição não foi rápida e durou, segundo Fava (2018), algo em torno de 4.000 anos. É neste período transitório entre a Revolução Agrícola e a Industrial que surgem a máquina à vapor, o avião, o carro, o bulbo de luz e, também, o telefone.

Também é da mesma época a prensa de Gutenberg²⁵, que tornou mecânica a transferência dos tipos móveis para o papel. Foi o início da democratização do conhecimento, o surgimento da imprensa e o contínuo desejo de inovação, movido pela necessidade de mudança e atualização.

Avançando na proposição de Fava (2018) surge a Revolução Pós-Industrial, que assim como a Digital, segue em plena operação na sociedade. Ele defende que a principal característica de um período para o outro (Industrial para a

²⁴ Até a data de defesa desta dissertação a obra da Fava (2018) não teve novas edições. Desta forma, ele sinaliza que ainda se vivencia a Revolução Digital;

²⁵ A prensa de tipos móveis, ou apenas prensa de tipos, foi inventada em 1450, por Johannes Gutenberg, e aplicava tinta sobre superfícies de impressão, a partir de pressão sobre o instrumento;

Pós-industrial) está na evolução do trabalho repetitivo para o uso de máquinas inteligentes, “que foram construídas com o propósito de poupar tempo, melhorar a qualidade de vida e substituir o trabalho árduo do homem” (FAVA, 2018, p.40).

As máquinas inteligentes, de acordo com Fava (2018, p.41) tem o desafio da eficiência, isto é, “fazer o maior número de coisas no menor espaço de tempo possível”. Da perspectiva comunicativa, se a Revolução Industrial inaugurou o telefone e a imprensa, a Pós-Industrial trouxe consigo os computadores como representantes das máquinas inteligentes.

Num cenário em que são tênues os limites que separam a Revolução Pós-Industrial da Digital, esta segunda tem suas características mais evidentes, já que se trata do próprio tempo presente, e é noticiada constantemente a cada nova tecnologia lançada. Sua principal transformação é a evolução do trabalho preditivo, isto é, de antecipação de situações até então executadas de forma manual, para inteligências relacionadas ao campo digital e às automações.

O elo - ao mesmo tempo a dificuldade da delimitação - destas duas últimas revoluções é que ambas têm o computador como elemento central. Enquanto na primeira se visualiza o início do uso dos computadores, na segunda, os computadores são suporte para uma série de outras tecnologias.

Cada período histórico é marcado por uma organização social, política, econômica, cultural e educacional própria. Inúmeros motivos levam a crer que estamos novamente em uma transição [...] a tecnologia está assumindo o protagonismo, sobrepujando a sua proficiência como meio para uma autonomia, independência e soberania sincrética em alguns serviços, tarefas e processos. (FAVA, 2018, p.3)

Mesmo com o atual protagonismo tecnológico, com base na realidade brasileira, ainda não é possível afirmar que se tenha avançado, completamente, da Revolução Industrial em direção às demais. Segundo dados do Censo Escolar 2019, pesquisa estatística que oferece anualmente um diagnóstico da educação básica brasileira envolvendo todas as escolas públicas e privadas do país, das mais de 180 mil instituições participantes, 5,7% das escolas de ensino fundamental pertencentes à rede estadual de ensino não possuíam banheiros. Já na rede municipal, o índice é de 4,6%.

De acordo com a mesma pesquisa, em escolas de ensino médio, 11,2% delas não possuíam rede de abastecimento de água. E um item não visualizado nos resultados da edição de 2019, mas presente na edição de 2018, aponta que 4% das escolas das redes pública e privada não dispunham de energia elétrica. Se a Revolução Industrial trouxe consigo avanços, como o bulbo de luz, a imprensa, o telefone e muitas outras que vão além do que esta dissertação busca problematizar, a realidade é que, no Brasil, ainda não se tem acesso a estas condições básicas que são a porta de entrada para as demais revoluções.

Brackmann (2017) alerta que a demora na transposição entre a Revolução Industrial e a Pós-Industrial, para que então se tenha argumentos para discutir a Digital, é uma condição que não será suportada por muitos anos. Ele complexifica a questão sob a ótica educacional, dando ênfase ao uso da tecnologia por alguns grupos sociais.

As escolas ensinam química com a finalidade de que os estudantes consigam compreender o mundo em que vivem, ou seja, com uma diversidade de reações químicas em sua volta. Os estudantes também aprendem biologia, pois vivemos em um mundo vivo. Os sistemas inteligentes têm um grande impacto sobre nossas vidas, assim como a inteligência artificial que toma decisões que afetam a vida diretamente. Vive-se neste século um mundo computacional e a realidade da computação muito provavelmente irá impactar muito mais na rotina dos estudantes do que a necessidade de relembrar a estrutura de um anel de benzeno ou um estágio de uma mitose [...] atualmente, praticamente qualquer serviço ou produto que utilizamos diariamente depende, direta ou indiretamente, de algum processo ou decisão determinado por um chip de computador. No entanto, muitas organizações ainda tentam se adaptar a essa nova realidade de transmutação, mais célere em alguns setores e drasticamente morosa em outras, com ênfase no setor educacional. O fato é que não existem mais alternativas a não ser aceitar, adaptar e adotar os novos paradigmas provenientes das tecnologias e da inteligência artificial. (BRACKMANN, 2017, p.42)

Não é somente no aspecto tecnológico que o atraso na transição entre as épocas pode impactar, pois conforme afirmaram Srour (2012) e Coelho (2019), a “mudança” é um processo transdisciplinar. Desta forma, quando observada a realidade brasileira, o que se visualiza são desigualdades ainda anteriores à penetração das TICs. “Somos a geração com mais alto nível educacional da história e, mesmo assim, nunca tivemos tamanha diferença de distribuição de renda, tensão

internacional, necessidade de reversão climática e insatisfação com o trabalho” (FAVA, 2018, p.1)

Por isso, a discussão aqui iniciada continua nos próximos tópicos, onde são ampliadas perspectivas destas últimas duas revoluções: a Pós-Industrial e a Digital, aproximando-as da atividade de Relações Públicas, cujas respostas auxiliam no entendimento das mudanças da sociedade contemporânea.

2.2 Do computador à internet

Não é recente o fato da sociedade conviver com diferentes telas. Das estáticas, passando pelas eletrônicas e chegando às digitais, o dia a dia das pessoas está repleto delas. Televisores de cubo, urnas eletrônicas, caixas para saque de dinheiro, fachadas em empresas, televisores de led, computadores pessoais, televisões inteligentes, relógios digitais, aparelhos celulares, smartphones, videogames. Com uma lista extensa e continuamente atualizada, no contexto tecnológico, uma das primeiras a ser utilizada foi a tela do computador.

Em 1936, através da Máquina Universal de Turing, foi dado o passo inicial na produção dos computadores. Mesmo esteticamente diferentes de como hoje são comercializados, os primeiros computadores surgiram em paridade com a função das outras máquinas, que é “substituir o trabalho repetitivo e fastidioso do homem” (FAVA, 2018, p.40), prerrogativa que ainda se mantém válida.

A proposta de Turing se restringia somente aos aspectos lógicos do funcionamento (memória, estados e transições) e era descrita a partir do uso de fitas, pela qual através da aplicação de símbolos ou marcações diretamente nelas, a máquina guardava dados. Observando os resultados obtidos, outros cientistas também se interessam pela temática, complementando o projeto e, com isso, desenvolvendo as funções do primeiro computador. Um exemplo de cientista que manifestou interesse no projeto de Turing é o matemático Von Neumann.

Ele entendia que a arquitetura teria condições de unificar numa mesma máquina tanto uma unidade de processamento (CPU) quanto uma unidade de memória, capazes de comportar, respectivamente, instruções sobre como utilizar os

dados já mapeados através da fita de Turing. Do entendimento do matemático é que, então, foi desenvolvido o primeiro projeto de computador digital.

John Von Neumann foi o responsável pela elaboração do equipamento, que, por meio de uma sequência digital, permitia que quando os mesmos dados fossem inseridos no sistema as mesmas respostas fossem obtidas. O modelo proposto é o mesmo que norteia até hoje o projeto lógico da maioria das máquinas computacionais (exceto as analógicas). (VERGILI, 2014)²⁶

A sequência digital referida por Vergili (2014) é a do código binário ou bit²⁷. Nela, a proposição é de que os símbolos ou marcações estejam codificados numa sequência de zeros (0) e uns (1). A partir do sistema binário, os dados são armazenados e processados num padrão universal (bit) que permite seu uso em locais diferentes da origem do armazenamento.

Por isto, John Von Neumann não apenas promoveu a complementaridade da Máquina de Turing, como também organizou a lógica básica do computador. Vergili (2014) resgata outros tópicos do projeto de Neumann.

O projeto contempla a lógica de um programa sequencial, instalado na memória modificável da máquina, que, por sua vez, fornece a ordem básica realizada pelo processador central. Sob o prisma das tecnologias, utilizam um código binário para emitir impulsos. Na ausência de impulso, o dígito binário seria 0 (zero) e, na presença dele, o dígito binário seria 1 (um). (VERGILI, 2014)

Após Turing e Neumann explorarem os computadores, é a vez de John Willian Mauchly e John P. Eckert Jr. No ano de 1946, os dois projetaram o primeiro computador totalmente eletrônico: o Electronic Numerical Integrator And Computer, o ENIAC. O computador pesava 30 toneladas e ocupava uma área de 180 m². Mesmo sendo necessária a ativação manual e com capacidade de operações mais baixa que a de uma calculadora financeira da época, durante os 10 anos em que esteve operando as pesquisas do Exército Americano²⁸, segundo o portal TecnoBlog, o ENIAC havia realizado mais contas do que toda a humanidade nos seus mais de dois mil anos contados no calendário gregoriano.

²⁶ A obra de Vergili (2014) está disponível em formato ebook e, portanto, não apresenta paginação;

²⁷ Binary digit, que na tradução para o português significa dígito binário;

²⁸ *United States Army (USA)*;

Com os eficientes resultados demonstrados pelo ENIAC, é a partir de um apelo comercial que a IBM²⁹ disponibiliza, em 1981, o primeiro PC (personal computer) ou, na tradução para o português, computador pessoal. O IBM PC 5150.

Mas, desde o surgimento da Máquina de Turing até mesmo com a comercialização do IBM PC 5150, ainda permanecia no contexto dos computadores um problema: seus sistemas não eram compatíveis e integrados. Somente anos depois, em 1990, que este cenário se altera. Considerado como o “pai da Web”, Tim Berners-Lee desenvolveu a World Wide Web, também conhecido como WWW. Um código universal que resolveu não apenas a conexão entre os computadores, mas permitiu navegar de um mesmo computador e se conectar a diferentes nações, pessoas, organizações e causas a partir de um servidor local.

Coloquialmente, o WWW ficou conhecido como a internet. Na realidade, o WWW é composto por protocolos e, um destes, permite que se conecte à internet. Fischetti (2009) destaca os protocolos e sua função no WWW.

As três inovações principais na Internet foram o HTTP (hypertext transfer protocol); URLs (uniform resource locator) que Tim se refere originalmente como URIs (uniform resource identifier); e HTML (hypertext markup language). HTTP permite que você clique em um link e seja levado a esse documento ou página da web. URLs servem como um endereço para encontrar esse documento ou página. E HTML lhe dá a capacidade de colocar links em documentos e páginas para que eles se conectem. Tim criou todos esses três pedaços de código de software de outubro a dezembro de 1990. (FISCHETTI, 2009)³⁰.

Mesmo tendo sido desenvolvidos em 1990, é somente no ano de 1993 que os protocolos se tornam públicos e passam a ser utilizados em escala maior. A movimentação é capitaneada pelo lançamento do primeiro navegador de internet, o Mosaic. Santos (2016, p.8) destaca que, além do Mosaic, também surgiram “o Internet Explorer da Microsoft, o Netscape Navigator e o America Online (AOL)”. Vergili (2014), ao complementar, afirma que:

²⁹ A International Business Machines Corporation (IBM) é uma empresa dos Estados Unidos voltada para a área de informática, com sedes e projetos em diferentes países, inclusive no Brasil;

³⁰ A obra de Fischetti (2009) está disponível em formato e-book e, portanto, não apresenta paginação;

Em 1993, o navegador Mosaic 1.0 foi lançado pela empresa Mosaic Communications, que depois passou a se chamar Netscape Communications. Em outubro de 1994, surgiu o primeiro navegador comercial, o Netscape Navigator. Diante do sucesso obtido, um ano depois, a Microsoft – com o software Windows 1995 e o navegador Internet Explorer – entrou no mercado da internet. (VERGILI, 2014)

Através dos Ministérios da Ciência e Tecnologia e das Telecomunicações, no ano de 1995 a internet é utilizada pela primeira vez de forma comercial no Brasil. Entretanto, episódios não comerciais e anteriores a esta data são registrados no país. Em 1988 o Laboratório Nacional de Computação Científica (LNCC) conseguiu se conectar à Universidade de Maryland, acessando a Bitnet, uma rede que permitia a troca de mensagens entre estudantes de universidades americanas.

Assim como há a associação incorreta entre protocolo WWW e a internet, na visão de Cristian (2017)³¹, comumente se pensa na internet como algo abstrato, quando na realidade sua constituição é física. Ele reforça que:

Pensamos na internet como algo abstrato, imaterial, pós-geográfico. Dizem-nos que nossos dados estão ‘na nuvem’, o que se entende que sugira um lugar difuso e distante. Mais uma vez, nada disso é verdade. A realidade é que a internet constitui-se em emaranhados de fios físicos e armações de metal. (CRISTIAN, 2017)

Já Dreyer (2017b)³² entende que a internet é a própria representação da sociedade. A autora afirma que “internet é sociedade, pois expressa os processos, os interesses, os valores e as instituições sociais. Ela constitui a base material e tecnológica da sociedade em rede”.

Enquanto Cristian (2017) apresenta um caráter estrutural, Dreyer (2017b) define a internet a partir de seu uso. Ela complementa que desde o lançamento da internet no Brasil se assiste a uma ampla convergência tecnológica entre internet e tecnologia, somando-se a comunicação e outras áreas, que tem oportunizado uma nova configuração social.

O ambiente ficou mais complexo e perpassado por uma lógica midiaticizada, na qual podem ser identificadas inúmeras possibilidades interativas e fluxos comunicacionais, proporcionados pelas tecnologias de informação e comunicação. (DREYER, 2017b)

³¹ A obra de Cristian (2017) está disponível em formato e-book e, portanto, não apresenta paginação;

³² A obra de Dreyer (2017b) está disponível em formato e-book e, portanto, não apresenta paginação;

Vergili (2017) especifica seu olhar para Relações Públicas e entende que esta configuração social, ampliada pela internet, apresenta-se como um desafio a área e seus “futuros profissionais e pesquisadores” (VERGILI, 2017, p.76). Ele alerta que os impactos podem ser observados em ambientes acadêmicos e corporativos.

No Brasil, a atividade de RP foi regulamentada em um período em que ainda não havia web, há mais de 40 anos, o que impossibilitou que muitos profissionais ainda atuantes não tivessem contato direto com as tecnologias recentes em sua formação. (VERGILI, 2014)

Esta impossibilidade na formação tecnológica de que trata Vergili (2014) é marcada pela própria história e formação de Relações Públicas no país. Tanto que, em 2013, são estabelecidas novas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs)³³ para a formação na área. Destas e de outras discussões, observa-se a necessidade de se pensar o futuro da profissão. Vergili (2014) afirma que “a construção do habitus do relações-públicas estaria intrinsecamente ligada a um tempo e a um movimento que não necessariamente refletiriam as construções de sentido contemporâneas” (VERGILI, 2014) e que é “fundamental para as relações públicas exercerem suas atividades e conseguirem atender às expectativas da empresa e dos públicos” (DREYER, 2017b).

Se observado, retrospectivamente, desde o ano de lançamento comercial da internet no Brasil até hoje, já são mais de 25 anos de presença da web no país. Agora, quando se inclui o movimento universitário ocorrido em 1988, a cronologia avança para, pelo menos, 30 anos de navegação das pessoas, organizações, governos e outras instituições na internet.

Embora seja registrado o crescimento da cobertura do sinal no país, com percentuais médios de 3,3% ao ano, e que dados da pesquisa TIC Domicílios³⁴ que mapeia o acesso às TIC nos domicílios urbanos e rurais, demonstram que 79% dos brasileiros acessaram³⁵ a internet, ainda há 21% da população que continua sem

³³ As DCNs são diretrizes publicadas pelo Ministério da Educação (MEC) que regulamentam questões relacionadas ao ensino e a aprendizagem;

³⁴ Levantamento sobre acesso a tecnologias da informação e comunicação, realizada pelo Centro Regional para o Desenvolvimento de Estudos sobre a Sociedade da Informação (Cetic.br), vinculado ao Comitê Gestor da Internet no Brasil, com dados apresentados no ano de 2019;

³⁵ Nos últimos três meses de 2019;

acesso. Por isto, a necessidade de atenção à mudança, não é somente para se lidar com as oportunidades, mas inclusive com ameaças e desigualdades decorrentes das ambiências interseccionadas à internet.

Para Dreyer (2017b), ao observar a sociedade contemporânea pela ótica da internet, encaminha-se a percepção positiva das características desta época. Para ela (2017b), fazem parte deste contexto de sociedade conectada à internet:

o multiculturalismo, a cooperação, o digital integrado à comunicação tradicional e ao negócio, a adaptabilidade, a fluidez, a não intermediação, a circulação, o hibridismo, o storytelling, a quantificação e mensuração de dados, a construção de aplicativos, a mobilidade, a geolocalização, o Big Data, a ubiquidade e a reconfiguração da noção de públicos. (DREYER, 2017b)

Observar e acompanhar as mudanças e inovações ocasionadas pelas TICs e impulsionadas pela internet para o contexto das relações entre os públicos e as organizações, classifica-se mais próximo a uma oportunidade profissional aos relações-públicas, do que uma ameaça. Isto porque para “qualquer lugar que se olhe, pode-se ver pessoas usando a internet para jogar, pesquisar, se informar, se divertir, se emocionar, comprar, vender, pagar receber, compartilhar, interagir, estudar, ensinar, aprender” (FAVA, 2018, p.82).

A pesquisa TIC Domicílios de 2019 ainda revelou os hábitos de uso da internet pelos brasileiros. Segundo os resultados, o que mais se busca, ranqueados dos mais para os menos procurados, são produtos e serviços, serviços de saúde, pagamentos ou transações financeiras e viagens e acomodação. Na avaliação do responsável pela pesquisa, Alexandre Barbosa, “é necessário se preocupar com o desenvolvimento de habilidades digitais para todo mundo, considerando que serão exigidas competências que não temos hoje” (2019).

Para contrapor os dados da pesquisa TIC, verificou-se um recente estudo publicado pelo Google, também de 2019. Para chegar ao resultado, o buscador calcula o aumento do volume de pesquisas de um ano comparado com o anterior.

Empoli (2019)³⁶ afirma que são “os dados do Google, que, contrariamente às pesquisas tradicionais, revelam os pensamentos e os comportamentos reais das

³⁶ A obra de Empoli (2019) está disponível em formato e-book e, portanto, não apresenta paginação;

peças”. O estudo demonstra que o hábito de pesquisa dos brasileiros no buscador do Google tem tido um volume de temáticas relacionadas ao próprio contexto digital, numa lógica de retroalimentação: se procura na web o que acontece na web. A relação com as principais buscas pode ser conferida no quadro 08.

Quadro 08: buscas realizadas no Google em 2019 pelos brasileiros

Posição no ranking das buscas	Buscas com "Por que"	Buscas com "O que é"	Buscas com "Como"
1ª	Por que o WhatsApp parou de funcionar hoje?	O que é libido?	Como fazer a inscrição para o Enem 2019?
2ª	Por que são 21 tiros de canhão?	O que é cagarra?	Como fazer ovo de Páscoa caseiro?
3ª	Por que o Japão está na Copa América?	O que é democratização?	Como fazer que as pessoas gostem de mim?
4ª	Por que Carlinhos Brown saiu do The Voice?	O que é golden shower?	Como fazer ovo de colher?
5ª	Por que não comer carne na Sexta-Feira Santa?	O que é Shallow Now?	Como fazer figurinhas no WhatsApp?
6ª	Por que Lula foi solto?	O que é yuzu?	Como fazer uma redação do Enem?
7ª	Por que ou porque?	O que é AI-5?	Como fazer meu quiz no Instagram?
8ª	Por que Fábio Assunção virou meme?	O que é diverticulite?	Como fazer geladinho gourmet?
9ª	Por que o Instagram vai tirar as curtidas?	O que é Corpus Christi?	Como fazer convite virtual grátis para WhatsApp?
10ª	Por que Lula foi preso?	O que é um contratorpedeiro?	Como fazer chocolate quente?

Fonte: estudo do Google (2019)

Em destaque na cor roxa estão os eventos exclusivamente relacionados à internet, enquanto que os da cor azul são buscas ocorridas após manifestações de Jair Bolsonaro³⁷, também na internet. Nesse sentido, a tese de que as buscas ocorridas na internet resultam de eventos na web é reforçada pela curiosidade despertada através das manifestações de Bolsonaro, que levou os usuários a realizarem tais buscas.

Entre a pesquisa TIC Domicílios e o estudo do Google, o que há em comum é o uso da internet pelos brasileiros. Segundo os dados da TIC, o principal uso dela é para buscas relacionadas a produtos e serviços, enquanto que os resultados do estudo do Google apontam que as indagações referem-se a temáticas envolvendo entretenimento e situações ocorridas no dia a dia de celebridades e governantes.

Ainda de acordo com quadro 08, da categoria de pesquisas que questiona o “por quê?”, o maior número de buscas foi quanto à dificuldade de acesso ao WhatsApp³⁸. A partir deste resultado, já seria possível estimar algumas prioridades dos brasileiros. Entretanto, ao observar as demais categorias, percebe-se que também há dúvidas sobre aspectos históricos do país, com questionamentos acerca do AI-5 e casos envolvendo política. Assim, a preocupação de Barbosa (2019) quanto ao desenvolvimento de habilidades digitais, passa antes pelo hábito do brasileiro.

Neste sentido, o que se observa do contexto contemporâneo é que há uma parcela da população mais preocupada com o entretenimento do que com as estruturas sociais. É mais digno de aflição e curiosidade, a instabilidade de um software de transmissão de mensagens, como o WhatsApp e a liderança na busca do “por quê?” com a pergunta “*Por que o WhatsApp parou de funcionar hoje?*”, do que com a condição de acesso às tecnologias no país. Para Castells (2019)³⁹

³⁷ 38º presidente eleito para governar o Brasil, de 01 de janeiro de 2019 a 31 de Dezembro de 2022;

³⁸ é um aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz para smartphones e também pode ser utilizado em computadores pessoais.

³⁹ A obra de Castells (2019) está disponível em formato e-book e, portanto, não apresenta paginação;

Sopram ventos malignos no planeta azul. Nossas vidas titubeiam no turbilhão de múltiplas crises. Uma crise econômica que se prolonga em precariedade de trabalho e em salários de pobreza. Um terrorismo fanático que fratura a convivência humana, alimenta o medo cotidiano e dá amparo à restrição da liberdade em nome da segurança. Uma marcha aparentemente inelutável rumo à inabitabilidade de nosso único lar, a Terra. Uma permanente ameaça de guerras atrozes como forma de lidar com os conflitos. Uma violência crescente contra as mulheres que ousaram ser elas mesmas. Uma sociedade sem privacidade, na qual nos transformamos em dados. E uma cultura, denominada entretenimento, construída sobre o estímulo de nossos baixos instintos e a comercialização de nossos demônios.

A onipresença, onisciência e onipotência atribuídas às ambiências digitais são decorrentes não apenas do computador ou da internet, mas estão cada vez mais materializadas numa estrutura de sociedade que opera em direção a identidades fragmentadas e da transformação da vida em um produto para o consumo. “Aumentar o valor de mercado dos produtos que estão vendendo. E os produtos que são encorajados a colocar no mercado, promover e vender são eles mesmos” (BAUMAN, 2008, p.13).

Estas características ficam ainda mais acentuadas através do computador e da internet. Moraes, Ramonet e Serrano (2013) destacam que “o surgimento da internet fez com que aquilo que é publicado na rede seja potencialmente acessível por toda a comunidade internauta mundial. É um fenômeno sem precedentes” (p.168). Na mesma direção teórica encontra-se Gabriel (2010), quando afirma que:

O computador, possibilita realmente interagir com o mundo e não mais apenas assistir a ele. E essa interação torna-se ainda mais privada. A quarta tela dos dispositivos móveis nos liberta dos cabos e fios para interagir de qualquer lugar, em qualquer tempo, com mobilidade. (GABRIEL, 2010, p.76)

Para Bauman (2001), mais do que as Revoluções destacadas por Fava (2018), toda a conjuntura de substituições, inovações, transformações, adequações, digitalizações observadas a partir do período Pós-Industrial e Digital, as temáticas pesquisadas nos hábitos de navegação dos brasileiros e os ventos malignos que sopram sobre o planeta azul, são reflexo da modernidade e da pós-modernidade. O pesquisador (2001) admite que:

A sociedade que entra no século XXI não é menos 'moderna' que a que entrou no século XX, o máximo que se pode dizer é que ela é moderna de um modo diferente. O que a faz tão moderna como era mais ou menos há um século é o que distingue a modernidade de outras formas históricas do convívio humano: a compulsiva e obsessiva, contínua, irrefreável e sempre incompleta *modernização*; a opressiva e inerradicável, insaciável sede de destruição criativa (ou de criatividade destrutiva, se for o caso de 'limpar o lugar' em nome de um 'novo e aperfeiçoado' projeto; de 'desmantelar', 'cortar', 'defasar', 'reunir' ou 'reduzir' tudo isso em nome da maior capacidade de fazer o mesmo no futuro - em nome da produtividade ou da competitividade. (BAUMAN, 2001, p.14)

Harari (2016) defende que essa mesma modernidade de Bauman (2001) seja uma condição de existência desde o instante do nascimento de qualquer indivíduo na contemporaneidade. O autor (2016) define que se trata de um contrato invisível e que suas cláusulas estão presentes no dia a dia de qualquer cidadão, queira ele ou não.

A modernidade é um contrato. Todos nós aderimos a ele no dia em que nascemos e ele regula nossa vida até o dia em que morremos [...] Esse contrato configura nossa comida, nossos empregos e nossos sonhos; ele decide onde moramos, quem amamos e como morremos. (HARARI, 2016, p.206)

Portanto, se a condição da sociedade contemporânea é a submissão às condições da modernidade e da pós-modernidade, uma delas é a sobrevivência sob a lógica da cultura de telas. E a internet, os relacionamentos, o consumo, as negociações, as amizades e diálogos operam sob as telas.

Para Vergili (2014) "o ser humano passaria a viver inexoravelmente ligado às máquinas, dependendo em demasia de outra 'natureza' e, por conseguinte, convivendo com códigos digitais que ele mesmo ajudou a gerar artificialmente". Vislumbrada esta realidade que inicia no computador, perpassa a internet e culmina numa reflexão mais ampla, na próxima subseção são discutidos aspectos de uma sociedade que interage a partir de redes e desenvolve com base nelas as suas relações.

2.3 Relacionamentos e dispositivos tecnológicos

A sociedade contemporânea está rodeada por dispositivos tecnológicos. Indiferente dos locais em que o sujeito estiver, lá estarão eles. Desde os ambientes mais íntimos até aqueles compartilhados de forma pública, “com um celular no bolso, de repente os indivíduos podem realizar coisas que antes só eram possíveis por intermédio de um conjunto de instituições” (MOROZOV, 2018)⁴⁰.

Para Castells (2017), há um fenômeno da onipresença dos celulares que é ampliado pela comunicação sem fio. Na visão dele, isto é resultado dos poucos obstáculos de acesso à indústria da internet, que “são muito menores que os da indústria da comunicação tradicional” (2017, p.30).

As facilidades de conexão à internet podem ser observadas a partir de variadas perspectivas. Aqui, assume-se a econômica e também a de ampliação dos suportes que aceitam a tecnologia sem fio. Se, por um lado, Cristian (2017) alertou que a internet é composta por estruturas físicas, de outro contrasta-se as tecnologias que, a partir deste cabeamento, foram decompostas e transformadas, como é o caso do wi-fi. O wi-fi é a tecnologia sem fio que dispara o sinal de uma rede com fio para diferentes suportes móveis, como celulares.

Desde o uso do computador pessoal, os dispositivos móveis ficaram mais presentes e foram ampliados com a oferta de mais modelos de aparelhos celulares. À medida que a rotina das pessoas foi se adaptando à contemporaneidade, “milhões de pessoas decidem dar a seu smartphone um pouco mais de controle sobre suas vidas” (HARARI, 2016, p.57).

De acordo com os resultados da 31ª edição da pesquisa sobre o uso de tecnologia da informação nas empresas, realizada anualmente pela Fundação Getúlio Vargas, em dezembro de 2020 o Brasil contava com 424 milhões de dispositivos digitais em uso no país, entre computadores, notebooks, tablets e smartphones. Deste total, 234 milhões são aparelhos celulares smartphones, o que representa uma densidade de 110,07 celulares para cada grupo de 100 brasileiros.

⁴⁰ A obra de Morozov (2018) está disponível em formato e-book e, portanto, não apresenta paginação;

Em outras palavras, isto significa que existam mais aparelhos celulares no país do que brasileiros.

Na saúde e na doença, na alegria e na tristeza, no quarto, na sala, no banheiro, na cozinha, na terra, no ar, no mar, o celular é o deus tecnológico do qual poucas pessoas conseguem se desgrudar. Já faz algum tempo que o pequeno e versátil dispositivo deixou de ser tão somente um telefone celular para elevar-se ao status de coisa-que-não-se-consegue-viver-sem. (FAVA, 2018, p.89)

Em paralelo a esta quantidade de aparelhos, destaca-se o segundo tópico que caracteriza as facilidades de acesso à internet: a economia. De acordo com o levantamento realizado pelo portal Statista, de dezembro de 2019 a dezembro de 2020, somente na Google Play Store⁴¹ existiam 2,95 milhões de aplicativos disponíveis para download e utilização nos aparelhos celulares. Já o portal CanalTech apresentou o resumo da pesquisa realizada pela empresa de consultoria e análise Sense Tower, que mapeou o total de aplicativos baixados no primeiro semestre de 2020, tanto na Google Play Store quanto na App Store⁴², e este número alcançou a marca de 37 bilhões de downloads.

Não basta que os aparelhos circulem, é necessário que se tenha o que fazer com eles. Neste sentido, Morozov (2018) argumenta

O Vale do Silício fica feliz em nos fornecer uma multiplicidade de ferramentas para enfrentar o sistema, ferramentas produzidas lá mesmo, no Vale do Silício: a Uber nos oferece serviços de transporte que se contrapõem ao setor existente dos táxis; o Airbnb nos ajuda a encontrar acomodações e evitar o setor hoteleiro; a Amazon se encarrega de vender livros sem passar pelas livrarias; para não mencionar os incontáveis aplicativos que nos vendem vagas de estacionamento, nos arranjam parceiros sexuais, fazem reservas para nós em restaurantes. Não resta quase nenhuma restrição social, econômica ou política que o Vale do Silício não tenha se empenhado em romper.

⁴¹ É um serviço de distribuição digital de aplicativos, jogos, filmes, programas de televisão, músicas e livros, desenvolvido e operado pela Google. Ela é a loja oficial de aplicativos para o sistema operacional Android, além de fornecer conteúdo digital;

⁴² Semelhante à Play Store, porém é gerenciada pela Apple e suporta os downloads do sistema operacional IOS;

Com oferta de aparelhos e demanda de serviços, as barreiras que Castells (2017) sinalizava, de fato, são baixas. Fava (2018) defende que é indubitável fugir às telas e o que elas representam.

Indubitavelmente, somos pessoas das telas. Estão em todas as partes: nos bolsos, nas pastas, nos painéis, nos telões, nos quartos, nas salas, nas cozinhas, nos banheiros, nas paredes externas de edifícios. Elas se prostram em nossa frente quando nos divertimos, descansamos, trabalhamos, independentemente do que fazemos. (FAVA, 2018, p. 69)

A ampliação da presença dessas adaptáveis telas no dia a dia faz com que sejam repensados os espaços públicos e privados. Para Bauman (2008), os adolescentes são os mais propensos a estas experiências de comunicação sem fio.

Os adolescentes, equipados com confessionários eletrônicos portáteis são apenas aprendizes treinando e treinados na arte de viver numa sociedade confessional - uma sociedade notória por eliminar a fronteira que antes separava o privado e o público, por transformar o ato de expor publicamente o privado numa virtude e num dever públicos. (BAUMAN, 2008, p.9)

Santos (2016) amplia a discussão ao afirmar que, principalmente, para os mais jovens, seria difícil imaginar o cotidiano sem a utilização da tecnologia.

Os jovens contemporâneos nem mesmo imaginam que possam existir outras maneiras de realizar determinadas atividades sem o uso das técnicas modernas, pois já nasceram submersos em recursos tecnológicos. (SANTOS, 2016, p. 1)

Já Azevedo (2012, p.48) defende que “cada pessoa tem um limiar de sensibilidade às transformações, isto é, como a mudança é percebida pelas pessoas”, o que amplia o escopo do “para quem”, indo além dos adolescentes. De acordo com a autora, a sensibilidade significa que nem todos reagem igualmente aos fenômenos.

Parece que o processo evolutivo que deu origem ao *homo sapiens* está agora considerando lento. O organismo humano é cada vez mais visto como obsoleto, precisando ser atualizado, modificado, e levado a lugares que ultrapassem seu estado original. Como um computador que precisa constantemente de atualizações e revisões, de forma a continuar tendo valor. (FORTIM, 2007, p. 69).

Gerações que nasceram no período da Revolução Industrial, outras que nasceram na Pós-Industrial, há também as que nativamente são da Digital. Sejam os mais jovens ou os mais velhos, indiferente das idades, todos convivem, relacionam-se e interagem entre si no mesmo espaço compartilhando, que é a sociedade mediada por telas.

Sociedade se expressa pela arquitetura das relações na rede, pela conexão, pelo tempo, pelo excesso de informação, pela aceleração dos processos, pela busca de positividade nas imagens e nos discursos, pela disputa da atenção, pelo compartilhamento do poder da comunicação e pelo próprio espetáculo dos indivíduos e das organizações. Somem-se a isso as relações que se estabelecem nas plataformas de mídias sociais digitais e são dotadas de interação, convergência, integração e simetria – entre outras características que, do ponto de vista das empresas, são estabelecidas de acordo com as estratégias de comunicação adotadas. (DREYER, 2017b)

Agrupadas em diferentes espaços, a sociedade é composta antes de mais nada por pessoas. Na visão da atividade de Relações Públicas baseada em Simões (1995), estas pessoas são consideradas públicos. Já para Saad (2020), num ambiente digital, trata-se de audiência. Seja como público ou audiência, são as pessoas que constituem as sociedades, compreendidas por Morozov (2018) como “um emaranhado confuso de geopolítica, finança global, consumismo desenfreado e apropriação corporativa dos relacionamentos mais íntimos”.

Observa-se também que a sociedade contemporânea, através das características discutidas até o momento, pode ser equiparada a uma rede. Ela pode ocorrer por meio de relações formais (de trabalho, por exemplo) ou informais (amizades ou interesses, entre outros). A troca de dados e as interações configuram esta formação. Castells (2003, p.7) defende que:

Uma rede é um conjunto de nós interconectados. A formação de redes é uma prática humana muito antiga, mas redes ganharam vida nova em nosso tempo, transformando-se em redes de informação energizadas pela Internet. As redes têm vantagens extraordinárias como ferramentas de organização em virtude de sua flexibilidade e adaptabilidade inerentes, características essenciais para se sobreviver e prosperar num ambiente em rápida mutação. É por isso que as redes estão proliferando em todos os domínios da economia e da sociedade, desbancando corporações verticalmente organizadas e burocracias centralizadas e superando-as em desempenho.

Já Gabriel (2010, p.193) apresenta o contraponto temporal, descrevendo que

Apesar de parecer um assunto novo, redes sociais existem há pelo menos três mil anos, quando homens se sentavam ao redor de uma fogueira para conversar sobre assuntos de interesse em comum. O que mudou ao longo da história foi a abrangência e difusão das redes sociais, conforme as tecnologias de comunicação interativas foram se desenvolvendo, escrita, correios, telégrafo, telefone, computador e telefone celular.

Castells (2004, p.287) afirma que “a sociedade em rede é a sociedade na qual vivemos”, com diferentes tipos de outras redes que são sociais, como empresas, governos, famílias, religiões e instituições públicas que se conectam através de nós entre elas. Na visão do autor (2004), a sociedade é a rede maior à medida que as micro redes fornecem dados a ela.

Este entendimento de sociedade em rede, entretanto, é anterior à Gabriel (2010) e até mesmo à Castells (2003). Em 1964, Paul Baran desenvolve e publica uma série de artigos⁴³ onde apresenta a síntese do que, posteriormente, ficou conhecido como seus diagramas de rede.

A ideia principal era manter os sistemas de informação e defesa funcionando mesmo em caso de ataque. Para isso, era crucial desenvolver algum tipo de estrutura que continuasse ativa e pronta para iniciar a defesa. A noção de rede, nesse particular, foi desenvolvida como estratégia de sobrevivência. Em uma rede, as informações e os dados, em vez de serem confinados em um único espaço, seriam distribuídos, em constante circulação e sem um centro definido. Assim, em caso de destruição de uma das conexões, as outras continuariam funcionando. Embora a noção de “rede” já existisse, Baran notou um problema crucial nos dois tipos principais de rede de sua época, a dependência em relação ao centro. (MARTINO SÁ, 2014, p.64)

Baran (1964), então, desenvolveu três diagramas: o de redes centralizada, descentralizada e distribuída. Com isso, a principal contribuição de Baran não foi quanto à centralidade do poder, mas sim a distribuição dele, já que o centro permanece inalterado em todos os modelos.

O primeiro modelo, de rede centralizada, é o que apresenta um único núcleo, reunindo todo o fluxo de dados e distribuindo para os outros nós. “As redes podem ser centralizadas, com múltiplas conexões partindo de um único ponto, com as

⁴³ Os artigos são agrupados na coleção “*On Distributed communications*”;

informações irradiadas para todos os outros” (MARTINO SÁ, 2014, p.64). A crítica a este modelo é que em um ataque ao nó central, todo sistema se prejudica.

Baran (1964) identifica a mesma relação de dependência com o centro no segundo modelo, que é o de rede descentralizada. Para confundir os adversários, novos pontos de distribuição de dados foram criados, possibilitando que a centralidade perdesse força neste modelo. Entretanto, a problemática seguia a mesma: na iminência de um ataque, a única diferença em relação ao modelo anterior seria a quantidade maior de alvos destruídos.

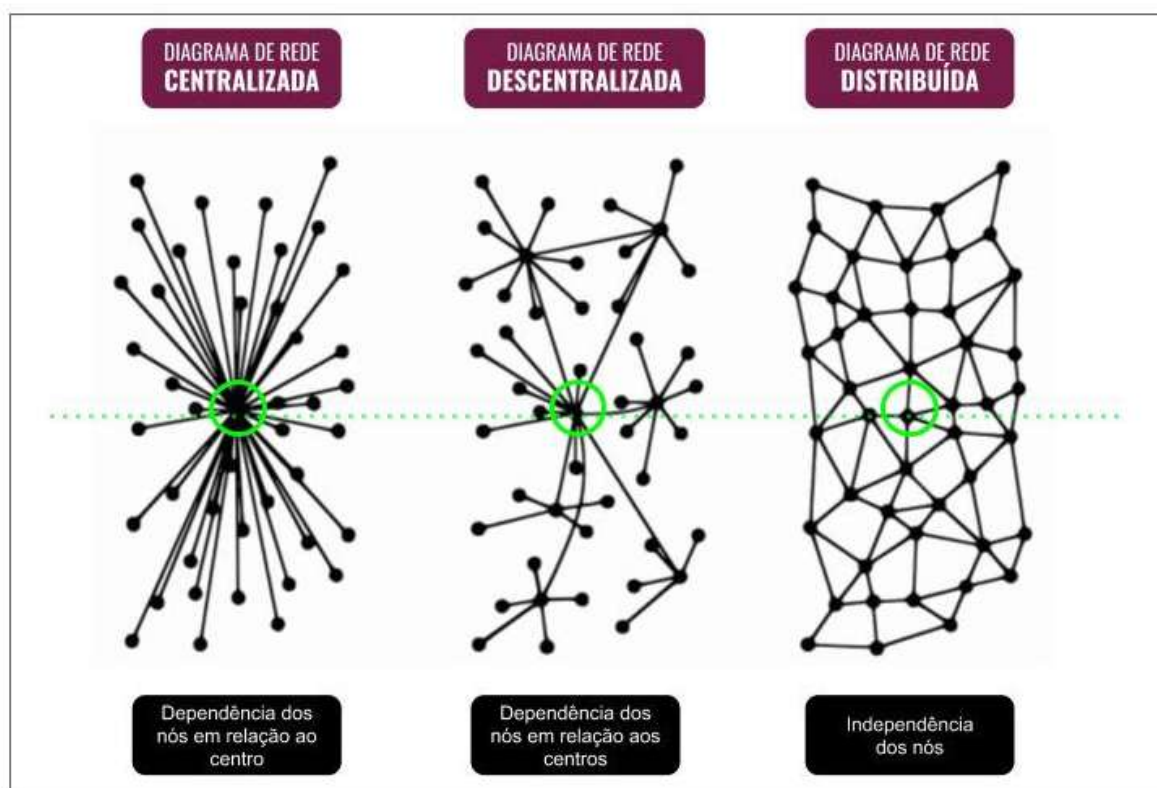
Ao lado desse modelo [centralizado], as redes chamadas descentralizadas são aquelas nas quais, além de um polo central, existem pólos secundários ligados a outros pontos. O problema desse tipo de rede é sua fragilidade: basta destruir um dos nós (nas redes centralizadas) ou alguns (nas descentralizadas) para inutilizar todo o sistema. A solução é a proposta do que Baran denomina “redes distributivas” de comunicação. (MARTINO SÁ, 2014, p.65)

Ao verificar a fragilidade dos dois primeiros modelos - centralizado e descentralizado - Baran propõe o terceiro diagrama, que é o da rede distribuída. Nela os fluxos são livres e mesmo que haja um ataque a qualquer um dos nós, o sistema não perde a sua função, já que outros nós estão conectados àquele que sofreu o ataque, garantindo a manutenção do fluxo e sua ininterruptibilidade. Além disto, Martino Sá (2014) afirma que neste modelo:

O número de nós em uma rede se multiplica exponencialmente a cada nova conexão estabelecida, acrescentando igualmente outras conexões e permitindo um aumento instantâneo de formas de contato e circulação de informações - não por acaso, nas redes sociais na internet as informações podem circular entre um número muito grande de pessoas em um espaço de tempo relativamente curto. O resultado, nas redes online, é um fluxo ininterrupto de dados gerados, produzidos e reproduzidos entre os participantes. (MARTINO SÁ, 2014, p.74)

Na imagem 06 é possível visualizar a representação dos três modelos. Em destaque, na cor verde, pode-se verificar o núcleo do sistema, que é inalterado nos diagramas.

Imagem 06: Diagramas de rede, de Paul Baran (1964)

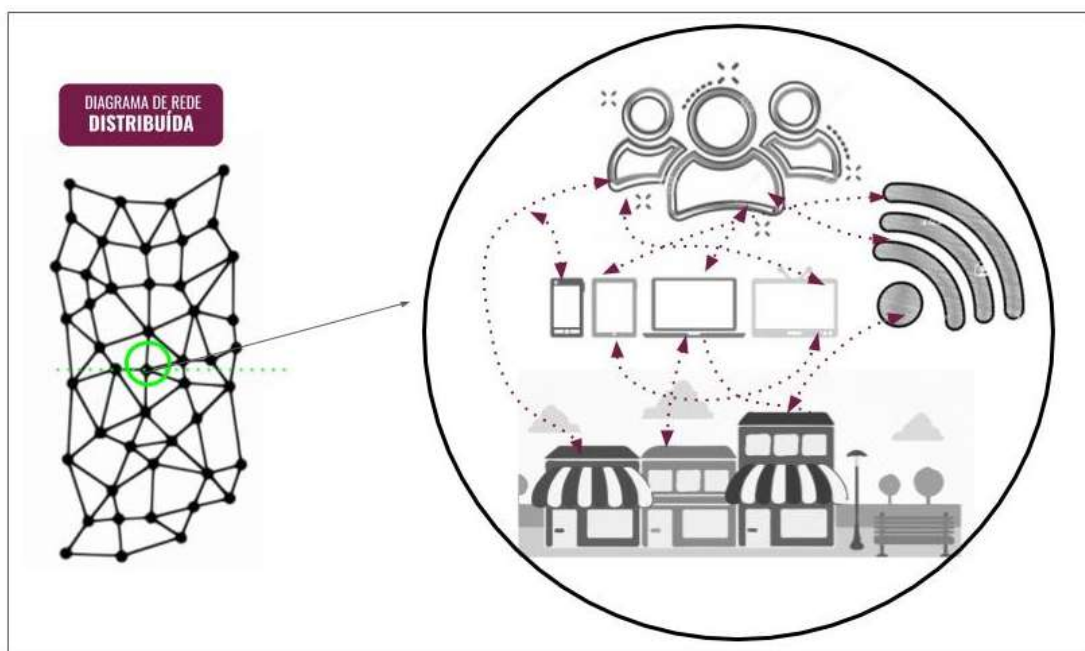


Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) baseado em Baran (1964, p.2)

Os modelos de redes apresentados por Baran (1964) foram projetados para atender a contextos de guerra, a pedido das forças armadas americanas. Assim, mesmo que atualmente possam ser observadas aproximações com a midiaticização, a proposta inicial (1964) não contemplava. Por isto, a imagem 07 sugere uma interpretação, dada a realidade da sociedade contemporânea, onde estão incluídas suas telas, a internet, as pessoas e os possíveis fluxos de dados que ocorrem entre elas e as organizações.

Nela, a partir do diagrama de rede distribuída, o que se pode observar das linhas pontilhadas é o movimento indefinido dos nós, sem ordens ou sentidos estabelecidos, com trocas podendo ocorrer entre elementos, em qualquer direção e sem hierarquia. Esta seria a representação do fluxo dos dados no interior de uma rede distribuída, considerando o círculo como a ampliação para a visualização do nó.

Imagem 07: representação da rede distribuída na contemporaneidade



Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) a partir de Baran (1964), Castells (2003) e Martino e Sá (2014)

A proposição de uma rede distribuída como base para a sociedade suscita a discussão de outros tópicos, como as práticas profissionais e organizacionais. Para a profissão de Relações Públicas, o mais importante não é o domínio da tecnologia, mas a observação de discussões integrantes desta nova realidade, e “refletir sobre a web semântica, os algoritmos, os apps, a computação em nuvem, a era da conexão onipresente e da mobilidade contínua, a computação ubíqua, a internet de todas as coisas” (DREYER, 2017b) pode ser a materialização do que Simões (2001) destaca quanto à constante necessidade da inovação.

Raposo (2019, p.8) acrescenta que “a construção de novos relacionamentos e conexões constitui um dos princípios fundamentais da atuação online das corporações”. Já Coelho (2019, p.136) defende que,

O imperativo tecnológico, o advento dos sistemas informatizados e as novas formas de se relacionar por meio deles, com outras características e outras demandas, levaram ao crescimento de estudos relacionados à compreensão destes novos ambientes de trabalho. A interação entre os indivíduos passa também pela mediação de máquinas que operam diversos sistemas interconectados em rede, conseqüentemente se tornou necessário refletir sobre tais configurações. (COELHO, 2019, p.136)

Na mesma direção, Bauman (2008) que é uma referência quando se trata de relacionamentos, entende que eles foram ressignificados pelos meios digitais e eletrônicos. Os vínculos são desfeitos da mesma forma que uma conexão com a internet é interrompida, isto é, na maioria das vezes, rapidamente.

Grande porção da vida social já é, como parte da rotina, mediada eletronicamente (ou melhor, onde a vida social já se transformou em vida eletrônica ou cibervida, e a maior parte dela se passa na companhia de um computador, um ipod ou um celular, e apenas secundariamente ao lado de seres de carne e osso. (BAUMAN, 2008, p.8)

O fato é que, para Bauman (2008), poucas coisas ainda são feitas para durarem. As relações são momentâneas, fugidias e trocadas “por versões mais atualizadas” (BAUMAN, 2008, p.2). Atento a isto, Vergili (2017, p.85) sinaliza que:

Diante de um cenário tecnológico que afeta o campo de Relações Públicas, com diversas criações coletivas, públicos com mais possibilidades de participação ativa, o que provoca o compartilhamento e disseminação de conteúdos mais frequentes, tornam-se cada vez mais necessárias habilidades e competências para lidar com as plataformas digitais. (VERGILI, 2017, p.85)

O que se resume desta sociedade em rede é que ainda não se experienciou todas as possibilidades, com perspectivas de ampliação da atuação profissional, principalmente ao lidar com pessoas de uma geração jovem que “não poderiam existir sem a internet” (CASTELLS, 2017, p.52). Harari (2016) ainda sinaliza que a quantidade de dados passando através das telas para o cérebro é tão alta, que a definição do que será ou não relevante na vida das pessoas torna-se central. O poder, na visão de Harari, é de saber o que ignorar.

O mundo está mudando com inigualável rapidez. Estamos inundados por quantidades impossíveis de dados, de ideias de promessas e de ameaças. Não sabemos mais a que prestar atenção e frequentemente passamos o tempo investigando e debatendo questões secundárias. Em tempos antigos, ter poder significava ter acesso a dados. Atualmente ter poder significa saber o que ignorar. (HARARI, 2016, p. 398)

Portanto, no que se refere à atividade de Relações Públicas, faltam opções senão a observação de suas teorias pela ótica de uma sociedade que convive em redes, em que é “cada vez mais evidente a necessidade de um profissional

especializado em articular redes, que emprega esforços constantes para fornecer respostas imediatas aos públicos de interesse” (VERGILI, 2014).

Assim, observa-se que a lógica das redes, na visão de Castells (2017, p.14) é oportunizar “um mundo melhor feito por pessoas que se comunicam livremente”. Anteriormente, Castells (2003) também já reforçou este papel, ao apontar que:

O que ocorre é que indivíduos montam suas redes, on-line e off-line, com base em seus interesses, valores, afinidades e projetos. Por causa da flexibilidade e do poder de comunicação da Internet, a interação social online desempenha crescente papel na organização social como um todo. As redes on-line, quando se estabilizam em sua prática, podem formar comunidades , comunidades virtuais, diferentes das físicas, mas não necessariamente menos intensas ou menos eficazes na criação de laços e na mobilização. Além disso, o que observamos em nossas sociedades é o desenvolvimento de uma comunicação híbrida que reúne lugar físico e ciber lugar. (CASTELLS, 2003, p.109).

Mesmo diante de um cenário aparentemente positivo, também é necessário considerar as mudanças da face contrária à tecnologia, tendo em vista os impactos às organizações, as desigualdades e o consumo dos seres humanos enquanto mercadorias. Por fim, refletidos os aspectos da sociedade contemporânea pela perspectiva digital, tendo discutido da revolução agrícola ao contexto das TICS, passando pelo computador e a internet e além tópicos da sociedade em rede e os relacionamentos, no próximo capítulo se estuda o contexto dos dados e o advento dos dashboards, pautados por elementos desta sociedade contemporânea.

3 CONTEXTO DOS DADOS E ADVENTO DOS DASHBOARDS

Neste capítulo se amplia o contexto da sociedade contemporânea, incluindo os dados e o advento dos dashboards. Elementos centrais das dinâmicas da sociedade contemporânea e presentes no dia a dia profissional e pessoal, os dados são observados pela ótica das estratégias metodológicas das pesquisas bibliográfica e documental, organizando o capítulo em três subseções.

Na primeira são apresentadas visões sobre a convivência social com os dados, aproximando aspectos religiosos e econômicos. Já na segunda, discute-se a formação destes dados, orientados pela tríade dos termos “dados, informação e conhecimento” e, na terceira subseção, são dimensionadas questões sobre dashboards e a relação com os dados no contexto organizacional.

3.1 Dados como modelos religiosos e econômicos

É histórico que a sociedade convive com diferentes religiões. Neste sentido, avançando nas reflexões sobre a contemporaneidade, uma nova perspectiva é a de Harari (2017), que sugere que seja incluída uma nova religião ao tecido social: o Dataísmo. Para ele, qualquer credo advém de uma criação do homem, cujo papel é confiar legitimidade sobre-humana às próprias estruturas humanas, definida “por sua função social, e não pela existência de deidades” (HARARI, 2017, p.189).

Pela ótica do autor (2017), o papel da religião é o legitimar as estruturas sociais, e isto não está condicionado à existência de uma divindade⁴⁴. Ao desmistificar a ideia da necessidade, Harari (2017) defende que o Dataísmo dispõe de elementos suficientes para ser considerada uma religião.

Esta visão surge, pois Harari (2017) defende que “o universo consiste num fluxo de dados e o valor de qualquer fenômeno ou entidade é determinado por sua contribuição ao processamento de dados” (p.370). Nesse sentido, como o olhar do universo, princípio que a tudo e a todos engloba, é visualizado pelo fluxo dos dados, o autor (2017) entende que a sociedade é um reflexo do processamento deles,

⁴⁴ De acordo com Prandi (1996) divindade é a fonte de tudo aquilo que é divino;

encontrando espaço para a inclusão do Dataísmo. Nela, a representação da deidade, diferente de outras religiões, é assumida pelos dados.

Ao propor uma nova religião não significa que Harari (2017) esteja invocando Nietzsche (1882) e, novamente, “matando Deus”⁴⁵ ou descaracterizando a história das deidades e religiões que crêem nestas representações. Ao contrário, o que o autor (2017) destaca é que o indivíduo na sociedade contemporânea continua convivendo com as religiões que tratam unicamente da fé e seus dogmas, mas inclui a racionalidade do Dataísmo como uma segunda alternativa para lidar com os fenômenos sociais.

O acesso às tecnologias, somado ao incentivo de empresas “dispostas” a solucionar quaisquer necessidades a partir de dispositivos conectados à internet, “permitiu acumular volumes de dados cada vez maiores” (KNAFLIC, 2019)⁴⁶. Empoli (2019)⁴⁷ registra que “nos últimos anos um fenômeno decisivo se produziu: pela primeira vez, os comportamentos humanos – que continuavam a ser, até então, fins em si mesmos – começaram a produzir um fluxo maciço de dados”. Ele acrescenta:

Nossos hábitos, nossas preferências, opiniões e mesmo emoções passaram a ser mensuráveis. Hoje, cada um de nós se desloca voluntariamente com sua própria ‘gaiola de bolso’, um instrumento que nos torna rastreáveis e mobilizáveis a todo momento. No futuro, com a ‘internet das coisas’, cada gesto irá gerar um fluxo de dados não mais exclusivamente ligado aos atos de comunicação e de consumo, mas também a fatos como escovar os dentes ou adormecer no sofá da sala. (EMPOLI, 2019)

Gaiola de bolso, celular, computador pessoal ou smartphone, seja qual for o nome atribuído, diariamente o fluxo maciço de dados que Empoli (2019) se refere encontra espaço nesses e em outros dispositivos digitais conectados ou não à internet. A partir deles, os dados podem ser rastreados por diferentes empresas, que os transformam em ativos financeiros e os disponibilizam na forma de produtos e/ou serviços.

A dimensão econômica, quando aproximada da religiosa, torna-se uma discussão sensível. Os dados, considerados o suporte do Dataísmo e que legitimam

⁴⁵ Nietzsche afirma que Deus está morto em um de seus primeiros livros, *A Gaia Ciência*, de 1882;

⁴⁶ A obra de Knafllic (2019) está disponível em formato e-book e, portanto, não apresenta paginação;

⁴⁷ A obra de Empoli (2019) está disponível em formato e-book e, portanto, não apresenta paginação;

ou não as ações humanas, deveriam estar isentos de qualquer fator que possa afetar sua racionalidade. Quando transformados em ativos financeiros, mantêm inalterada sua função junto ao Dataísmo, mas condicionam-se a um modelo econômico, o que pode sugerir imparcialidades.

Conforme a afirmativa de Empoli (2019), com a mensuração dos hábitos e rastreabilidade do comportamento humano cada vez mais frequentes, existem condições suficientes para o estabelecimento de um modelo econômico baseado em dados. Morozov (2018) define-o como capitalismo dadocêntrico.

O modelo de capitalismo “dadocêntrico” adotado pelo Vale do Silício busca converter todos os aspectos da existência cotidiana em ativo rentável: tudo aquilo que costumava ser o nosso refúgio contra os caprichos do trabalho e as ansiedades do mercado. (MOROZOV, 2018)⁴⁸

Com a prerrogativa de que qualquer aspecto da existência humana tem potencial de se transformar em um dado, reafirma-se que não somente o capitalismo dadocêntrico esteja se aproximando cotidianamente das pessoas, mas através do Dataísmo isso também aconteça. Sharda, Delen e Turban (2019) entendem que uma das formas em que os dados são gerados é a partir das necessidades e desejos humanos, num processo circular e de retroalimentação.

Se não houvesse usuários, não haveria indústria alguma de análise de dados. Organizações de todos os ramos, independente de seu tamanho, forma ou localização, estão usando ou explorando a análise de dados em suas operações. Elas atuam no setor privado, governamental, educacional, militar e assim por diante. Além disso, estão espalhadas por todo o mundo. (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.52)

Mesmo que os dados sejam resultado de ações realizadas pelas pessoas, motivadas por seus desejos e necessidades, Harari (2016) alerta que ainda não se alcançou a real compreensão do valor deles. Já que, por vezes, os dados acabam sendo compartilhados sem a avaliação crítica de quais podem ser os seus impactos.

⁴⁸ Morozov (2018) dá ênfase ao Vale do Silício por ser uma região popularmente conhecida como polo industrial e criativo para startups e empresas de tecnologia, com negócios baseados em dados;

No século XXI, nossos dados pessoais são provavelmente o recurso mais valioso que ainda temos a oferecer, e os entregamos aos gigantes tecnológicos em troca de serviços de e-mail e vídeo com gatos engraçadinhos. (HARARI, 2016, p.343)

Através do sarcasmo, Harari (2016) critica não o uso de e-mail ou o fato de se assistir aos vídeos, mas revela que a sociedade contemporânea ainda precisa articular-se prática, teórica e reflexivamente para entender os reais interesses de quem disponibiliza estes serviços. O autor (2016) não exclui a possibilidade da benevolência de pessoas e organizações em compartilharem conteúdos, mas também não descaracteriza que estejam unicamente interessadas na coleta de dados, disfarçando-se por meio destas ações.

Para o acesso aos conteúdos, seja o e-mail ou o vídeo dos gatos engraçadinhos, o usuário precisa concordar com os termos de uso da ferramenta, softwares, aplicativos ou redes sociais que esteja acessando. O “aceite nos termos de uso” demonstra a concordância com as regras e políticas válidas para aquele ambiente. A prática da leitura destes documentos, normalmente, é uma das ações menos refletidas na internet, porém realizadas com bastante frequência.

O designer Dima Yarovsky (2018) é um dos críticos que confirma esta afirmativa. Com a obra *“I Agree”*, ele questiona a complexidade do conteúdo e o tempo necessário para a leitura dos termos de uso de alguns dos softwares e aplicativos mais utilizados. Através da impressão física dos documentos, o artista atribui um olhar sensível e criativo para lidar com a temática, permitindo observar visualmente e a partir de dimensões métricas o tamanho de cada termo.

A partir da reflexão, o designer (2018) sinaliza o “quão pequenos e indefesos” são os usuários de muitos dos serviços da web, além de registrar que estes documentos não abrem margem para negociação, fazendo com que as pessoas nem saibam com o quê, de fato, estão concordando. Na imagem 08 é possível verificar Yarovsky (2018) ao lado de sua obra, *I Agree*.

Imagem 08: Dima Yarovsky ao lado da obra “I Agree” (2018)



Fonte: divulgação do artista (2018)⁴⁹

Na tradução para a língua portuguesa, “*I Agree*” significa “eu aceito”. Paralelamente retomando ao contexto religioso descrito por Harari (2017), o “eu aceito” também é observável como uma expressão típica de cerimônias religiosas. Proferida, normalmente, durante uma cerimônia de matrimônio⁵⁰, de ordenação sacerdotal⁵¹ ou em muitas outras para além da fé Católica, a verbalização do “eu aceito” acontece no instante em que os sujeitos participantes do ato, publicamente, expressam seu sim, concordando com as condições estabelecidas na cerimônia.

Na religião do Dataísmo, esse paralelo com o “eu aceito” pode ser visualizado na aprovação dos termos de uso pelo usuário para que consiga acessar os serviços, redes sociais e/ou aplicativos. A contrapartida desta “cerimônia” é o compartilhamento público dos seus dados pessoais com as empresas proprietárias dos serviços.

Para visualizar o impacto do “eu aceito”, foram resgatadas algumas das empresas mencionadas na introdução e responsáveis pelo controle de significativa

⁴⁹ Disponível em: <https://images.app.goo.gl/AKWKUGXEp4qFBCu97>. Acesso em: 10 jan 2021

⁵⁰ É um vínculo estabelecido entre duas pessoas, mediante o reconhecimento governamental, cultural, religioso ou social e que pressupõe uma relação interpessoal de intimidade;

⁵¹ A ordenação é o nome dado à celebração religiosa para elevação hierárquica através de ordens sacras;

parte dos dados na internet. Entre elas, observam-se que também figuram as utilizadas por Yarovsky (2018) em sua obra.

Através do quadro 09 visualiza-se o total de palavras⁵² presentes nos termos de uso e o tempo médio necessário para a leitura de cada um deles. As versões utilizadas como referência são do ano de 2018.

Quadro 09: total de palavras e o tempo para a leitura

Rede social, aplicativo, software e/ou serviço	Contagem de palavras presentes em cada termo de uso	Quantidade de minutos necessários para a leitura do termo de uso, considerando a taxa média de leitura de 240 palavras por minuto
Microsoft	15.260	63,6
Spotify	8.600	35,8
Zoom	6.891	28,7
Uber	5.658	23,6
Twitter	5.633	23,5
Linkedin	4.346	18,1
Facebook	4.132	17,2
Google	3.459	14,4
Amazon	3.416	14,2
Youtube	3.308	13,8
Netflix	2.628	11,0
Instagram	2.451	10,2

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nos termos de uso das redes sociais e/ou serviços (2018)

Como apontado no capítulo dois, considerando a condição de acesso à internet no Brasil, além da presença de escolas sem eletricidade e banheiros sanitários, torna-se contraditório presumir uma leitura crítica aos termos de uso por todas as camadas sociais, ainda mais quando não possuem condições básicas para que desenvolvam este olhar. Freire (2002) atribui a esta realidade aspectos da desigualdade.

⁵² Para a contagem, foi realizado o download do arquivo original e, na sequência, com o apoio da ferramenta de leitura de documentos em formato .pdf, Adobe Acrobat.

Não é possível atuar em favor da igualdade, do respeito aos demais, do direito à voz, à participação, à reinvenção do mundo, num regime que negue a liberdade de trabalhar, de comer, de falar, de criticar, de ler, de discordar, de ir e vir, a liberdade de ser. (FREIRE, 2002, p. 193).

No instante em que estão privados das mais básicas condições de saneamento e comunicação, somando-se à barreira erguida pelo analfabetismo digital, a liberdade de ser e de se expressar, para muitos cidadãos, é negada. Enquanto estes impeditivos não forem reduzidos, a perspectiva de crítica aos termos de uso ainda permanece distante de acontecer.

O Brasil tem que investir pesado em tecnologia de conectividade. Se não houver estradas para a transmissão rápida da informação que faça a ligação da escola com o mundo exterior, o país não vai entrar no novo paradigma. (LEITÃO, 2015, p.151)

O fato de “apenas concordar” e ceder seus dados às empresas não é algo preocupante para muitas pessoas. Ao contrário, a possibilidade de não participar de discussões ocorridas nestes espaços digitais é que representaria sua preocupação. Assim, além de desigualdade, haveria também a exclusão social⁵³.

O entusiasmo com a internet e as mídias digitais pauta-se na perspectiva de que as tecnologias de rede são responsáveis pelo estabelecimento de novas formas de relação entre as pessoas, oferecendo a possibilidade de transformações sociais e históricas. As mudanças podem acontecer, mas não virão das tecnologias de informação. Se é possível mudar algo, isso acontece a partir de relações de comunicação entre seres humanos. (MARTINO SÁ, 2014, p.269)

Para melhor compreender este contexto em que os dados figuram, torna-se relevante observar “a trajetória histórica de cada um dos aspectos das diferentes dimensões sob análise” (WAGNER, 2018, p.179). Assim, a crítica de Harari (2016) quanto à entrega dos dados pessoais sem uma avaliação, precisa considerar as dimensões dos espaços de fala, de quem convive e de quem está externamente observando. Sua reflexão não é inapropriada, mas não se aplica à realidade de alguns países, como é o caso do Brasil.

⁵³ O objetivo desta dissertação não é o de discutir a exclusão social, mas se entende que seja necessário, brevemente, contextualizá-la como uma realidade que impacta o contexto dos dados;

A classe média está se expandindo no Brasil, mas existem muitos mitos sobre esse fato. Mais importante do que investigar o número exato de pessoas que teriam entrado na classe média é firmar três convicções. Primeira: sim, aumentou a capacidade de consumo dos brasileiros. Segunda: o fenômeno de ampliação do consumo começou com a estabilização da economia e se fortaleceu com as novas políticas de transferência de renda para os pobres e extremamente pobres [...]. Terceira: a desigualdade permanece imensa no Brasil. (LEITÃO, 2015, p.225)

O que Leitão (2015) descreve é a realidade brasileira. E, para concordar absolutamente com a ótica de Harari (2017), primeiro deve-se aproximar desta dinâmica social. O cenário não é unicamente desigual, há também os indivíduos que, em situações opostas às da falta de liberdade, têm condições suficientes para posicionarem-se não somente sobre os termos de uso, mas em tudo aquilo que envolve os dados.

Sem dúvida, a rede permitiu um nível de informação, conectividade e organização que não tínhamos antes. Também é preciso reconhecer que, apesar da desigualdade digital entre ricos e pobres, a chegada da rede trouxe elementos igualitaristas para a sociedade. O problema é quando a fascinação pela internet e pelas novas tecnologias nos faz esquecer de que o mundo virtual não é o mundo real. As leis, as guerras, a fome, a pobreza, a riqueza, tudo isso se encontra fora dos computadores. (MORAES, RAMONET; SERRANO, 2013, p.174).

Baseado em Lévy⁵⁴, Martino Sá (2014) discorda sobre o fato de que “o mundo virtual não é o mundo real”. Para o autor:

O termo “espaço virtual” ou apenas “virtual” é empregado muitas vezes como oposto ao “real”, como se aquilo que é “virtual” não tivesse existência. Lévy considera que o “virtual” é parte integrante do “real”, não se opõe a ele. O contrário de “virtual”, nesse sentido, é “atual” [...] algo que está acontecendo neste momento. (MARTINO SÁ, 2014, p.30)

O que se observa são realidades no virtual. Possivelmente, para uma parcela significativa de pessoas que navegam na internet, um dos principais interesses esteja nas conexões e trocas entre seus pares, e na aceitável diminuição do distanciamento entre ricos e pobres, mesmo que ilusoriamente através de imagens carregadas de inverdades e retratadas em redes e/ou mídias sociais.

⁵⁴ LÉVY, P. O que é o virtual. São Paulo: Ed.34, 2003;

Essa sensível realidade é argumentada por Morozov (2018). Ele caracteriza como algo próximo a uma cerca invisível de arame farpado.

As empresas do Vale do Silício estão construindo o que chamo de “cerca invisível de arame farpado” ao redor de nossas vidas. Elas nos prometem mais liberdade, mais abertura, mais mobilidade; dizem que podemos circular onde e quando quisermos. Porém, o tipo de emancipação que de fato obtemos é falsa; é a emancipação de um criminoso que foi recém-libertado, mas que ainda está usando uma tornozeleira. (MOROZOV, 2018)

A promessa é de mais liberdade, mas caso o usuário discorde de uma palavra que esteja nos termos de uso, ele não pode se integrar àquela comunidade de uso. Portanto, entre o Dataísmo que surge enquanto legitimador das decisões humanas e esconde-se num véu religioso e o modelo de capitalismo dadocêntrico, que verbaliza o papel não romantizado dos dados, a sociedade contemporânea está muito mais orientada pela vertente econômica do que pela religiosa.

Do ponto de vista da economia, até meados da década de 90, um dos principais recursos mundiais era o extrativismo de petróleo. Países com grandes reservas apresentavam resultados financeiros importantes e relações exteriores acaloradas. Morozov (2018) sinaliza, entretanto, que “já é quase um clichê afirmar que dados são o petróleo do século XXI”. Isto pois, atualmente, são as empresas de tecnologia e com grandes quantidades de dados que apresentam resultados econômicos altos, e não apenas as mineradoras.

Não seria inapropriado descrever a lógica que impulsiona o desenvolvimento desse setor [dados] como um “extrativismo de dados” – em um paralelo direto com o extrativismo de recursos naturais que mantém as atividades de empresas de energia e dos produtores de commodities em todo o mundo. A premissa-chave do extrativismo de dados é a de que os usuários são estoques de informações valiosas. As empresas de tecnologia, por sua vez, concebem formas inteligentes de nos fazer abdicar desses dados, ou, pelo menos, de compartilhá-los voluntariamente. (MOROZOV, 2018)

Disto tudo, talvez o mais desafiante é que os seres humanos, através de suas relações entre e com outros humanos, ciborgues e tecnologias, é que são o estoque. A população mundial, que em 2011 era de 7 bilhões de pessoas, segundo

estimativas da ONU⁵⁵, pode alcançar a marca de 7,9 bilhões em 2021. Não há uma reserva de minerais tão ampla quanto esta. E, a principal diferença está na forma como são exploradas. Enquanto as reservas são consumidas através do extrativismo e com recursos finitos, os seres humanos continuam se reproduzindo.

Enquanto houver pessoas, relações interpessoais, desejos e necessidades, os dados permanecerão sendo gerados. Provost e Fawcett (2016, p.315) reforçam que “uma confluência de fatores têm levado empresas contemporâneas a serem estritamente ricas em dados, comparadas a suas antecessoras”. O debate atual, entretanto, tem se pautado em como lidar com esta quantidade.

A questão central está em como gerir esse mundo e retirar dele o subsídio para a tomada de decisão. Desenvolver competências e habilidades para discernimento, tratamento, armazenamento e escolha da informação transforma-se em um diferencial competitivo dos indivíduos. (FAVA, 2018, p. 129)

Se, portanto, a sociedade contemporânea gera, convive e utiliza os dados em suas rotinas pessoais e profissionais para que deles seja extraído o potencial estratégico, torna-se relevante minimizar equivocadas interpretações sobre sua estrutura e conceituação. Por isso, na subseção seguinte a discussão se amplia a partir da diferenciação dos conceitos de dados, informação e conhecimento.

3.2 Estrutura e fluxo dos dados, informação e conhecimento

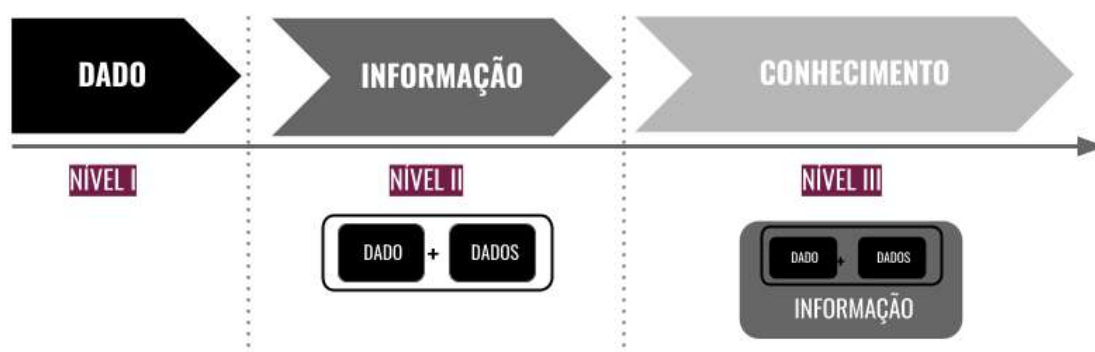
Não é incomum observar atribuírem aos dados aquilo que, conceitualmente, refere-se à informação. O mesmo ocorre para o conhecimento, que por vezes é confundido com a informação. Para Denadai (2006), estes equívocos são resultados da falta de observação de seus significados.

Não se trata de simples uso adequado do vocabulário, mas de uma compreensão mais abrangente do processo sócio-histórico que contextualiza termos e afirmações, possibilitando não só a linguagem precisa, mas também uma visão crítica do processo. (DENADAI, 2006, p.9)

⁵⁵ Organização das Nações Unidas, ou simplesmente Nações Unidas, é uma organização intergovernamental criada para promover a cooperação internacional;

Por isso, as aproximações e distanciamentos entre os conceitos de dados, informações e conhecimento não é apenas uma questão de linguagem, mas também uma relação de dependência conceitual. Isto é, um não existe senão para ser suporte ou em função do outro. Para Sharda, Delen e Turban (2019, p.70), “os dados são o nível mais fundamental de abstração de onde se pode derivar informações e, então, conhecimento”.

Imagem 09: relação entre dados, informação e conhecimento



Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) a partir de Sharda, Delen e Turban (2019)

De acordo com a imagem 09, o nível I é composto por, pelo menos, um dado. Ele é o início de qualquer ação, a menor parte, um elemento bruto que ainda não possui um significado compreensível quando lido isoladamente. Já o nível II é o da informação. Nela se encontram o dado ou seus conjuntos, que ao serem reunidos, possibilitam o surgimento da informação. Entendido como uma resultante dos níveis anteriores, o conhecimento (nível III) dialoga com vivências alheias ao objeto analisado, incluindo experiências e outros conhecimentos do receptor.

Pelas aproximações e distanciamentos entre derivadas dos seus conceitos, Simões (2006, p.36) reforça que “a sociedade dita de informação equivale mais a sociedade de dados” (p.97). Para verificar a validade dessa afirmativa, consultou-se o histórico das pesquisas realizadas pelos três termos no buscador do Google através do Google Trends⁵⁶. O período é de janeiro de 2004 a janeiro de 2021⁵⁷.

⁵⁶ Google Trends é uma ferramenta do Google que mostra o histórico e a frequência de pesquisas para qualquer termo que tenha sido procurado na internet através do Google;

⁵⁷ Esta dissertação foi apresentada em 29 de março. Neste sentido, o mês de janeiro de 2021 foi considerado o recorte com os dados mais atualizados anterior a data de defesa;

Além de representar o início dos históricos no Google Trends, no contexto dos dados o ano de 2004 apresenta dois marcos. No Brasil, inicia a navegação através da comunicação sem fio mediada pela tecnologia EDGE⁵⁸, que disponibiliza pacote de dados para o consumo individual em telefones celulares.

De acordo com a reportagem do Uol Notícias (2004), uma das primeiras operadoras a anunciar a novidade foi a TIM⁵⁹, seguida da Claro⁶⁰. Através desta tecnologia, logo ampliada para velocidades ainda mais rápidas, como as conexões 2G, 3G, 4G e, recentemente, 4.5G, o fluxo de dados também se intensificou.

O segundo marco de 2004 extrapola o contexto brasileiro. Ainda de forma tímida, surgia esta que atualmente⁶¹ é a quinta marca mais valiosa do mundo: o Facebook⁶². Detentora de outras redes sociais, segundo o relatório⁶³ divulgado pela própria empresa, em 2020 ela contabilizava mais de três bilhões de usuários com contas ativas em suas plataformas, pouco menos da metade da população mundial.

Confirmando o que Simões (2006) afirma sobre a sociedade, dita de informação, equivaler mais a uma de dados, com o apoio do Google Trends a tese foi reforçada. Na imagem 10 é possível observar os resultados que comparam, no mesmo gráfico, o volume das buscas realizadas para os termos “dados”, “informação” e “conhecimento” para pesquisas realizadas em toda web e somente no território brasileiro.

⁵⁸ EDGE ou *Enhanced Data Rates For GSM Evolution* (Taxas de Dados Ampliadas para a Evolução do GSM) é uma tecnologia de banda da internet, atingindo uma velocidade de até 236 Kbps;

⁵⁹ A TIM é uma empresa de telefonia que opera com sede no Brasil e é subsidiária da Telecom Italia;

⁶⁰ A Claro é uma concessionária de telefonia móvel, telefonia fixa, banda larga e TV por assinatura que tem operações regulamentadas no Brasil e em outros países;

⁶¹ Dados referentes ao período de 2020, divulgados pela portal da Revista Forbes;

⁶² Facebook uma empresa americana de conglomerado de mídia social;

⁶³ Facebook Reports 2020 Results (Facebook informa resultados do primeiro trimestre de 2020);

Imagem 10: interesse de buscas dos termos - 2004 a 2021⁶⁴

Fonte: Google Trends (2021)⁶⁵

A partir da imagem 10 é possível observar que o termo “dados” situa-se em vantagem se comparado a “informação” e “conhecimento”. Além da variação observada, a distribuição temporal das pesquisas também destaca um volume mais alto nas buscas para o termo “dados” entre os anos de 2004 e 2005, além de um segundo pico, em 2019. Considerando hipóteses que possam ter contribuído com esses resultados, não se deixa de observar a tecnologia EDGE, que ativada pela publicidade dos novos “pacotes de dados”, e somado ao início das operações do Facebook, possivelmente representem características ampliadoras da “sociedade de dados”.

Através do Google Trends outros dados também foram obtidos. Na imagem 11 pode-se visualizar o resultado das cinco principais consultas relacionadas ao termo “dados”.

Imagem 11: principais consultas ao termo “dados” - 2004 a 2021



Fonte: Google Trends (2021)⁶⁶

⁶⁴ O termo “observação” que aparece na imagem sinaliza que, naquele ponto, foi realizada uma alteração na forma como se registravam os dados na ferramenta;

⁶⁵ Disponível em: <https://bityli.com/UIMig> Acesso em: 10 jan 2021;

⁶⁶ Disponível em: <https://bityli.com/UIMig>. Acesso em: 10 jan 2021;

Entre as consultas relacionadas ao termo “dados”, destaca-se a necessidade de entendimento sobre “o que são dados”, além de buscas sobre “dados móveis”, que corrobora com o avanço da comunicação sem fio no Brasil. Na sequência, as pesquisas direcionam-se às operações com dados através de pesquisas mais técnicas relacionadas a termos de usos técnicos, como “banco de dados” e “base de dados”.

Acerca do questionamento sobre “o que são dados”, Morozov (2018) entende que “nada mais são do que uma representação da vida social - mas cristalizada em kilobytes”. Ele ainda argumenta que se trata de “um resíduo digital das inúmeras redes e relações sociais, econômicas e culturais que se entrecruzam em nossas vidas”. Esta visão humanizada, isto é, que sugere que os dados são representações sociais e resultado de relações humanas também pode ser encontrada em Provost e Fawcett (2016). Para eles,

Os dados [...] são o produto de algum processo que envolveu decisões humanas. Não devemos ser vítimas do pensamento de que os dados representam a verdade objetiva. Os dados incorporam crenças, propósitos, preconceitos e pragmatismo daqueles que projetaram. (p.341)

Mesmo que tratem da vida, os dados não são a realidade, mas uma extrapolação dela. De acordo com Monteiro e Azarite (2012, p.98), eles retratam “a forma mais bruta de fazer alguma observação: é um símbolo que representa a realidade - por exemplo, uma marca foi citada 427 vezes essa semana. É um dado bruto que tem como única função descrever um fato”.

Considerando a natureza descritiva dos dados, para que sejam lidos, eles precisam estar codificados. Por isto, Sharda, Delen e Turban (2019) os definem de forma anterior à visão humana, aplicando a perspectiva estrutural.

Números, letras, palavras, imagens, gravações de voz e assim por diante, na forma de medidas de um conjunto de variáveis - características do assunto ou evento que estamos interessados em estudar. (Sharda, Delen e Turban, 2019, p.70)

Tanto a visão humanizada quanto estrutural são aceitas, já que os dados podem estar em diferentes suportes e utilizados para inúmeros fins.

Complexificando a questão, eles ainda podem ser reorganizados e, inclusive, ampliados a partir do suporte computacional. Logo, os próprios dados têm o potencial de gerar outros.

Muitas decisões envolvem computações complexas. Os dados para isso podem ser armazenados em diferentes bases de dados em qualquer lugar da organização, ou mesmo fora dela [...] os sistemas atuais são capazes de pesquisar, armazenar e transmitir os dados necessários de forma ágil, econômica, segura e transparente. (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.10)

Desde o ENIAC que o computador, através do código binário, realiza o processamento dos dados, automatizando muitas das ações até então manuais. De acordo com Martino Sá (2014, p.24),

Computadores poderiam ser considerados um ramo do mesmo tronco que gerou as máquinas de calcular: trata-se de sistemas nos quais um processador, manual ou digital, recebe inputs vindos do exterior, como apertar uma tecla ou deslizar o dedo sobre uma tela, calcula os bits referentes e envia um sinal com o resultado, o output. Máquinas de calcular extremamente rápidas, capazes de lidar com unidades mínimas de informação para decidir o que fazer com elas. [...] A possibilidade de compartilhar dados na forma de dígitos combinada com a integração de processadores em redes de alta velocidade estabeleceu as condições, ao longo do século XX, para o desenvolvimento de uma teia de conexões descentralizadas que veio a se tornar a internet.

Costa (2006) reforça, entretanto, que o processamento de dados nem sempre foi mediatizado. A autora resgata instrumentos utilizados por profissionais de Relações Públicas na década de 1950, que também processavam dados, mas sem o suporte computadorizado ou da internet.

Os instrumentos técnicos de Relações Públicas utilizados durante a época de seu surgimento no Brasil até o início da década de 1950 eram comunicados, comunicação escrita (correspondência), mala direta, quadro de aviso, cartazes, diversas publicações das empresas, fotografias, reuniões e os meios audiovisuais, dentre eles o auto-falante, cinema e o rádio.

Mesmo que exista o apoio dos sistemas computadorizados por onde os dados retroalimentam-se, e que atualmente haja uma inclinação para uma experiência de vida mais conectada, torna-se um equívoco observá-los apenas pela

dimensão digital. Boarini (2018, p.308) relembra que “coletar dados e cruzar informações não é uma prática nova ou resultante do desenvolvimento da tecnologia digital”. A autora explica que, na sociedade contemporânea, ainda se convive com muitos - senão todos - aqueles instrumentos apontados por Costa (2006), todos anteriores e complementares de alguma forma ao computador e a internet.

Na década de 2020, é comum as pessoas portarem documentos, registrarem informações, adquirirem livros impressos, realizarem anotações em folhas de papel, e gerarem dados, ditos, offline. Se comparadas as duas naturezas de geração dos dados, online ou offline, a vantagem das possibilidades de utilização dos registros pertencentes a dimensão digital é bastante ampla. Empoli (2019), por exemplo, aponta que “os dados podem obter respostas em tempo real”, algo que através de tecnologias analógicas e da quantidade de variáveis a serem consideradas, pode não ocorrer.

Para que a instantaneidade, enquanto característica das ambiências digitais, possa acontecer “é preciso ser capaz de fazer três coisas: conduzir experiências, recolher dados e analisá-los” (EMPOLI, 2019). A condução da experiência equivale às relações humanas como ponto de partida para geração dos dados, que são recolhidos e, então, passam à etapa de análise. Nela, os dados evoluem ao nível de informação.

Ingressando no espaço conceitual da informação, através do Google Trends, também verificou-se as principais buscas relacionadas ao termo “informação”. Assim como constatado com os dados, o questionamento sobre “o que é” permanece entre um dos cinco assuntos com consultas mais recorrentes. Os resultados podem ser observados na imagem 12.

Imagem 12: principais consultas ao termo “informação” - 2004 a 2021



Fonte: Google Trends (2021)⁶⁷

Além da curiosidade sobre “o que é informação”, a consulta às buscas aponta que os interesses direcionam-se à área profissional e acadêmica, através da “tecnologia da informação” e dos “sistemas de informação”. Com isso, pode-se observar que a informação transita no campo da transdisciplinaridade, que “ao propor a religação dos saberes compartimentados, oferece uma perspectiva de superação do processo de atomização” (SANTOS, 2008, p.71), uma vez que envolve diferentes saberes.

A transdisciplinaridade pode ser uma das causas para o equívoco na interpretação e a pluralidade de definições. Martino Sá (2014, p.24) destaca que, “embora no uso cotidiano essa palavra [informação] seja usada às vezes como sinônimo de “comunicação” ou mesmo de “conhecimento” [...] ela tem um significado específico”. De acordo com Simões (2006, p.34), “se estimam mais de quatrocentas definições de informação” e, possivelmente, esta relação tenha sido ampliada.

Alguma coisa chamada informação é agora um conceito descritivo básico não somente na teoria da comunicação, cibernética e ciência da computação, mas também em algumas das mais importantes áreas da física, química, biologia e psicologia, particularmente psicobiologia e neurologia. É encontrada em distúrbios do campo eletromagnético, ondas de sons, excitações atômicas e em outros fenômenos físicos; na estrutura e função das moléculas químicas nas atividades sensoriais, display comportamental, animais, nas atividades dos neurônios, no sistema

⁶⁷ Disponível em: <https://bityli.com/UIMig>. Acesso em: 10 jan 2021;

nervoso e no cérebro e no complexo inteiro de processos psicológicos ou mentais, de maneira que tais funções cognitivas, incluindo percepção, conhecimento, pensamento, aprendizagem e memória, assim como emoção, volição, consciência e o inteiro fenômeno da mente - são todos agora, geralmente caracterizados pelos cientistas como atividades do processamento da informação. (YOUNG, 1987, p.17)

Diante de uma riqueza conceitual e que envolve diferentes áreas científicas, nesta dissertação se assume a informação pela ótica de Relações Públicas, delimitada pela perspectiva de Simões (2006). Para ele, ela “é mais do que a simples soma dos dados” (p.42), empregando significado àquilo que, sozinho, um dado pode não conseguir representar.

Na definição de Monteiro e Azarite (2012, p.98), a informação é definida de forma mais coloquial. Os autores observam que a informação se refere a:

Um amontoado de dados que consegue passar algum significado - é mais que um recorte de realidade, é a análise de vários fatos [...] Por exemplo, é dizer que uma marca tinha 427 menções na semana passada (dado I) e que essa semana o valor se alterou para 896 (dado II), em decorrência da campanha promocional que foi feita (dado III).

Afirmar que uma marca “teve 427 menções na semana passada” ou que “essa semana o valor se alterou para 896” não constata uma certeza além dos fatos em si. Não é possível concluir se isto é bom ou ruim, se é um parâmetro favorável ou quais foram os motivos para este resultado. Porém, quando associado a outros dados, a afirmativa das 427 ou 896 menções encontra um potencial de reduzir incertezas e indicar caminhos possíveis para a compreensão de uma informação.

Simões (2006, p.25) alerta que, “se os dados não forem corretos, não existe informação; e, se forem intencionalmente errados, ocorre a desinformação”. Já Knafllic (2019) e outros autores afirmam que, “quanto mais informações temos de lidar, mais difícil é filtrar o que é mais importante” (KNAFLIC, 2019). A questão é que, intencionalmente, a desinformação tem sido marcada pelo compartilhamento de notícias falsas, popularmente conhecidas como *fake news*, e encontram terreno no cenário político-eleitoral.

Os defeitos e vícios dos líderes populistas se transformam, aos olhos dos eleitores, em qualidades. Sua inexperiência é a prova de que eles não pertencem ao círculo corrompido das elites. E sua incompetência é vista como garantia de autenticidade. As tensões que eles produzem em nível internacional ilustram sua independência, e as fake news que balizam sua propaganda são a marca de sua liberdade de espírito. No mundo de Donald Trump, de Boris Johnson e de Jair Bolsonaro, cada novo dia nasce com uma gafe, uma polêmica, a eclosão de um escândalo. Mal se está comentando um evento, e esse já é eclipsado por um outro, numa espiral infinita que catalisa a atenção e satura a cena midiática. Por trás do aparente absurdo das fake news e das teorias da conspiração, oculta-se uma lógica bastante sólida. Do ponto de vista dos líderes populistas, as verdades alternativas não são um simples instrumento de propaganda. Contrariamente às informações verdadeiras, elas constituem um formidável vetor de coesão. Por vários ângulos, o absurdo é uma ferramenta organizacional mais eficaz que a verdade [...] qualquer um pode crer na verdade, enquanto acreditar no absurdo é uma real demonstração de lealdade – e que possui um uniforme e um exército. (EMPOLI, 2019)

Não se trata de uma batalha, mas “vencer” a desinformação é uma condição que somente um nível além da própria informação seria capaz de atingir. Trata-se do conhecimento. “Quando há conhecimento, não há informação, pois não há dúvidas, não há incertezas; logo, não há perguntas” (SIMÕES, 2006, p.47).

O conhecimento é o terceiro nível e a conclusão do fluxo iniciado nos dados, e transcorrido o espaço da informação e/ou da desinformação. Lasta (2015, p.69) reforça a visão de processo, à medida que entende que “o significado da informação está associado aos dados que agregam valor por meio de sua interpretação, isto é, tornam-se informação e esta, por sua vez, pode ser transformada em conhecimento (compreensão da informação)”.

Para Simões (2006, p.47), o conhecimento é “resultante da acumulação das informações obtidas pelas vivências, pelo conhecimento do senso comum e por métodos ou técnicas de pesquisa”. Já Monteiro e Azarite (2012, p.98) o definem a partir de um filtro de intencionalidade.

No conhecimento se aplica um filtro de intencionalidade sobre a informação. [...] Exemplo: a informação de que houve um aumento no número de citações da marca em decorrência da campanha promocional mostra para o gerente de marketing que 50% eram menções positivas, das quais 60% indicava compra.

Essa mesma intencionalidade de que Monteiro e Azarite (2012) se referem é o que torna algo passível de afirmação. No mesmo exemplo adotado anteriormente

pelos autores, das 427 menções que uma marca hipotética havia recebido, nada além disso podia ser concluído. Já com a intencionalidade do olhar sobre a informação, o que era dado e informação foi transformado em conhecimento. Dele, constatou-se: metade das menções foram positivas e, destas, 60% indicavam compra. Isto é conhecimento, pois não há dúvidas sobre a afirmativa.

Outro olhar sobre a temática é atribuído por Coelho (2019, p.14). Para o autor, "não é possível produzir conhecimento sem que haja convívio [...] o conhecimento faz parte das relações culturais, sociais, morais, econômicas, religiosas, históricas [...] logo, do cotidiano, da rotina humana".

Assim como para os termos "dados" e "informação", através do Google Trends foram verificadas as principais consultas relacionadas ao "conhecimento". Os resultados são exibidos na imagem 13.

Imagem 13: principais consultas ao termo conhecimento - 2004 a 2021



Fonte: Google Trends (2021)⁶⁸

É unânime a busca por compreender "o que" dos termos dados, informação e conhecimento. Em especial para o conhecimento, há ainda mais pesquisas, uma vez que a segunda e terceira posições registram esta pergunta. Com esses resultados, pode-se observar uma aparente preocupação em "estar atualizado" ao que ocorre na sociedade a partir do "o que". Coelho (2019, p.15) admite que o conhecimento tem muito a ver com projetos futuros.

⁶⁸ Disponível em: <https://bityli.com/UIMig> Acesso em: 10 jan 2021;

A organização do conhecimento procura delimitar um universo, unificar conceitos e discursos sobre determinado objeto, visa o mínimo de completude muitas vezes relacionada a projetos futuros: novas necessidades, novas estruturas, novos caminhos. Toda organização do conhecimento carrega consigo a pretensão de reproduzir minimamente um todo, ainda que seja necessário o abandono de muitas partes.

São as novas necessidades, novas estruturas e novos caminhos apontados por Coelho (2019) que fazem com que “os tradicionais tipos de conhecimento, como o filosófico e o religioso, interligados, formem o conhecimento humano” (SIMÕES, 2006, p.47), necessários para o convívio social e o desenvolvimento eficiente da atividade de Relações Públicas. Com o conhecimento, o fluxo iniciado com os dados é concluído.

Desta maneira, se a análise de dados visa a geração de conhecimento, e ele aponta a novos caminhos, numa sociedade que são aceitos enquanto divindades, é necessário buscar alternativas que otimizem as operações que deles resultam. Simões (2006, p.25) afirma que o “êxito organizacional depende das informações, e essas, por sua vez, dependem da análise dos dados”. Por isso, na subseção 3.3 se discute o advento dos dashboards como uma das possibilidades para a visualização de dados em apoio às decisões organizacionais.

3.3 Visualização e análise de dados através de dashboards

Embora a visualização de dados não seja novidade, tem-se observado uma explosão em sua popularidade. Se um dado é também um documento, logo a visualização e a análise de dados é antes de mais nada a análise de documentos. Coelho (2019, p.59) afirma que “analisar um documento e sintetizá-lo é uma prática encontrada ainda na Antiguidade, e tais vestígios podem ser percebidos em hieróglifos que datam de 3.000 a. C.”. No intervalo entre os vestígios nos hieróglifos e a sociedade contemporânea, há um espaço de pelo menos cinco milênios de anos, que registram uma vasta memória de ocorrências documentais.

Os predecessores da visualização de dados remontam ao séc. II, d.C. Porém, a maior parte dos desenvolvimentos ocorreram nos últimos dois séculos e meio, sobretudo durante os 30 anos. Embora até recentemente a visualização não fosse amplamente reconhecida como uma disciplina em si, as formas visuais mais populares nos dias de hoje têm suas origens

alguns séculos atrás. Já desde o séc. XVII, a exploração geográfica, a matemática e a popularização da história acarretaram na criação dos primeiros mapas, gráficos e linhas temporais. (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.117)

Se observados através de suas características, antes de receberem as classificações enquanto mapas, gráficos e linhas temporais, estes recursos são também e, inclusive, documentos. Provost e Fawcett (2016, p.253) afirmam que “um documento pode ser uma única frase ou um relatório de 100 páginas, ou qualquer coisa entre eles, como um comentário no Youtube ou uma postagem em um blog”. Nesta dissertação, observa-se este paralelismo entre os documentos e os dados a partir da década de 1970, ou como pontuam Sharda, Delen e Turban (2019), nos “últimos 30 anos”.

Durante os primórdios da análise de dados, os dados costumavam provir de especialistas de cada área usando processos manuais (como entrevistas e enquetes) para construir modelos matemáticos ou baseados em conhecimento para solucionar problemas mais restritos de otimização. [...] No fim dos anos 70 e início dos 80, uma nova e empolgante linha de modelos surgiu: sistemas especialistas baseados em regras. Tais sistemas prometiam capturar o conhecimento de especialistas num formato que os computadores podiam processar. (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.12)

Um destes modelos “empolgantes” surge em 1978. Trata-se das planilhas eletrônicas, que representam um marco significativo para a visualização dos dados.

Em 1978, Dan Bricklin, aluno da escola de administração da Universidade de Harvard (EUA), percebeu, em uma aula de controladoria, que seu professor gastava muito tempo fazendo cálculos na lousa. Para dar continuidade na aula do dia seguinte, levava-se um tempo muito grande para descrever tudo novamente [...] Dan, com seu colega Bob Frankston, elaborou um programa, o qual simulava o quadro-negro do professor. Nascia assim a primeira planilha eletrônica. (CHAMON, 2013, p.13)

Relevantes não somente por automatizar processos a partir de regras, otimizando o tempo utilizado nas atividades, mas talvez a principal contribuição esteja na inauguração de uma época de interação documental. Assim, as planilhas eletrônicas permitiram que diferentes dados fossem acessados e interseccionados em escala, dando evidência à “triangulação ou cruzamento de perspectivas e abordagens, no qual o pesquisador utiliza diversas técnicas de coleta de dados,

diversas fontes de informações, mais de um observador e diversos documentos de análise” (SHARDA; DELEN, TURBAN, 2019, p.83).

Se na década de 80, estudantes identificaram a necessidade de um processo automatizado para otimização do tempo, resultando no desenvolvimento de uma ferramenta que atendesse a demanda da época, a tendência da automação na realização de determinadas tarefas apenas se ampliou com o tempo. Santos (2016, p.5) reforça que a “busca do ser humano para executar suas tarefas de forma mais produtiva e eficiente fez com que desenvolvesse, por meio de seu conhecimento, métodos e ferramentas novas”.

Com a chegada do computador aos ambientes organizacionais, a comercialização da internet e outras tecnologias relacionadas à informação e à comunicação, métodos e ferramentas foram desenvolvidos. “Devido ao mercado competitivo globalizado, os tomadores de decisões precisavam de informações atualizadas em um formato bastante digerido” (SHARDA, DELEN, TURBAN, 2019, p.13) que fosse suficiente para “atacarem problemas empresariais e tirem proveito das oportunidades do mercado com agilidade” (ibid, p.13).

Por isso, como em 1978 a planilha eletrônica é desenvolvida por dois alunos para facilitar o aprendizado na universidade, em 1985 ela tem seu foco ampliado, incluindo o contexto mercadológico das organizações. Se por um lado trata-se da época dos modelos de planejamento de recursos empresariais conhecidos como ERP (*enterprise resource planning*)⁶⁹, seguramente é o ano do lançamento de uma das ferramentas mais conhecidas no universo acadêmico e corporativo: o Excel⁷⁰.

A primeira versão do Excel foi lançada para Mac em 1985 e a versão para Windows teve o seu lançamento em 1987, com o nome de Microsoft Excel 2.0. Em pouco tempo a Microsoft liderou o mercado das planilhas eletrônicas e em 1990 lançou a versão 3.0. O grande diferencial em relação aos outros programas de sua categoria é a flexibilidade apresentada pela formatação gráfica dos dados. (CHAMON, 2013, p.15).

⁶⁹ “Com o ERP, todos os dados de cada canto da empresa são coletados e integrados segundo uma estrutura consistente, fazendo com que cada parte da organização tenha acesso à única versão da verdade quando e onde for necessária” (SHARDA, DELEN, TURBAN, 2019, p.13);

⁷⁰ O Microsoft Excel é um editor de planilhas produzido pela Microsoft para computadores que utilizam o sistema operacional Microsoft Windows, além de computadores Macintosh da Apple Inc. e dispositivos móveis como o Windows Phone, Android ou o iOS;

Com esta visão comercial da Microsoft, atualmente uma das mais importantes desenvolvedoras de tecnologia e a terceira⁷¹ marca mais valiosa do mundo, as planilhas eletrônicas passaram a ser integradas às rotinas pessoais e profissionais, proporcionando o suporte necessário ao desenvolvimento de inúmeras atividades. A partir de registros simples até tabulações mais complexas, desde seu surgimento as planilhas são recursos utilizados para a visualização de dados.

À medida que as planilhas passaram a favorecer a produtividade, “na década de 1990, a exigência de relatórios mais versáteis levou ao desenvolvimento dos sistemas de informação executivos” (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.13). Tais sistemas foram projetados como:

Painéis gráficos e planilhas de resultados, para que pudessem ser visualmente atraentes e ao mesmo tempo se concentrassem nos indicadores básicos de desempenho a serem monitorados pelos tomadores de decisões. [...] Até mesmo consumidores estão usando ferramentas de análise de dados, quer direta ou indiretamente, para tomarem decisões envolvendo atividades rotineiras como fazer compras, cuidados de saúde, turismo e entretenimento. (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.13)

Os painéis gráficos, as planilhas de resultados ou outras ferramentas de análises de dados, também passaram a receber outras nomenclaturas, passando a serem reconhecidas como um senso comum de relatórios, por vezes negando a sua tipologia. Para Simões (1995), os relatórios são documentos que tratam de dados e informações e considerados instrumentos de Relações Públicas.

A organização, ao comunicar suas decisões a seus públicos, através de sua atuação e de seu discurso, e ao escutá-los, utiliza inúmeros instrumentos ou meios de comunicação que buscam e levam mensagens, contendo ou não informação. Compreendem-se como instrumentos ou técnicas de Relações Públicas todos os recursos utilizados administrativamente [...] sendo outra fonte de informação os relatórios das mais diversas áreas da organização. (SIMÕES, 1995, p.159)

Assim, Simões (1995) atribui que a função de um relatório seja conduzir mensagens, seja interna ou externamente, transformando-se em fonte de informação para ações estratégicas, sejam quais forem as áreas que estejam utilizando. Ao ressignificar os relatórios, as novas tecnologias digitais têm

⁷¹ Dados referentes ao período de 2020, divulgados pela portal da Revista Forbes;

proporcionado uma quebra de paradigmas, com “etiquetas de identificação de radiofrequência, medidores de energia digital, aparelhos domésticos inteligentes, equipamentos portáteis de monitoramento da saúde” (SHARDA, DELEN, TURBAN, 2019, p.14) que registram dados e, de alguma forma, precisam materializá-los para serem transformados em informação e conhecimento.

Esta arquitetura tem levado diferentes empresas a assumirem os relatórios como ponto de apoio, já que a “ampla disponibilidade de dados levou ao aumento do interesse em métodos para extrair informações e conhecimento a partir de dados” (PROVOST; FAWCETT, 2016, p.1). Nesta mesma direção, Sharda, Delen e Turban (2019, p.113) pontuam que “tem havido um crescimento no uso de poder computacional para produzir relatórios que agregam em um mesmo lugar visões diferentes sobre a organização”.

Seja método, ferramenta, software, sistema ou outro termo, o uso do poder computacional tem aumentado a quantidade de relatórios do tipo dashboards, que “convertem dados em informações/conhecimento [...] em um formato facilmente compreensível” (SHARDA, DELEN, TURBAN, 2019, p.62). Este fenômeno se amplia não somente pelo volume de dados, mas segundo Rogers, Sharp e Preece (2013, p.293) pelo fato de que “a maioria das pessoas concorda que usar uma ferramenta de software de algum tipo é mais rápido, fácil e preciso”. Provost e Fawcett (2016, p.1) corroboram, afirmando que

No passado, as empresas podiam contratar equipes de estatísticos, modeladores e analistas para explorar manualmente os conjuntos de dados, mas seu volume e variedade superaram muito a capacidade da análise manual.

Na definição de Chamon (2013, p.14), o dashboard é “um armazenador de várias formas de demonstrar relatórios, tabelas ou indicadores”. Já Sharda, Delen e Turban (2019) os compreendem enquanto exibições visuais que ajudam os clientes.

Os dashboards ajudam os clientes a obterem uma clara compreensão dos dados por meio de suas exibições visuais que incorporam capacidades de aprofundamento. Isso substitui apresentações superficiais e possibilita uma revisão detalhada dos dados com menos esforço e em menos tempo [...] Os dashboards oferecem exibições visuais de informações consolidadas numa única tela, para que possam ser digeridas num simples relance e facilmente exploradas. (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.18)

Uma das características herdadas ainda das planilhas eletrônicas é o compartilhamento e a possibilidade, como destacada por Sharda et al (2019), de ter informações facilmente exploradas numa única tela. Isto ocorre pois, a lógica de desenvolvimento dos dashboards é orientada pela descentralização, “construído a partir de um software livre, de acesso universal através da Internet, e que permite a manipulação de dados” (CECHETTI, 2009, p.17).

Neste sentido, Simões (1995) entende que a partir de um relatório é possível “contornar-se o sério problema da setorização das informações que impede a compreensão do significado desses dados parciais, frente aos objetivos maiores da organização” (SIMÕES, 1995, p.184). Através do argumento do autor, viabiliza-se a aproximação dos relatórios com o modelo de rede distribuída (Baran, 1954).

[os dashboard] geralmente oferecem facilidades para associar rótulos (categorias, temas e assim por diante) com seções de dados, pesquisar dados por palavras ou frases, investigar a relação entre diferentes temas ou categorias e ajudar a desenvolver o esquema de codificação mais profundamente; alguns pacotes também podem gerar representações gráficas. (ROGERS; SHARP, PREECE, 2013, p.293)

As representações gráficas são, possivelmente, um dos motivos que mais contribuíram para a expansão dos dashboards computadorizados. Assim como a cultura humana é visual e vem evoluindo através da materialização do jornal, do cinema, da televisão e da internet, os dashboards trazem consigo elementos destas mesmas naturezas, através de suas interfaces multimídia.

Multimídia, como o nome indica, combina diferentes meios de comunicação dentro de uma única interface, como gráficos, texto, vídeo, som e animações e os conecta por várias formas de interatividade. [...] Os usuários podem clicar em pontos de acesso (hotspots) ou ligações (links) em uma imagem ou texto que aparecem em uma tela, o que os leva para outra parte do programa, em que, digamos, uma animação ou um clip de vídeo é reproduzido, e de lá os usuários podem voltar para onde estavam anteriormente ou ir para outro lugar. (ROGERS; SHARP, PREECE, 2013, p.173)

Para Knaflig (2019) “a visualização de dados — e a comunicação com dados em geral — situa-se na intersecção entre a ciência e a arte” já que “você não vai mais apenas mostrar dados. Em vez disso, vai contar uma história com dados.”

(ibid). Por isto, a utilização das interfaces multimídia leva em consideração, ao menos, três fatores: o que é esperado que seja compreendido - e quem fará esta leitura, qual estado se encontram os dados e qual deve ser a melhor maneira de interseccionar a ciência e a arte, para que esta história seja contada.

Quando se trata da forma e da função de nossas visualizações de dados, primeiramente devemos pensar sobre o que queremos que nosso público consiga fazer com os dados (função) e criar uma visualização (forma) que permita fazer isso com facilidade. (KNAFLIC, 2019)

Contar histórias pode ser um desafio, já que envolve enredo, personagens, argumentação, início, meio e fim do que se pretende falar. Agora, contar histórias a partir de dados, nem sempre organizados e qualitativos, é um desafio ainda mais expressivo. Simões (1995) e Rhoden (2013) entendem que não é a ferramenta quem conta a história, mas sim o profissional que está lidando com os dados. Para eles, “o instrumento, em si, é isento de propriedade setorial [...] ao profissional cabe a atenção ao mesmo, verificando se não está desfuncionalizado” (SIMÕES, 1995, p.160) e “embora existam mais ferramentas disponíveis, o trabalho humano continua sendo fundamental para gerenciar o processo” (RHODEN, 2013, p.43).

Knafllic (2019) também concorda, afirmando que “há uma história em seus dados, mas suas ferramentas não sabem qual é essa história. É aí que você entra — o analista ou comunicador da informação — para dar vida à história, visualmente e contextualmente”. Por isso, o primeiro movimento é a definição do resultado esperado da visualização.

Para qualquer projeto de análise de dados, é sempre importante entender o domínio a ser estudado e o estado atual de seus problemas por meio de uma análise extensiva do único recurso: dados históricos. Muitas vezes, visualizações representam uma ótima ferramenta para obter insights iniciais a partir dos dados, que pode ser refinado ainda mais pelas opiniões de especialistas, identificando a importância relativa dos dados relacionados ao problema. As visualizações também ajudam a gerar ideias a respeito de problemas obscuros. (SHARDA, DELEN, TURBAN, 2019, p.28)

Os dados históricos são a base para se comparar qualquer realidade. Através deles podem ser observados como eram e como estão determinados processos, resultados ou índices. Cechetti (2009, p.80) destaca que “a riqueza apresentada na

análise do dashboard é capaz de alertar para deficiências pontuais que não são percebidas em outros métodos” ou, a depender do volume de dados, caso não seja utilizado um dashboard, a análise pode ser mais complexa.

Por isso, para apoiar a classificação do que é esperado da visualização dos dados, Sharda, Delen e Turban (2019, p.24) apresentam “três níveis que representam etapas de certa forma independentes e que um tipo de aplicação de análise de dados leva a outro”. Os autores reúnem as análises descritiva, preditiva e prescrita, consideradas como possibilidades para a observação dos dados.

Quando uma organização tem uma boa noção do que está acontecendo e do que deve vir a acontecer, ela também pode empregar outras técnicas para tomar melhores decisões dependendo das circunstâncias. (SHARDA; DELEN; TURBAN 2019, p.24)

Com a prerrogativa de que, somadas às análises descritiva, preditiva e prescrita, possa ocorrer o emprego de outras técnicas que apoiem a tomada de decisões, a teoria de Simões (2006) é interseccionada. Na visão do autor (2006), há um papel estratégico “em qualquer situação em que existirem dois ou mais elementos em interação com processo decisório envolvido, na busca da organização dessa interação” (SIMÕES, 2006, p.80).

Assim, como os três tipos de análises de dados figuram no campo da estratégia organizacional e Relações Públicas atua na mesma perspectiva, no quadro 10 pode-se observar articulações com os modelos descritivo, preditivo e prescritivo. Da teoria de Simões (2006), o que se destaca são três das funções⁷² estabelecidas pelo teórico, que organizam a forma como a atividade é realizada, isto é, como se dá a interação nas organizações e o apoio à tomada de decisão.

No campo perguntas/incertezas, são apresentados os tópicos centrais que cada tipo de análise trata. Em outras palavras, é a delimitação da análise de dados. Já os facilitadores são os instrumentos e técnicas utilizadas para responder às perguntas anteriores. Enquanto que, por fim, apontam-se quais resultados podem

⁷² A conceituação sobre as funções de Relações Públicas será ampliada no capítulo quatro e refere-se a sua definição operacional, observando as ações de pesquisar, prognosticar, planejar, assessorar, executar, avaliar e controlar. “Esses verbos indicam que essa atividade refere-se à gestão de algum processo constante nas organizações” (SIMÕES, 2006, p.79);

ser esperados a partir da visualização e interpretação dos dados em cada um dos três tipos, além da função de RRPP mais aproximada.

Quadro 10 : tipos de análises de dados

	Descritiva	Preditiva	Prescritiva
Perguntas/ incertezas:	O que aconteceu? O que está acontecendo? Quais os problemas? Quais os conflitos e crises?	O que acontecerá? Por que acontecerá? O que poderá ocorrer em curto e médio prazos?	O que devo fazer? Por que devo fazer? Que políticas e normas sugerir? Qual a ação?
Facilitadores:	- Relatórios empresariais; - Dashboards; - Scorecards; - Data Warehouse;	- Mineração de dados; - Mineração de texto; - Mineração da Web/redes sociais; - Geração de previsões; - Dashboards;	- Otimização; - Simulação; - Modelos de decisão; - Sistemas especialistas; - Dashboards;
Resultados:	Problemas e oportunidades organizacionais bem definidos	Projeções precisas de eventos futuros e resultados finais	As melhores decisões e ações empresariais possíveis
As funções de RRPP	Diagnosticar a dinâmica do sistema	Prognosticar o futuro do sistema	Assessorar os líderes

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base em Sharda, Delen e Turban (2019, p.24) e em Simões (2006, p.81)

A análise descritiva trata de analisar os dados das situações que estejam acontecendo agora, no tempo presente. Suas perguntas ou incertezas apontam para ações já ocorridas ou em andamento. Como facilitadores, o destaque está nos relatórios empresariais e nos dashboards, mas também podem ser utilizados os Scorecards⁷³ e Data Warehouse⁷⁴. Quando aproximada das funções de Relações Públicas definidas por Simões (2006), esta categoria pode ser útil às estratégias de diagnóstico, resultando na visualização de problemas e oportunidades organizacionais bem definidas.

⁷³ “Scorecards referem-se a *balanced scorecard* (BSC) que são sistemas de medição de desempenho, descrevendo um processo detalhado para atrelar objetivos estratégicos a táticas e iniciativas operacionais” (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.210);

⁷⁴ “Data warehouse (armazém de dados) é uma coleção de dados produzidos para embasar a tomada de decisões; trata-se também de um repositório de dados históricos e correntes de potencial interesse para gestores de toda a organização” (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.154);

A análise prescritiva cumpre a função de assessorar os líderes, destacando quais os caminhos a serem seguidos e as decisões mais indicadas, com base em ferramentas de simulação⁷⁵, modelos de decisão⁷⁶ e sistemas especialistas⁷⁷. Percebe-se certa proximidade entre a análise prescritiva e a preditiva, diferenciando uma da outra, pelo fato de que a preditiva trata de projeções futuras, isto é, baseadas em fenômenos já ocorridos e nas suas tendências. Já a prescritiva trata de simulações, não necessariamente, baseadas em históricos passados.

Optou-se por abordar a análise preditiva no final por ser a categoria mais aproximada do tema desta dissertação. Através dela, os relacionamentos-públicos podem atuar com estratégias de prognóstico em Relações Públicas, antevendo aspectos passíveis de acontecerem futuramente, mas baseado em realidades existentes.

A análise preditiva responde a questionamentos que são futuros, embasados cientificamente. Utiliza como facilitadores a mineração de dados⁷⁸, a mineração de texto⁷⁹, a mineração da web e redes sociais⁸⁰, a geração de previsões⁸¹ e os dashboards, que são o foco de atenção e estão presentes nos três tipos.

A análise de dados preditiva visa determinar o que é mais provável de acontecer no futuro. Essa análise se baseia em técnicas estatísticas, bem como em outras técnicas desenvolvidas mais recentemente que recaem na categoria geral de mineração de dados. A meta dessas técnicas é conseguir prever se o cliente está propenso a migrar para um concorrente, o que o cliente tende a comprar a seguir, em qual quantidade, a quais promoções o cliente reagiria, qual o risco de crédito do cliente, e assim por diante. (SHARDA, DELEN, TURBAN, 2019, p.27)

⁷⁵ “Novas ferramentas sofisticadas, incluindo ferramentas avançadas de visualização, ajudam a remover as pepitas de informações soterradas em arquivos corporativos ou em registros de arquivamento público” (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.235);

⁷⁶ “Uma empresa que consegue tirar proveitos das ferramentas e tecnologias é capaz de adquirir e manter uma certa vantagem competitiva estratégica e [...] um ambiente indispensável de aprimoramento de decisões para explorar novas oportunidades ao transformar dados em uma arma estratégica” (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.235);

⁷⁷ “São prontamente combinados com planilhas e com outras ferramentas de desenvolvimento de software. Assim, os dados podem ser analisados e empregados de forma rápida e prática” (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.235);

⁷⁸ “É um termo usado para descrever a descoberta ou a mineração de conhecimentos junto a grandes quantidades de dados” (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.235);

⁷⁹ “Processo semi automatizado de extração de padrões (informações e conhecimentos úteis) junto a quantidades de fontes de dados não estruturados” (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.298);

⁸⁰ “É a extração de informações úteis de dados, gerados por meio de visitas e transações em páginas da internet” (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.354);

⁸¹ “Por não haver um único método ou algoritmo considerado universalmente como o melhor para uma tarefa, deve-se usar uma variedade de tipos de modelos viáveis juntamente com uma estratégia bem definida de experimentação e avaliação para identificar o ‘melhor’ método para um determinado propósito” (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.249);

Provost e Fawcett (2016) ampliam a visão da predição, retomando o significado de previsão. Eles entendem que “no uso comum, previsão significa antecipar um evento futuro” (p.45) e continuam, ao afirmar que:

De forma mais geral, previsão significa estimar um valor desconhecido. Esse valor poderia ser algo no futuro (no uso comum, previsão verdadeira), mas também pode ser algo no presente ou no passado. [...] Modelos preditivos para pontuação de crédito estimam a probabilidade de um potencial cliente ser inadimplente (tornar-se uma baixa). Modelos preditivos para filtragem de spam estimam se determinado e-mail é spam. Modelos preditivos para a detecção de fraude julgam se uma conta foi defraudada. O segredo é que o modelo seja destinado para estimar um valor desconhecido. (PROVOST; FAWCETT 2016, p.45)

Apesar de serem modelos isolados, um mesmo dashboard pode representar análises descritivas, preditivas e prescritivas. Isto quer dizer que, no exemplo da pontuação de crédito, no descritivo identifica a situação passada e atual do cliente, dando condições de se projetar sua inadimplência e, prescritivamente, alertar ao credor do crédito as situações e/ou ações que podem ser tomadas.

Por isso, reafirma-se que delimitar o objetivo da análise de dados é essencial para sua realização. Cumprida esta etapa, é o momento de observar o estado dos dados. “Em sua forma original, isto é, no mundo real, os dados costumam não estar prontos para serem usados em tarefas de análise de dados. Eles costumam se apresentar sujos, mal-alinhados, excessivamente complexos e imprecisos” (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.66).

Estes aspectos de desorganização podem ocorrer para qualquer base de dados, seja quali ou quantitativa, e são denominados como dados não estruturados. Nestas situações eles precisam ser tratados. Além disso, o inverso também pode ocorrer, isto é, quando os dados estão estruturados e prontos para o uso.

Dados não estruturados/semi estruturados são compostos por qualquer combinação de conteúdos textuais, de imagens, voz ou da Web [...] os dados estruturados são aqueles utilizados por algoritmos de mineração de dados, e podem ser classificados como categóricos ou numéricos. (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.70)

Como o papel da visualização de dados é facilitar a rotina profissional, visualizar uma série de dados desorganizados pouco ou nada contribui. Já para

uma operação computadorizada, receber dados não estruturados e organizá-los é apenas mais uma etapa da programação, ou do processo de calcular.

A definição do objetivo da visualização e o estado dos dados, facilita a interpretação de quem se destina a observá-los. “Dito isso, diferentes pessoas tomarão diferentes decisões ao se depararem com o mesmo desafio de visualização de dados” (KNAFLIC, 2019).

Este desafio depende da projeção do profissional que conta a história através dos dados e do entendimento de quem são os seus leitores. O dashboard, neste contexto, contribui “exibindo todas as informações necessárias numa mesma tela, de modo claro e sem distrações, e de tal forma que possam ser assimiladas rapidamente” (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.136).

Na projeção dos dashboards, os mapas, gráficos e linhas temporais já presentes desde o século XVII, permanecem evidentes mas são ressignificados pela ótica interativa. Logo, estes recursos visuais atuam ampliando a cognição humana.

O objetivo é ampliar a cognição humana, permitindo que o usuário veja padrões, tendências e anomalias na visualização e, a partir disso, tenha uma melhor compreensão ou um insight. A maioria das visualizações interativas tem sido desenvolvida para uso dos especialistas, para que possam compreender e dar sentido às vastas quantidades de dados de domínio ou de informação dinamicamente modificadas [...] que levam muito mais tempo para serem interpretados se forem utilizadas somente informações baseadas em texto. (ROGERS; SHARP, PREECE, 2013, p.181)


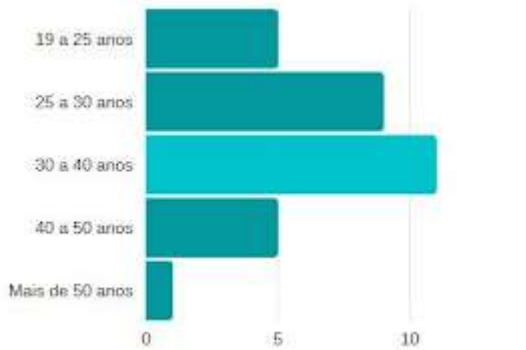
Uns mais coloridos que os outros, alguns simples, complexos ou atulhados de elementos, contudo o desafio de contar histórias através de dashboards de dados não ocorre se não houver a exposição de diferentes tipos de gráficos e diagramas. Para isso, a observação sobre os elementos a serem utilizados pondera as características dos dashboards: precisam ser fáceis e ágeis.

Qual dos diagramas ou gráficos é o melhor? A resposta é bem fácil: não existe um único diagrama ou gráfico melhor que os demais, pois se existisse, não encontraríamos tantos tipos assim por aí. Cada um deles apresenta uma certa 'habilidade' diferente de representação de dados. Por isso, a pergunta certa seria: “Qual diagrama ou gráfico é o melhor para determinada tarefa”? [...] Eles de forma alguma esgotam o assunto. Hoje, pode-se encontrar muitos outros tipos de gráficos e diagramas que

atendem a um propósito específico. Além do mais, a tendência atual é combinar/hibridizar e animar esses diagramas para produzir visualizações mais atraentes e intuitivas das fontes de dados complexas e voláteis dos dias de hoje. (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.126)

Baseado no levantamento proposto por Sharda, Delen e Turban (2019), onde os autores apresentam e conceituam os diagramas e gráficos básicos mais usados para a visualização de dados, foi desenvolvido o quadro a seguir. Nele, são demonstrados estes elementos visuais ao lado de suas definições, o que facilita no entendimento de quais situações sejam mais indicadas ao seu uso.

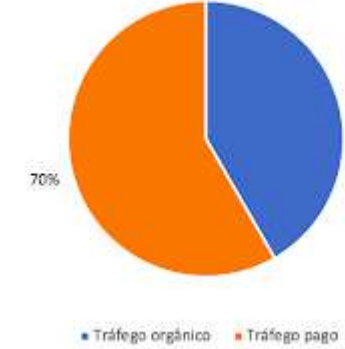
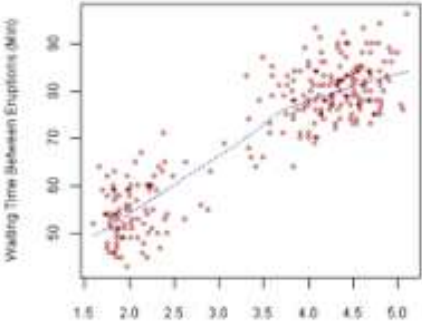
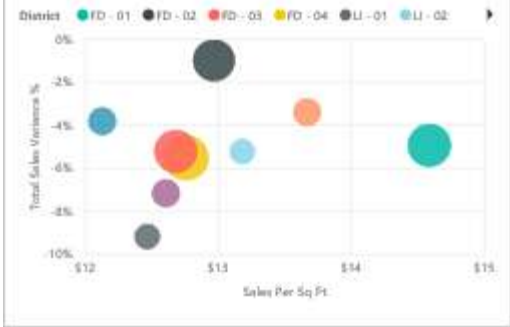
Quadro 11: tipos comuns de gráficos e diagramas

Tipo de gráfico	Forma de aplicação	Exemplificação visual
Gráfico de linhas ⁸²	<p><i>Usado para dados em série temporal e no mais das vezes para rastrear mudanças ou tendências ao longo do tempo. Costumam ser utilizados para mostrar mudanças dependentes do tempo nos valores de alguma medida.</i></p>	
Gráfico de barras ⁸³	<p><i>Eles são indicados quando existem dados nominais ou dados numéricos bem segmentados entre diferentes categorias, deixando claramente perceptíveis os resultados comparativos e tendências nos dados.</i></p>	

continua

⁸² Imagem disponível em: <https://images.app.goo.gl/wny7SKnxqW58fboTA>. Acesso em: 02 jan 2021;

⁸³ Imagem disponível em: <https://images.app.goo.gl/T5xqxTTvxEVwKhG4A>. Acesso em: 02 jan 2021;

Tipo de gráfico	Forma de aplicação	Exemplificação visual
Gráfico de pizza ⁸⁴	<i>Visualmente atraentes e, como o nome sugere, parecem-se com uma pizza vista de cima. Porém, só devem ser usados para ilustrar proporções relativas de uma medida específica. Além disso, deve-se considerar seriamente o uso de um gráfico de barras em vez de um gráfico de pizza.</i>	 <p>70% 50%</p> <p>■ Tráfego orgânico ■ Tráfego pago</p>
Gráfico de dispersão ⁸⁵	<i>Costumam ser usados para explorar a relação entre duas ou três variáveis (em visuais bi ou tridimensionais). São uma maneira eficiente de explorar a existência de tendências, concentrações e valores discrepantes.</i>	
Diagrama de bolhas ⁸⁶	<i>São muitas vezes versões avançadas de gráficos de dispersão. Ao variar o tamanho e/ou a cor dos círculos, pode-se adicionar novas dimensões de dados, oferecendo um significado mais rico a eles.</i>	

Fonte: Sharda, Delen e Turban (2019, p.122) e imagens disponíveis no Google Imagens (2021)

Diante de uma quantidade não registrada de gráficos e suas hibridizações, Sharda, Delen e Turban (2019) defendem que estes apresentados no quadro 11 são o ponto de partida, por onde torna-se possível o desenvolvimento de um dashboard

⁸⁴ Imagem disponível em: <https://images.app.goo.gl/YR744xzF4Mqm5cs5A>. Acesso em: 02 jan 2021;

⁸⁵ Imagem disponível em: <https://images.app.goo.gl/JfrW7nB6p3eJM1fp9>. Acesso em: 02 jan 2021;

⁸⁶ Imagem disponível em: <https://images.app.goo.gl/qjEVzGVQxPyNYPdi7>. Acesso em: 02 jan 2021;

de dados alinhado às características de uma sociedade contemporânea. Os autores ainda reforçam a necessidade de que os profissionais os conduzam testando-os, já que “por trás desses ícones geográficos, há uma variedade de funções matemáticas que agregam inúmeros pontos de dados, extraíndo seu nível máximo de significado”. (SHARDA; DELEN; TURBAN, 2019, p.136).

Assim, desenvolver narrativas que tenham como base os dados requer uma série de etapas e pontos de atenção, que não ocorrem automaticamente, mas dependem do conhecimento e criatividade humana. O uso de cores, gráficos, diagramas, imagens, textos, vídeos ou quaisquer outras interfaces multimídia é uma escolha condicionada, sobremaneira, às características comuns entre os dashboards.

Diferentes podem ser os elementos que ampliam as variações entre os dashboards e, com isso, registra-se um quadro síntese com as principais características compartilhadas entre eles. O quadro está baseado no entendimento de Sharda, Delen e Turban (2019, p.141).

Quadro 12 : características comuns entre os dashboards

Utilizam componentes visuais para destacar, num vislumbre, os dados e exceções que requerem ação;
São transparentes para o usuário, ou seja, exigem o mínimo de treinamento e são extremamente fáceis de usar ;
Combinam dados provenientes de uma variedade de sistemas em uma mesma visão resumida e unificada de negócios ;
Possibilitam a navegação aprofundada ou lateral entre fontes de dados e relatórios subjacentes , fornecendo mais detalhes quanto às bases comparativas e o contexto avaliativo;
Apresentam uma visão dinâmica do mundo real , com renovação ágil de dados, permitindo que o usuário final permaneça atualizado sobre mudanças recentes nos negócios ;
Exigem pouca ou nenhuma codificação customizada para serem implementados, utilizados e mantidos.

Fonte: Sharda, Delen e Turban (2019, p.141)

O quadro 12 resgata seis aspectos, já abordados no decorrer do capítulo, que podem ser utilizados analogamente a função de um checklist, isto é, a

verificação de itens. Sharda, Delen e Turban (2019) reforçam a utilização de componentes visuais, a facilidade de manuseio, pouca ou nenhuma codificação, a possibilidade de visões resumidas e, ao mesmo tempo, aprofundadas numa única tela, além da perspectiva dinâmica de visualizar o mundo, promovida pela agilidade com que os dados podem ser enxergados.

Observado o contexto em que ocorrem os processos envolvendo dados, além de definições conceituais que permitem a diferenciação entre dado, informação e conhecimento, no próximo capítulo se discute o processo e a atividade de Relações Públicas. A perspectiva que conecta este com o próximo capítulos são os dados e os dashboards, e como as visualizações através deles podem ser estratégicas à função do prognóstico em Relações Públicas, baseadas em um contexto contemporâneo, impulsionado pelas necessidades de constantes mudanças.

4 RELAÇÕES PÚBLICAS E FUNÇÃO DO PROGNÓSTICO

Neste capítulo são estudados aspectos da teoria da Função Política de Relações Públicas, contidos em Simões (1995, 2001 e 2006). Embasado pelas estratégias metodológicas das pesquisas Bibliográfica e Documental, o capítulo está organizado em duas subseções, nas quais são discutidos conceitos sobre a atividade e o processo de RRPP, além de reflexões sobre a função do prognóstico para a área.

A partir do resgate bibliográfico à rede teórica de Simões, e observando tópicos já abordados sobre a contemporaneidade, somaram-se ao arcabouço desenvolvido por ele (1995, 2001, 2006) as visões de outros autores, que analisam a sociedade pela perspectiva digital. Assim, este capítulo não somente trata da revisão da literatura, mas inclusive de sua complementaridade.

4.1 Atividade e processo de Relações Públicas

O entendimento sobre de qual Relações Públicas está se falando é tanto o ponto de partida quanto uma limitação. Isto porque, o termo Relações Públicas é polissêmico, logo, possui diferentes significados. Denadai (2006, p.11) afirma que,

Certos termos e expressões, utilizados no dia-a-dia acadêmico, acabam por tornar-se evidentes por força do uso, o que não significa que sejam corretamente entendidos. Quando utilizados em ambientes que exigem uma precisão vocabular, prestam-se a confusões e mal-entendidos.

A força do uso do termo Relações Públicas através de diferentes formas é demonstrada por Simões (1995). No quadro a seguir, ele revela pelo menos seis usos diferentes, que estão destacados na cor vermelha.

Quadro 13: significados do termo Relações Públicas

Processo de Relações Públicas	“Identifica-se este significado quando, após o clipping (recorte de jornais e revistas), realiza-se a resenha das notícias, para saber como todos esses componentes de tais dimensões estão afetando ou poderão afetar a organização em suas ações na busca de seus objetivos”.
Função de Relações Públicas	“Identifica-se este significado quando, na leitura de uma notícia da mídia, depara-se com conteúdos positivos ou negativos a respeito da empresa. Ou, ainda, quando o nível de motivação dos empregados é bom ou ruim. Então, costuma-se dizer: A empresa ‘x’ está exercendo bem (ou mal) suas Relações Públicas”.
Atividade de Relações Públicas	“Entende-se por atividade o trabalho realizado em um ambiente físico, com materiais e pessoal, com a finalidade de organizar uma função. E, este especificamente, é designado pelo termo Relações Públicas. Exemplo deste significado é quando se diz: ‘Estou pensando em estudar Relações Públicas’”.
Cargo de Relações Públicas	“Observa-se este ponto ao escutar alguém dizer: ‘Relações Públicas foram esquecidas no organograma; deveriam estar no nível de assessoria ou linha, ligadas diretamente ao diretor’ ”.
Profissional (o/a relações-públicas)	“Identifica-se este significado quando se diz: ‘Precisamos contratar um relações-públicas. Isto é serviço para ele’ “.
Profissão de Relações Públicas	“Isto fica bem explícito ao ler-se: ‘A Associação, O Conselho e o Sindicato de relações-públicas apoiam este evento’ ”.

Fonte: Simões (1995, p.46-47)

Na mesma vertente que Simões (1995), Cesca (2006, p.17) concorda que “existem inúmeras definições de relações públicas, embora o que as faça diferentes seja apenas a colocação de palavras”. Ao refletir sobre os motivos que levam à polissemia, Simões (1995, p.45) afirma que derivam do “tratamento histórico-empírico que o assunto recebeu, sem a preocupação de caracterizar bem o que se desejava explicar”.

Além dos seis significados organizados no quadro 13, Simões (1995) ainda acrescenta outros, como a ciência de Relações Públicas⁸⁷, as tecnologias de

⁸⁷ “O conhecimento acumulado cientificamente em documentação específica que leva à compreensão daquele processo de interação” (SIMÕES, 1995, p.48);

Relações Públicas⁸⁸ e a arte de Relações Públicas⁸⁹. Com base no panorama traçado, argumenta-se a favor da observação além do olhar puramente linguístico, mas que se desenvolva uma visão crítica com vistas a entender o sentido e a forma como se está empregando o termo.

Relações Públicas é um termo empregado para designar muitos objetos sociais, dificultando sobretudo o entendimento entre aqueles envolvidos no tema, tanto na comunidade profissional como entre os leigos. Pior ainda para a compreensão deste assunto é que, além da polissemia do termo, existe o problema de várias definições da atividade, fornecidas por estudiosos e associações de classe. (SIMÕES, 1995, p.48)

Além dos termos, há uma série de definições, inclusive internacionais, “já que as Relações Públicas continuam sendo definidas de diversas formas nas mais variadas partes do mundo” (SIMÕES, 1995, p.13). Desta gama de designações e significados, nessa seção⁹⁰ o termo relações públicas é tratado enquanto atividade e processo, observado com base em Simões e autores contemporâneos a ele.

Simões constrói sua rede teórica (1995, 2001, 2006) a partir de uma visão política, porém não no emprego político-partidário que, comumente, o termo recebe. O autor (1995) justifica que a essência de Relações Públicas seja a mesma da política, isto é, uma relação de poder.

O uso da palavra ‘política’ conota, quase que unilateralmente, política partidária. O emprego do termo [...] causa, por sua vez, espanto e confusão na platéia, mesmo porque falar e tratar a política era, e ainda é, tabu, pelo menos para a maioria dos membros de muitas sociedades. (SIMÕES, 1995, p.35)

No caso de RRPP, a relação política ocorre entre a organização e seus públicos. Já em 2001, Simões redimensiona a leitura sobre política em sua teoria, delimitando-a enquanto micropolítica. “O exercício desta atividade exige, antes de tudo, um estrategista nas relações de poder em nível de Micropolítica” (SIMÕES, 2001, p.13). Ele argumenta que a política se aplica à macropolítica e às Relações

⁸⁸ “Por tecnologia de Relações Públicas entendem-se três significados do termo: a tecnologia de projetos de Relações Públicas, a tecnologia da manufatura de Relações Públicas e a tecnologia do uso de Relações Públicas” (SIMÕES, 1995, p.48);

⁸⁹ “A capacidade do profissional de fazer incidir sua subjetividade na criação de projetos, programas e instrumentos que mantenham ou alterem a estrutura do processo” (SIMÕES, 1995, p.48);

⁹⁰ Na seção 4.2, o olhar para o termo é dado através das funções de Relações Públicas;

Públicas, como lida com a organização e seus públicos, caberia a ótica micro, observando as minúcias e individualidades das relações entre eles.

O programa da Micropolítica, além de tratar da relação de poder entre dois ou mais elementos, analisa e interfere na relação, de maneira específica, com cada grupo de interesse; jamais atua, globalmente, tomando decisões que afetem todos ao mesmo tempo. Vai ao encontro do princípio de que os interesses de cada grupo, normalmente são opostos a um ou mais interesses dos outros grupos envolvidos com a organização. (SIMÕES, 2001, p.75)

Mesmo que redimensionada à dimensão micropolítica, a atividade de Relações Públicas permanece fiel à essência, articulando as relações de poder entre as organizações e os públicos. A existência de diferentes interesses, seja entre grupos de iguais ou não, apenas reforça a tese da observação em nível micro, com o mais elevado grau de atenção para cada camada envolvida.

Essa relação, no contexto de pessoa com pessoa, grupos com grupos, equipara-se a Relações Humanas; no âmbito de partidos e de organizações governamentais com os cidadãos, enquadra-se em Relações Internacionais, no âmbito de países e países. Cada um desses tipos de relacionamentos encontra-se em determinada dimensão sociocultural, econômica, política, ideológica, histórica, jurídica, e filosófica. As Relações Públicas enquadram-se em todas elas, porém em dimensão micropolítica. (SIMÕES, 2006, p.70)

Isto, pois, o relacionamento entre as organizações e os públicos é uma ação política. E, para que ela ocorra, é necessário recorrer ao entendimento do processo e da atividade de Relações Públicas. Considerando que atividade é a forma como será executada a profissão, o processo é “a sucessão de estados e de mudanças no exercício de poder no sistema organização-públicos, referente à missão da organização” (2001, P.31). Ou, resumidamente, “o que ocorre entre a organização e seus públicos” (SIMÕES, 2006, p.69).

Quando apresenta seu arcabouço teórico, Simões (1995) entende que a atividade de Relações Públicas consiste em: a) analisar tendências; b) prever consequências; c) assessorar o poder de decisão e d) implementar programas planejados de comunicação. De forma ampliada, ele conduz o sentido destas ações:

analisar as tendências da organização em relação às expectativas de interesses dos públicos, no contexto da conjuntura em que ambos estão inseridos; prever a resultante do entrelaçamento da ação organizacional ante as expectativas dos públicos no âmbito da evolução da conjuntura; assessorar os líderes da organização, prevenindo-os das possíveis ocorrências de conflito e suas causas, apresentando sugestões de políticas e procedimentos que evitem e/ou resolvam o impasse; implementar programas e projetos planejados de comunicação para com os vários públicos. (SIMÕES, 1995, p. 96-97)

Já em 2001, quando revisita a rede teórica, ele pontua que a atividade de Relações Públicas é exercida “diagnosticando o sistema; prognosticando o futuro do sistema; assessorando nas políticas organizacionais; e implementando programas de comunicação” (SIMÕES, 2001, p.49). Desta releitura, pode-se observar a utilização do termo sistema, elemento central do processo de Relações Públicas.

Além de sistema, outras duas palavras basilares são organizações e públicos. Isto porque os três constituem o núcleo de Relações Públicas: o sistema organização-públicos.

Fazem parte deste sistema tanto os objetos materiais, “a organização e os públicos” (SIMÕES, 1995, p.42), quanto os formais com a “bipolaridade conflito/cooperação no processo do sistema” (SIMÕES, 2001, p.53). Na versão inicial da teoria, ao invés de cooperação, Simões (1995) defendia a compreensão mútua como um dos objetivos da atividade.

Na perspectiva da micropolítica, a organização “é um sistema operacional de papéis desempenhados por pessoas, constituídas em grupos psicológicos, a fim de atingir objetivos específicos, na dependência de valores, informações, decisões, recursos materiais e financeiros e mercado” (SIMÕES, 1995, p.54). Enquanto que públicos⁹¹ são “uma coleção abstrata de pessoas com interesses comuns para com a organização, cuja dinâmica interna vai do desorganizado ao organizado, do alienado ao politizado, do dependente ao independente” (SIMÕES, 1995, p.56). Pode-se observar, inclusive conceitualmente, uma relação entre organização e os públicos, já que elas se materializam a partir de pessoas, isto é, dos públicos.

Além dos objetos materiais, o sistema organização-públicos também é composto por objetos formais, que diferentemente dos materiais, constituem-se de

⁹¹ Não é objetivo desta dissertação ampliar ou visitar as teorias relacionadas a públicos, sendo utilizados os próprios conceitos de Simões (1995, 2001 e 2006), por onde pautou sua teoria;

formas abstratas. Sobre o conflito e a cooperação, Simões (2001, p.53) destaca que exista alternância entre eles, aproximando-se uma dinâmica bipolar, que envolve dois extremos e opostos um ao outro.

Essa bipolaridade caracteriza-se por alternância inopinada - ou equilíbrio dinâmico - de posições. A organização e seus públicos podem estar em estado de cooperação, mas eminentemente, podem entrar em conflito ou vice-versa. Cooperação e conflito fazem parte da imensa família dos dois lados da mesma moeda. (SIMÕES, 2001, p.53)

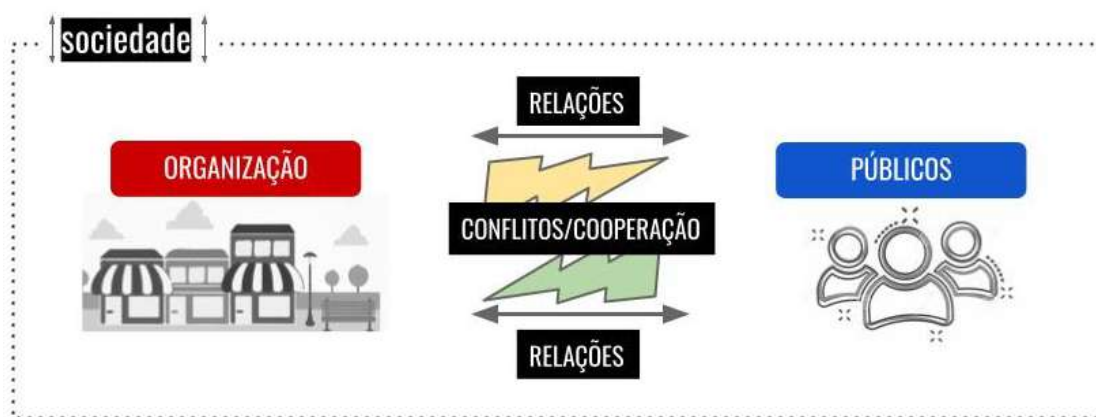
Assim como num transtorno bipolar⁹², onde o estado de humor se altera a qualquer momento, o mesmo pode ocorrer numa relação entre os público e a organização. Por isso, “com a intenção de evitar ou resolver conflitos” (SIMÕES, 1995, p.128) é que se observa o papel do relacionamento. “Os pesquisadores são unânimes em salientar que o objetivo principal da atividade de relações públicas é manter a compreensão mútua entre as organizações e seus públicos” (CESCA, 2006, p.17). Logo, concorda-se que o “tratamento e condução de uma relação” (SIMÕES, 1995, p.127), seja reconhecidamente necessária à manutenção deste sistema e, por sua vez, da atividade de Relações Públicas.

No organização-públicos, nem as organizações ou os públicos estão isolados. Ao contrário, convivem em diferentes dimensões, sejam públicas ou privadas, e participam de outros processos sociais, pelos quais são sensibilizados e também podem sensibilizar. Esse convívio é o equivalente ao que Simões (1995) entende como um modelo de sistema-aberto, ou, a própria representação da sociedade.

Afirma-se tratar de sistema-aberto quando os objetos materiais são passíveis de influências externas, articulando-se de diferentes maneiras que, por vezes, podem acionar os objetos formais, gerando conflitos ou cooperação. Sua lógica e aproximação com a rede teórica de Relações Públicas não deve ser observada como um risco ao sistema organização-públicos, pois se “não ocorrem trocas, o sistema desaparece” (SIMÕES, 1995, p.55). Assim, a imagem 14 ilustra o sistema organização-públicos e a sua intersecção com a sociedade.

⁹² De acordo com Alda (1999, s.p), “o transtorno bipolar (TBP) é uma condição psiquiátrica [...] caracterizada por episódios de alteração do humor de difícil controle”;

Imagem 14: Sistema organização-públicos definido por Simões (1995, 2001, 2006)



Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base em Simões (1995, 2001, 2006)

Mesmo que as Relações Públicas, na visão de Simões (2001), tratem da micropolítica, o fato do sistema organização-públicos ser parte da sociedade sugere a “exigência da construção de um acervo de referenciais teóricos que levem a compreensão do processo social” (SIMÕES, 1995, p.51). Compreendê-lo, neste sentido, significa perceber quais outros processos existem além dos que ocorrem no sistema organização-públicos e que, por ventura, também podem o impactar.

Compreendidos enquanto trocas, os processos ocorrem em níveis pessoais (relação com indivíduo, pessoa a pessoa e/ou grupo a grupo) ou em direção a esfera pública, “através dos predicados cultural, econômico, político, ideológico histórico, jurídico e filosófico” (SIMÕES, 1995, p.64). Com isso, a representação de um sistema-aberto, marcado pela presença do ícone “sociedade” na imagem 14, sugere a interação com o meio externo.

Por isto, o modelo definido por ele (1995) como o do processo de Relações Públicas, inclui, além da representação gráfica, a natureza dos fatos gerados em diferentes dimensões. Com os fatos surgem também as ciências e/ou as teorias que tratam deles. O quadro 14 apresenta este processo.

Quadro 14: processo de Relações Públicas

PROCESSO	FATOS	CIÊNCIA ou TEORIA
Filosófica	Filosóficos	Filosofia
Jurídica	Jurídicos	Direito; Teoria Geral do Estado
Histórica	Históricos	História
Ideológica	Ideológicos	Ideologia
Política	Políticos	Política
Econômica	Econômicos	Economia
Cultural	Culturais	Antropologia Cultura
Sociedade	Organizacionais	Administração, Comunicação, Marketing, Psicologia Organizacional, Informação, Linguística
Grupo <-> Grupo		
Pessoa <-> Pessoa	Psicológicos	Psicologia Geral e Personalidade
Indivíduo	Filosóficos	Filosofia

Fonte: Simões (1995, p.53)

Quando se observa o todo, a visão sobre o processo social é ampliada, indo além do que trata o de Relações Públicas. Verifica-se, então, que a quantidade de novos fatos que podem resultar em conflitos aumenta na mesma proporção. Mauss (2003) sinaliza que,

existe aí [nas sociedades arcaicas] um enorme conjunto de fatos. E fatos que são muito complexos. Neles, tudo se mistura, tudo o que constitui a vida propriamente social das sociedades que precederam as nossas – até às da proto-história. Nesses fenômenos sociais "totais", como nos propomos chamá-los, exprimem-se, de uma só vez, as mais diversas instituições: religiosas, jurídicas e morais – estas sendo políticas e familiares ao mesmo tempo – econômicas. (Mauss, 2003, p. 187).

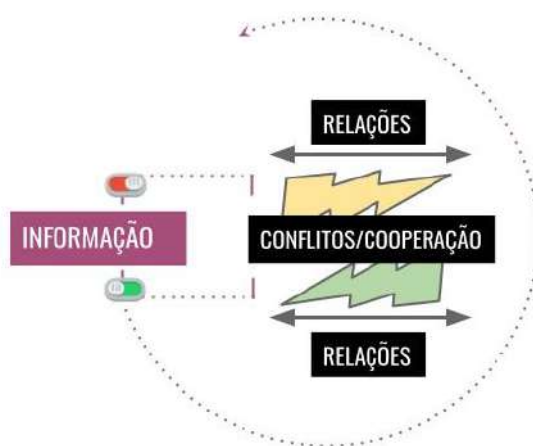
O conceito do que seja um fato não é originário da ciência de Relações Públicas, mas sim da Sociologia. Caracterizado pela interdependência entre fatos e teoria, Marconi e Lakatos (2003, p.114) reafirmam que “um fato não é somente uma observação prática ao acaso mas também uma afirmativa empiricamente verificada sobre o fenômeno em pauta”. As autoras continuam:

Dessa forma, [um fato] engloba tanto as observações científicas quanto um quadro de referência teórico conhecido, no qual essas observações se enquadram. No universo, a variedade de fenômenos passíveis de estudo é infinita. A teoria serve para indicar os fatos e as relações que ainda não estão satisfatoriamente explicados e as áreas da realidade que demandam pesquisas - é exatamente pelo fato de a teoria resumir os fatos e também prever fatos ainda não observados que se tem a possibilidade de indicar áreas não exploradas, da mesma forma que fatos e relações até então insatisfatoriamente explicados. (MARCONI; LAKATOS, 2003, p.114)

Com o indicativo da atuação dos fatos em áreas não exploradas (Marconi e Lakatos, 2003) e considerando que exista um enorme conjunto de fatos espalhados, que incluem diferentes instituições (Mauss, 2003), é lançado o desafio a atividade de Relações Públicas de relacionar o conceito de fato à sua teoria. Na visão de Simões (1995), esta aproximação é possível através do papel desempenhado pela informação, considerada por ele como a matéria-prima de Relações Públicas e “elemento ativador do processo” (SIMÕES, 1995, p.42).

A informação, de que trata Simões (1995), é o mesmo conceito já discutido no capítulo três e com potencial de desencadear conflitos, resultado tanto da presença quanto da ausência dela, definida como desinformação. Assim, ela opera como vias de transporte, em que as mesmas fontes que abastecem o conflito também atuam ampliando - ou não - a cooperação. Este fluxo é demonstrado na imagem 15.

Imagem 15: informação como ativadora do processo de Relações Públicas



Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base em Simões (1995, 2001, 2006)

A partir da imagem 15, visualiza-se que a informação interliga-se diretamente ao conflito e a cooperação. Ela é matéria-prima responsável por ativar ou não os relacionamentos através dos quais “o profissional de Relações Públicas e os dirigentes organizacionais podem cercar melhor os problemas e ponderar com mais exatidão todas as variáveis a serem controladas” (SIMÕES, 1995, p.156). Entretanto, há autores contemporâneos a Simões que redimensionam o olhar sobre a informação.

Rhoden (2013, p.32) argumenta que “a sociedade está frente a uma nova definição do trabalho de RP, à medida que a tecnologia da informação, a internet e a reestruturação organizacional crescem em ritmo acelerado”. Enquanto que Lasta (2015) sugere qual é esta nova definição, apresentada a partir de uma visão de sociedade contemporânea e mediatizada.

O panorama da comunicação foi apreendido a partir das relações sociais mediatizadas e estudado a partir dos media digitais que se encontram em constante desenvolvimento e transformação. Consequentemente, redefinem as relações entre os atores sociais, instituições e sistemas. Portanto, mediatizam o processo das relações públicas, ou seja, o núcleo do sistema social onde se encontram os seus componentes materiais - organização e públicos - no qual, discutem-se os fatos organizacionais apoiados na ciência e teoria. (LASTA, 2015, p.227)

Para Lasta (2015), o sistema organização-públicos quando observado pela ótica dos *medium* digitais⁹³, tem incluído ao seu objeto formal a negociação. Ela afirma que os indivíduos são agentes ativos nos processos comunicacionais, “o que imputa, logicamente, em negociação e esta, por sua vez, em relações de poder” (LASTA, 2015, p.85). Nesse sentido, ainda reforça que

Como a teoria de relações públicas reconhece o poder dos públicos, nesse contexto o predomínio será o da palavra, do argumento e da negociação sobre a força. Sustentando-se, ainda, na proposta ética, política e estética do diálogo interno e externo ao considerar o outro como parceiro, necessitar dele e buscar sua cooperação. (LASTA, 2015, p.108)

⁹³ Lasta tem como base Sodré (2008), que entende *medium digitais* como “o fluxo comunicacional, acoplado a um dispositivo técnico (  base de tinta e papel, espectro hertziano, cabo, computação etc) e socialmente produzido pelo mercado capitalista, em tal extensão que o código produtivo pode tornar-se ambiência existencial. Assim, a Internet, não o computador,   medium” (p. 20);

Neste ponto, o que Lasta (2015) sugere é a incorporação de mais um elemento ao objeto formal das Relações Públicas, considerando que se as organizações e os públicos tratam de relações de poder, estas passam por negociações. Além disso, ela (2015) também revisita a matéria-prima das Relações Públicas. Para tanto, recorre à compreensão da estrutura tríade que envolve a informação, sendo precedida pelos dados e resultando no conhecimento.

Esse transacionar pode ser sustentado no processo comunicacional, no qual a informação é a matéria-prima que sustenta a *práxis* das relações públicas por meio das ações de informar, informar-se, comunicar e persuadir, acopladas aos media digitais. Um dos possíveis elementos comuns às bases de poder que organiza esse processo no contexto da sociedade midiaticizada, isto é, que pode ativar e organizar esse processo é a matéria-prima informação, com qualidade de dados (significado e utilidade), já que a relação política vincula o poder, a comunicação, a informação e o conhecimento. (LASTA, 2015, p.104)

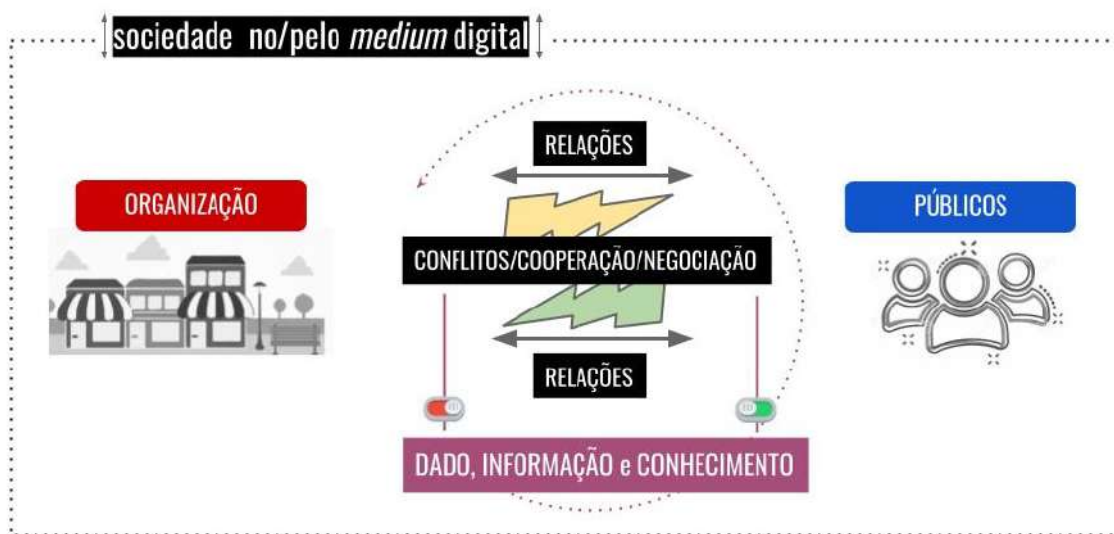
Com isto, a matéria-prima não deixa de ser a informação, entretanto outras possibilidades são incluídas, como os dados, que são a base mas não a informação. Lasta (2015, p.240) defende que “o núcleo do sistema perpassado pelo processo de midiatização se dá por meio dos processos comunicacionais relativos às e das organizações nos e pelos *media* digitais”, e que, a partir deste contexto, não observar os dados e a negociação faz com a *práxis* das Relações Públicas permaneça imune ao tempo, o que também não é uma prerrogativa aceita por Simões (1995).

Este paradigma, mesmo que comprovado mais completo e útil, vem acompanhado, intrinsecamente, do alerta de sua temporalidade. É algo datado, para uma determinada fase do desenvolvimento da ciência das Relações Públicas. (SIMÕES, 1995, p.43)

Como preconiza Simões (1995), seu paradigma teórico vem acompanhado de um uma vivência temporal que, pelas características da sociedade contemporânea, aponta sinais de desgaste. Por isso, na imagem 16 é possível visualizar a reinterpretação⁹⁴ de Lasta (2015), que segue a mesma estrutura da proposta original de Simões (1995), porém atendendo ao contexto atual.

⁹⁴ No decorrer de sua Tese, Lasta (2015) revisita outros aspectos da teoria da Função Política, os quais não são discutidos nesta dissertação pelo distanciamento ao tema proposto;

Imagem 16: Sistema organização-públicos definido por Lasta (2015)



Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) a partir de Lasta (2015, p.105)

Mesmo que ressignificadas algumas definições da teoria da Função Política de Relações Públicas (Simões, 1995, 2001, 2006), por essência a atividade continua lidando com as relações de poder entre a organização e os públicos. Barichello et al (2013, p. 131) acreditam que “o substrato das práticas de relações públicas ainda é o mesmo: a relação de uma entidade com seus públicos”. Dreyer (2017) concorda ao descrever que “a essência da atividade de relações públicas – o relacionamento entre organizações e públicos – continua a mesma. O que muda é a forma como o profissional vai investir nesses relacionamentos”.

Simões (1995), ao reafirmar que “ainda se está diante de uma obra inacabada que exponho à comunidade científica das Relações Públicas e até, quem sabe, a outros interessados no tema, para a refutação de suas proposições” (p.21) possibilita novas inferências. A observação das novas realidades através de uma perspectiva digital e experienciada num universo de dados, sugere que processo de Relações Públicas também seja reinterpretado, incluindo reflexões além das que já defendidas por Lasta (2015).

De acordo com o levantamento realizado nas sinopses estatísticas da educação superior no Brasil, de 1995 a 2019, cujos documentos foram localizados no portal do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) e organizados para a dissertação, observa-se a criação de diferentes novos

curso de graduação no país. Esta afirmativa é baseada na comparação nominal dos cursos existentes em 1995 e os ofertados no ano de 2019.

Os resultados demonstram um incremento de quase um milhão e meio de novas vagas incorporadas às universidades públicas e privadas para áreas não estudadas no ano de 1995. Os cursos e a quantidade de vagas ofertadas no ano de 2019 podem ser observados no quadro 15.

Quadro 15: novos cursos de graduação ofertados no comparativo entre 1995 e 2019

Curso	Vagas ofertadas	Curso	Vagas ofertadas
Ciência da Computação	54.643	Segurança de Informação	6045
Engenharia de Computação	9.684	Sistemas de Informação	269.693
Animação	1.293	Sistemas para Internet	16.893
Design Gráfico	22.859	Banco de Dados	7.859
Produção Audiovisual	5.779	Defesa Cibernética	930
Produção Multimídia	5.014	Gestão de Tecnologia da Informação	110.777
Gestão da Informação	235	Redes de Computadores	87.020
Empreendedorismo	7.968	Engenharia de software	7.981
Gestão da Qualidade	101.354	Jogos digitais	15.881
Gestão da Saúde	2.040	Programas interdisciplinares abrangendo Computação e Tecnologias da Informação e Comunicação	4.076
Gestão de Negócios	203.110	Engenharia Biomédica	1017
Gestão de Negócios Internacionais	320	Engenharia de Computação	28.771
Gestão de Pessoas	317.480	Sistemas Biomédicos	410
Marketing	195.034	Telemática	330
Bioquímica e Biotecnologia	1521	Biocombustíveis	523
Matemática Aplicada e Computacional	560	Engenharia de Biotecnologia	131
Sistemas Embarcados	80	Engenharia de Nanotecnologia	120
	928.974		558.457

Fonte: Sinopses estatísticas da educação superior no Brasil, INEP (2019)

Assim, o conhecimento decorrente destes novos cursos de graduação, todos ofertados após a publicação da primeira obra⁹⁵ de Simões (1995), surge à medida que a sociedade observa teorias e seus fenômenos que, pelos modelos usuais e operantes, não atendem a integralidade das necessidades dos públicos e das organizações. Por isso, para que ocorra o acompanhamento das novas realidades, “considerar as possibilidades de interação trazidas pelos novos meios e ambiências” (BARICHELLO ET AL, 2013, p.131) é uma realidade que precisa ser encarada com mais frequência. Para Simões (1995, p.24)

O conhecimento, produzido e divulgado, também sofreu alterações no seu significado e na sua estruturação. Deixou de ser aquele caracterizado pelo senso comum, acrítico e crédulo, ou organizado pela filosofia, obtido pelas deduções especulativas, entrando pelo subjetivismo ou, ainda, impregnado pela tendenciosidade da ideologia, e passou a ser científico-empírico [...] Portanto, para haver conhecimento científico é necessário que fenômenos observáveis, sob metodologia controladora de variáveis, sejam descritos dentro uma de uma sistemática de linguagem precisa e específica que evolua dos conceitos até as teorias e sobre o que a comunidade de cientistas esteja de acordo.

Na concepção de que o conhecimento é dependente da comunidade científica para sua validação, parte-se da lógica que um novo curso, caso não tenha elementos teóricos comprovados e, razoavelmente, suficientes, não será aceito como uma oferta de conhecimento e, tampouco, destinado às universidades públicas ou privadas. Vergili (2017, p.25) afirma que:

As universidades, as empresas e a atividade de Relações Públicas – assim como as demais áreas e, em especial, as de Comunicação – sofrem o impacto das inovações tecnológicas e, cada vez mais, precisam se adaptar a uma nova realidade.

Assim, a realidade do processo de Relações Públicas na contemporaneidade deve observar, sobremaneira, o que Lasta (2015) afirma sobre os dados e o conhecimento enquanto matéria-prima. O surgimento e a transformação de novas ciências e teorias, muitas delas de um híbrido entre inovação, tecnologia e mundo, podem afetar o sistema organização-públicos.

⁹⁵ Relações Públicas: Função Política. São Paulo: Summus, 1995;

A ciência é um empreendimento social multifacetado, que desafia uma descrição completa. É realizado por pessoas com atitude científica, utilizando métodos e técnicas científicas e cujo produto acabado é um corpo de conhecimentos[...] implicando o desenvolvimento de teorias [...] que sejam descrições e explicações sistemáticas do mundo. (MARX; Hillix, 1976, p.17)

Se na visão de Simões (1995) o sistema organização-públicos está integrado a um processo maior, que é a sociedade através do sistema-aberto, pela ótica que se observa o contexto social nesta dissertação, a sociedade pode ser adjetivada como contemporânea. Aspecto, este, que se propõe na interpretação do modelo proposto por Simões (1995).

Reunindo os pontos, no quadro 16 visualiza-se não somente esta inclusão ao processo, como também a proposição da manutenção contínua de um sistema-aberto também às ciências ou teorias, não limitando-as a um modelo para que os conhecimentos sejam interpostos aos da ciência de Relações Públicas. Assim, a teoria permanece continuamente atualizada. No quadro, com a cor vermelha, são destacadas as novas proposições.

Quadro 16: processo das Relações Públicas na contemporaneidade

PROCESSO	FATOS	CIÊNCIA ou TEORIA		
Filosófica	Filosóficos	Filosofia		
Jurídica	Jurídicos	Direito; Teoria Geral do Estado		
Histórica	Históricos	História		
Ideológica	Ideológicos	Ideologia		
Política	Políticos	Política		
Econômica	Econômicos	Economia		
Cultural	Culturais	Antropologia Cultura		
Sociedade Contemporânea	Organizacionais	Administração, Comunicação, Marketing, Psicologia Organizacional, Informação, Linguística (+ a observação continuamente inconclusa de quais ciências ou teorias possam contribuir ao processo e atividade de Relações Públicas)		
				
Grupo <-> Grupo			Sociais	Sociologia, Psicologia Social
Pessoa <-> Pessoa			Psicológicos	Psicologia Geral e Personalidade
Indivíduo	Filosóficos	Filosofia		

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base em Simões (1995, p.53) e no INEP (2019)

Assim, observar o sistema organização-públicos passa também pelos conhecimentos que estão além dos comunicacionais e, para que a atividade de Relações Públicas possa ser desempenhada, a compreensão do seu processo é fundamental. No próximo tópico será discutido o caráter estratégico da função do prognóstico em Relações Públicas.

4.2 Prognóstico em Relações Públicas

Todos nós fazemos previsões. Quem defende este pensamento é Gardner (2016)⁹⁶, ao apontar que “quando pensamos em mudar de trabalho, casar, comprar uma casa, fazer um investimento, lançar um produto ou nos aposentar, tomamos a decisão com base no modo como esperamos que o futuro se desenrole. Essas expectativas são previsões”. Por essa perspectiva, o ato de prever é algo habitual e presente nas culturas humanas, onde o resultado esperado é o indicativo de um evento futuro, se necessário adequando as práticas atuais em sua direção.

A previsão também encontra espaço em discussões pautadas pelo misticismo e pela fé. A Bíblia⁹⁷ registra através do Livro do Apocalipse (ou Apocalipse de João), o último da coleção canônica, uma série de revelações sobre o fim dos tempos. O próprio termo apocalipse, que dá nome ao título e deriva do grego, αποκάλυψις, *apokálypsis*, significando revelação.

Além das revelações tratadas no Apocalipse, por previsão também é associado os efeitos da Astrologia⁹⁸. A consulta popular àquilo que os planetas podem revelar sobre o futuro da vida é foco de consultas diárias⁹⁹.

⁹⁶ A obra de Gardner (2016) está disponível em formato e-book e, portanto, não apresenta paginação;

⁹⁷ O livro sagrado do Cristianismo;

⁹⁸ De acordo com Oliveira Filho (2001, p.1), “a astrologia não é uma ciência. Assim como a astronomia, ela floresceu na Antiguidade, muito antes da formulação da teoria gravitacional e da teoria eletromagnética e do conhecimento de que todos os astros são compostos da mesma matéria existente aqui na Terra. [...] Mas ao contrário da Astronomia, ela não incorpora as teorias científicas e assume que a Terra está no centro do Universo, rodeada pelo Zodíaco, e a definição dos signos ignora a precisão do eixo de rotação da Terra”;

⁹⁹ Ao realizar a busca no Google para a expressão “horóscopo do dia”, retornaram mais de oito milhões de resultados em menos de três segundos;

A história da astrologia começa há milhares de anos, na Babilônia, onde os primeiros astrólogos estudaram o céu pela primeira vez para prever a ocorrência das estações. Mas foram os romanos que eventualmente nomearam os signos do Zodíaco depois dos 12 ciclos lunares que levaram para o sol retornar à sua posição original. A astrologia, naquela época, foi uma tentativa inicial de atribuir ordem, ritmo e significado às imprevisibilidades da vida. (PINTO, 2019)

Diferentemente de como popularmente é conhecida a previsão, para a atividade de Relações Públicas, ela não se categoriza como dogmática ou não científica. No entendimento de Simões (1995, p.29), o papel da previsão é “substituir os palpites, identificados pelas expressões ‘eu acho’, ‘eu penso’, por bem fundadas previsões”. Assim, a previsão faz parte do arcabouço teórico e está diretamente relacionada a uma das funções da atividade de Relações Públicas.

À leitura das funções do programa de Relações Públicas, ou seja, a sua definição operacional, observam-se as ações de pesquisar, diagnosticar, prognosticar, planejar, assessorar, executar, avaliar e controlar. Esses verbos indicam que essa atividade refere-se à gestão de algum processo constante nas organizações. (SIMÕES, 1995, p.79)

Com base nas funções do programa de Relações Públicas, pode-se afirmar que a previsão é o resultado da ação de prognosticar, equivalendo-se ao prognóstico. Para Simões (1995), a atividade de RRPP é exercida, entre outras formas, ao prever possíveis consequências ao sistema organização-públicos.

O prognóstico é o fenômeno mental de juntada e dados do aqui e agora com as possibilidades das evoluções internas e externas da organização para o futuro. [...] O prognóstico confirmará o que deverá ser, ou não, realizado e a urgência da intervenção. (SIMÕES, 2001, p.37)

Numa segunda definição, mais recente e datada do ano de 2006, Simões preconiza que a função do prognóstico refere-se a:

Prognosticar o futuro da relação, levantando hipóteses, consubstanciadas no diagnóstico dos desenhos de cenários futuros do que poderá ocorrer ou não ocorrer, se alguma ou nenhuma ação for realizada, a fim de evitar ou solucionar impasses iminentes. O prognóstico tem muito de possibilidades e probabilidades de ações de ambas as partes do sistema. Jamais é algo totalmente intuitivo. Ao contrário, trata-se de um estudo realístico da dinâmica do processo de Relações Públicas. (SIMÕES, 2006, p.75)

Reafirmando, portanto, o caráter científico do prognóstico para a atividade, destacam-se as necessidades para que seja empregado. Ainda pela ótica de Simões, pode-se observar um certo sequenciamento para o cumprimento das funções da atividade, entendendo que anterior ao prognóstico, ocorra necessariamente, o diagnóstico. Somente através deste segundo é que se poderá prever as consequências ocasionadas pelo conflito, a cooperação ou a negociação no e entre o sistema organização-públicos.

Para prognosticar, a atividade necessita ter a visão do mundo que acontece e do que é pouco provável, provável ou muito provável que virá a acontecer. Tem-se novamente aqui o problema da incerteza. Se tal ocorre, urge buscar dados e deles extrair a informação. (SIMÕES, 2006, p.75)

Esta “visão do mundo que acontece” reforça um dos papéis estruturantes do diagnóstico na teoria de Simões (1995), que é o de demonstrar a realidade pela qual o prognóstico irá se debruçar. Para Baseggio (2008, p.225),

O exercício da atividade de Relações Públicas não se efetiva sem um diagnóstico, entendido como a conclusão da análise de como se encontra a organização em face dos interesses de todos os seus públicos. Significa determinar a situação de uma organização, a natureza de sua filosofia operacional e de pessoal, o nível de conhecimento e aceitação de seus produtos e serviços, o grau de satisfação de seus públicos, os pontos fortes e fracos da comunicação da empresa, seu conceito e imagem pública.

Tanto o diagnóstico quanto o prognóstico necessitam de dados, reforçando a tese de que “o profissional de relações públicas precisa estar preparado para compreender e interpretar dados” (DREYER, 2017b). Disso, suscita a reflexão sobre esta aproximação entre diagnóstico, prognóstico e dados. Ela pode ser observada à medida que o prognóstico tem o diagnóstico como matéria-prima e, este por sua vez, utiliza os dados enquanto fonte. “Para o diagnóstico, a atividade de Relações Públicas necessita de dados significativos que digam sobre o contexto do sistema organização-públicos” (SIMÕES, 2006, p.74).

Na mesma direção teórica encontra-se Gaviolli (2017, p.46), ao afirmar que diagnosticar é “conhecer a realidade na qual se pretende atuar e refletir sobre ela. É a síntese de todos os dados obtidos por meio de pesquisas, saber o que são e as razões para existirem”.

Dreyer (2014) complementa, afirmando que:

Se o conjunto de dados for adequadamente capturado, selecionado e usado pelos profissionais de RP, esses terão o conteúdo ideal para trabalharem a favor das organizações e, ao mesmo tempo, ao agrado dos públicos. (DREYER, 2014, p.67)

Anterior a Dreyer (2014), Simões (1995, p.92) aponta que, “em síntese, a funcionalidade das Relações Públicas adere completamente aos mecanismos que monitoram o conflito”, o que faz com que as ações profissionais sejam direcionadas ao entendimento dos públicos, não necessariamente a seu agrado. O monitoramento do conflito passa pelo olhar das realidades, ou da visão do mundo que acontece, como a metáfora utilizada por Simões.

Desta proximidade conceitual entre diagnóstico, prognóstico e dados, pode-se verificar sua existência para além da atividade e ciência de Relações Públicas. Pela perspectiva histórica, o resgate dos termos diagnóstico e prognóstico é localizado na Medicina, já há alguns milênios de anos, e atualmente permanecem sendo bastante utilizados no vocabulário médico

Segundo Gaviolli (2017, p.33), “Hipócrates é reconhecido por ter instituído a medicina ‘científica’ ao romper com o sistema de crenças irracionais, religiosas e com os apelos ao sobrenatural”. Considerado o pai da Medicina, Hipócrates¹⁰⁰ escreveu relatos médicos descrevendo técnicas a partir de procedimentos científicos.

Tais tratados foram, muito provavelmente, utilizados como material de ensino e orientação prática e teórica, numa época em que a literatura científica começou a substituir o ensino oral [...] Além de praticá-la [medicina], ao mesmo tempo a ensinava, ou melhor, a ensinava praticando, além de contribuir com vários escritos especializados. (REBOLLO, 2006, p.48)

Com a inauguração da era científica da Medicina, possivelmente seja Hipócrates o primeiro a registrar, documentalmente, o uso do termo prognóstico. Segundo Rebollo (2006), datado do século V a.C, o Tratado *O Prognóstico* estuda as doenças esporádicas, prevendo efeitos futuros.

¹⁰⁰ Médico e filósofo grego nascido no ano 460 a.C, em Cós, na Grécia;

Ainda na perspectiva histórica, Gaviolli (2017) recorre à etimologia dos termos para localizar elementos que possam diferenciá-los. Ela afirma que:

Ambos os termos [...] estão intimamente relacionados à medicina antiga e, portanto, devem ser estudados em conjunto. [...] São originalmente adjetivos derivados de substantivos abstratos, διάγνωσις e πρόγνωσις, diagnóstico e prognóstico; estes substantivos abstratos precedem por sua vez os verbos διαγινώσκειν διαγιγνώσκειν e προγινώσκειν προγιγνώσκειν, que são compostos γινώσκειν, γιγνώσκειν, verbo "saber". Uma vez que 'pro' significa "antes", προγινώσκειν tem o valor de 'conhecido antecipadamente'; e dado que 'dia' significa, entre outras coisas 'diferença', διάγινώσκειν tem o valor de 'conhecer as diferenças', 'saber estabelecer as diferenças', [saber diferenciar]. (GAVIOLLI, 2017, p.34)

Do ponto de vista etimológico, o diagnóstico trata do agora, de conhecer as diferenças, enquanto que o prognóstico caracterizado pelo uso do radical "pro", significa o antes, ou seja, conhecer antecipadamente o que virá. Na Medicina, essa intimidade entre diagnóstico e prognóstico é reforçada por Rezende (2009, p.112).

O ato médico consiste basicamente na formulação do diagnóstico e na instituição do tratamento mais indicado para o paciente. A formulação do diagnóstico deve fundamentar-se na história clínica passada e presente do paciente [...] Firmado o diagnóstico sindrômico e, se possível, etiológico, o ato médico seguinte, o de maior responsabilidade, consiste na tomada de decisão quanto à melhor conduta terapêutica a ser seguida, que poderá ser de ordem clínica, cirúrgica, ou mesmo psiquiátrica.

Mesmo que Rezende (2009) não faça uso do termo prognóstico em sua afirmativa, ao expressar a "tomada de decisão quanto à melhor conduta", pode-se entender que implicitamente esteja referindo-se ao ato de prognosticar. Gaviolli (2017) também observa proximidades entre o diagnóstico e o prognóstico.

A tarefa médica de prescrever é indissociável do diagnóstico. Para o médico, o diagnóstico é o ponto de partida para o tratamento que nem sempre tem como prognóstico uma cura efetiva. Mas, muitas vezes, o tratamento tem por objetivo a diminuição do sofrimento do paciente, ou o aumento de sua qualidade de vida, por exemplo. Dessa maneira, o médico pode indicar a melhor opção pautada no diagnóstico pelo o que se tem por evidência clínica e científica, para que o prognóstico seja o melhor para o paciente. (GAVIOLLI, 2017, p.35)

Assim como acontece na Medicina, em que o diagnóstico (baseado no histórico dos pacientes, isto é, em seus dados) é a base para o prognóstico (que

utiliza o histórico dos dados de saúde dos pacientes para prescrever ações a serem realizadas e, após, medi-las e gerar outros dados), em Relações Públicas o fluxo é quase idêntico, alterando apenas as categorias nominais de pacientes, para públicos, e de médicos, para as práticas da atividade de RRPP.

Considerando que “relações públicas, função e atividade profissional, devem estar atentas aos movimentos no meio ambiente quanto às exigências dos públicos, e prever todas as consequências daquilo que a organização venha a fazer ou dizer” (SIMÕES, 1995, p.199), desloca-se da esfera do diagnóstico em direção ao prognóstico, para que sejam previstas as consequências das manifestações da organização. Fechando o ciclo do diagnóstico, Wagner (2018, p.129) entende que o “modelo aplicado entrega aos gestores um conjunto consistente de informações apontadas com rigor e critérios metódicos” e, continua, “que permite um prognóstico elaborado que potencializa um processo consistente de tomada de decisão sobre políticas, estratégias, projetos e ações com vistas ao desenvolvimento da competitividade das organizações” (ibid, p.129).

Potencializar a tomada de decisões de forma consciente e científica, visando o futuro, é a materialização do significado do prognóstico. Como observado, Simões (1995, 2001, 2006) defende que o núcleo da atividade de Relações Públicas está interseccionado à sociedade que, por sua vez, interage com outros processos. Neste sentido, Lasta (2015) corrobora com Simões, pois defende que prognosticar envolve uma série de outras dinâmicas, que podem incluir o processo de comunicação, mas vão além dele.

A partir dessa arquitetura proposta por Simões (1995), o processo de relações públicas mostra-se além do processo de comunicação. Prognosticar: por meio do estudo das dinâmicas no processo, ou seja, após os dados terem sido transformados em informações e estas, em conhecimento. (LASTA, 2015, p.81)

Ao reafirmar sua posição de que os dados e o conhecimento, somados à informação, constituem a matéria-prima de Relações Públicas, Lasta (2015) sinaliza que o prognóstico na sociedade contemporânea e pelos *medium* digitais ocorre a partir deste fluxo. Logo, atinge-se o nível estratégico capaz de reduzir a incerteza.

Prognosticar o futuro do sistema organização-públicos: para isso, a questão referente à incerteza poderia ser reduzida a uma única: Que poderá ocorrer em curto, médio e longo prazos se nada for feito? E se for feito? Então, é útil a realização de um planejamento de cenários. (SIMÕES, 2006, p.84)

A visualização probabilística através de três camadas, sendo elas a “pouco provável”, “provável” e “muito provável”, facilita a leitura das possibilidades de ocorrência dos eventos futuros. Simões (2006) defende que estas camadas, suscitam o planejamento de cenários, sendo as formas como são apresentadas essas probabilidades. Gavioli (2017, p.196) reforça esse entendimento, afirmando que no prognóstico “o profissional [...] lida com possibilidades e probabilidades”.

O prognóstico também está documentado pelo CONFERP. De acordo com a Resolução normativa nº 43, de 2002, que define atividades específicas do profissional de Relações Públicas, o prognóstico está entre as funções executadas. O Conselho entende que prognosticar é:

Executar ações que permitam antever o desfecho ou o encaminhamento de determinada questão. A análise conclusiva das informações que possibilitam o desfecho ou encaminhamento é chamada prognóstico. (CONFERP, 2002).

Através da posição firmada pelo CONFERP, confirma-se uma direção universalmente aceita sobre o conceito: tanto para o Conselho de profissionais quanto para a comunidade científica, prognosticar é uma ação que trata de análises futuras. Como o prognóstico não é uma função exclusiva de Relações Públicas, a exemplo do que se observou tanto cientificamente na medicina, quanto pelo conhecimento popular ou dogmático, não se deve restringir à síndrome “das fronteiras limitantes que vêm sendo mantidas por cada área” (SIMÕES, DORNELLES, 2012, p.17).

Dessa maneira, Simões e Dornelles (2012) entendem que exista na comunidade de Relações Públicas uma ideia de mercado oculto, já que “em inúmeras ocasiões escutam-se lamentações de membros da comunidade de Relações Públicas, em especial de alunos, de que inexistente mercado de trabalho para profissionais dessa área” (SIMÕES, DORNELLES, 2012, p.15). Para desmistificar a visão limitante “que os espaços profissionais de Relações Públicas

caiam dos 'céus', designados obrigatoriamente pelo termo mágico” (SIMÕES, DORNELLES, 2012, p.16), eles (2012) realizam uma pesquisa exploratória que “não tinha o objetivo de tabulação, apenas a coleta de alguns conceitos do domínio da teoria de Relações Públicas” (ibid, p.16). Nela foram entrevistados 10 professores do curso de Relações Públicas da Faculdade de Comunicação da PUCRS, que responderam a uma única questão: “cite atividades afins de Relações Públicas”.

Visamos identificar inúmeras atividades que, aparentemente, nada têm a ver com Relações Públicas, mas que, na teoria e na prática, são ações totais ou parciais dessa esfera, portanto atividades fins.[...] Justifica explicar que certas atividades afins, apesar de não serem identificadas pelo designativo de Relações Públicas, são ações parciais, especializações e até algumas filosofias, políticas e técnicas de outras áreas. Estas se enquadram para ocupação da função pelo critério de competência, abandonando o designativo histórico e, desde há muito, do senso comum. Assim, todas têm em comum a característica relacionamento. (SIMÕES, DORNELLES, 2012, p.17-18)

É exatamente pelo entendimento contrário à limitação do conhecimento que se recorreu a outras ciências para o resgate de conceitos importantes sobre o prognóstico. Quando retomada a rede teórica de Simões (1995), ele tem o designativo de função, já na Medicina articula-se como um ato médico e, para ambas situações, o sentido profissional com que se executa é bastante aproximado.

Dessa maneira, se o prognóstico é aceito enquanto uma função estratégica da atividade de Relações Públicas, ele pode auxiliar não somente seus profissionais nas rotinas organizacionais, mas principalmente as organizações no cumprimento de seu propósito, projetado além de uma ótica limitante. “Relacionamento, interesse, opinião, influência, informação, processo decisório, normas, políticas, negociação e controle” (SIMÕES, 2006, p.79), estas são expressões que resumem a forma como ocorrem as atividade de RRPP através da execução de suas funções. Entretanto, também não são exclusivas da área.

Por isso, baseado no levantamento das atividades afins de RRPP realizado por Simões e Dornelles (2012), interseccionando com as sinopses estatísticas da educação superior no Brasil¹⁰¹ e à luz do entendimento de Simões (2006) e de Lasta

¹⁰¹ INEP, dados de 2019;

(2015) sobre a centralidade dos dados para as teorias de RRPP, o quadro 17 reúne hipóteses para o prognóstico em Relações Públicas.

Quadro 17: hipóteses para o prognóstico em Relações Públicas

Atividades afins de RRPP	Possíveis dados históricos herdados do diagnóstico e necessários ao prognóstico	Incertezas e questionamentos do prognóstico	Projeção de cenário: resultado do prognóstico
Administração de Crises	<ul style="list-style-type: none"> - dados históricos sobre os impactos de crises anteriores; - dados sobre a categorização do nível conflito; - dados sobre os resultados financeiros antes e depois das crises; - dados sobre a imagem e reputação da marca antes e depois dos conflitos; 	O que poderá ocorrer, em médio prazo, se não forem reavaliadas as condutas que geram o conflito?	<p>Cenário A: pouco provável</p> <p>Cenário B: provável</p> <p>Cenário C: bastante provável</p>
Assessoria de Imprensa	<ul style="list-style-type: none"> - dados históricos sobre a aceitação, visibilidade e alcance dos conteúdos; - dados históricos sobre a reputação da organização; - dados históricos sobre a relação da aceitação dos conteúdos com o índice de reputação da organização; 	O que pode acontecer, a curto e a médio prazo, com a reputação da organização se a frequência de conteúdos divulgados à imprensa for ampliada?	<p>Cenário A: pouco provável</p> <p>Cenário B: provável</p> <p>Cenário C: bastante provável</p>
Campanha de Relações Públicas	<ul style="list-style-type: none"> - dados históricos sobre as campanhas já realizadas e os sentimentos despertados; - dados históricos sobre os argumentos (visuais ou textuais) utilizados em campanhas anteriores; - dados históricos sobre clima organizacional; 	Como se alcançará o sentimento de pertencimento à cultura dessa organização através da campanha?	<p>Cenário A: pouco provável</p> <p>Cenário B: provável</p> <p>Cenário C: bastante provável</p>
Captação de Recursos	<ul style="list-style-type: none"> - dados históricos sobre o fluxo de caixa; - dados históricos sobre a quantidade de e-mails enviados; - dados históricos relacionando os e-mails enviados e o fluxo orçamentário; - dados históricos sobre os custos de operação da organização; 	O que acontecerá com a receita orçamentária se, durante seis meses, a quantidade de e-mails solicitando doações for reduzida em 50%?	<p>Cenário A: pouco provável</p> <p>Cenário B: provável</p> <p>Cenário C: bastante provável</p>

continua

conclusão

Atividades afins de RRPP	Possíveis dados históricos herdados do diagnóstico e necessários ao prognóstico	Incertezas e questionamentos do prognóstico	Projeção de cenário: resultado do prognóstico
Eventos	<ul style="list-style-type: none"> - dados históricos sobre o público; - dados históricos sobre o comportamento desse público <i>versus</i> as atividades previstas por turno; - dados históricos sobre eventos já realizados no turno da manhã; - dados históricos sobre o nível de aceitação de eventos realizados no turno da manhã; - dados históricos com cruzamentos entre o comportamento do público alvo do novo evento em relação a eventos já realizados pela manhã; 	O que acontecerá se este evento for realizado pela manhã ao invés de ocorrer no turno da tarde?	<p>Cenário A: pouco provável</p> <p>Cenário B: provável</p> <p>Cenário C: bastante provável</p>
Gestão de Imagem	<ul style="list-style-type: none"> - dados históricos sobre os índices de aceitação da imagem; - dados históricos sobre parcerias com marcas e os impactos à imagem (crescimento e/ou declínio); - dados históricos sobre outras marcas que já se envolveram com estas organizações; 	O que acontecerá com a imagem desta celebridade se for associada a uma marca que realiza testes de produtos em animais?	<p>Cenário A: pouco provável</p> <p>Cenário B: provável</p> <p>Cenário C: bastante provável</p>
Marketing Digital	<ul style="list-style-type: none"> - dados históricos sobre o perfil de compras do cliente; - dados históricos da vida útil do serviço; - dados históricos sobre o comportamento de outros serviços pertencentes ao mesmo nicho; - dados históricos sobre a avaliação do serviço; 	Por que o cliente estará fidelizado somente após doze meses de consumo do serviço?	<p>Cenário A: pouco possível</p> <p>Cenário B: possível</p> <p>Cenário C: bastante possível</p>

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) a partir de Simões (2006), Simões e Dornelles (2012), Lasta (2015) e INEP (2019)

A proposta do quadro 17 é a de apresentar situações hipotéticas que envolvam atividades fins de Relações Públicas e que a função do prognóstico possa amparar na tomada de decisões. Nela estão apresentadas algumas das atividades afins. Porém, permanece enquanto uma proposta aberta e continuável, pelo qual o CONFERP, através de seus profissionais, a comunidade científica e este mercado

oculto de RRPP (Simões e Dornelles, 2012) podem incluir outras atividades em que o prognóstico também possa contribuir com as decisões futuras.

Através do quadro 17, articula-se conceitos antes aproximados, como os dados - iniciais e hipotéticos - e a sugestão de que o diagnóstico já seja uma prática da organização. Também se visualiza o que Simões (2006) defende como o resultado do prognóstico: a criação de cenários, considerando níveis de probabilidade de suas ocorrências. É baseado nestes cenários que se diminuem as incertezas, indicando quais são os riscos e vantagens de cada ação.

No mundo dos negócios, uma boa capacidade de previsão pode ser a diferença entre a prosperidade e a falência; no governo, a diferença entre as políticas que impulsionam as comunidades e aquelas que lhes infligem consequências involuntárias e desperdiçam dólares dos impostos; na segurança nacional, a diferença entre a paz e a guerra. (GARDNER, 2016)

Com a ideia de diferença que Gardner (2016) revela, encerra-se este capítulo reafirmando que a “atividade [de Relações Públicas] existe para a humanização das organizações e dos sistemas dos quais faz parte” (SIMÕES, 2006, p.109). Isto é, compete às Relações Públicas e ao prognóstico apoiar na tomada de decisões organizacionais, para que de fato a resultante dessa diferença ocorra mediante previsões positivas ao núcleo do sistema organização-públicos e, se for necessário, ampliações para além do processo comunicacional, como afirmam Simões e Dornelles (2012) e Lasta (2015).

Na sequência, o capítulo cinco segue discutindo a temática de Relações Públicas a partir do levantamento de seu estado da arte. Para tanto, alguns dos conceitos são continuados e revisitados pela ótica de outros autores, desvelando o atual estágio da produção acadêmica na área.

5.0 ESTADO DA ARTE DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Este capítulo apresenta o estado de arte da produção científica em Relações Públicas. Tem como fontes de pesquisa a produção documental desenvolvida nos programas de pós-graduação stricto sensu, com cursos de mestrado e de doutorado existentes no Brasil, além de artigos publicados em Anais de Congressos Científicos da área de Relações Públicas.

Nesse contexto, como o percurso metodológico adotado neste capítulo já foi demonstrado anteriormente¹⁰², seu conteúdo é a análise documental. Dito isto, os dados extraídos dos anais dos Congressos Científicos realizados pela ABRAPCORP são responsáveis por 11 dos 21 documentos analisados, enquanto que os outros 10 são resultantes do Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES. A distribuição quantitativa, que inclui o tipo de documento, os autores, além dos anos de publicação e/ou defesa, estão sintetizados no quadro 18.

Quadro 18: síntese do corpus do estado da arte

Base dos dados	Tipo de documento	Total de documentos analisados	Autores dos trabalhos que compõem o corpus analisado	Ano de publicação e/ou defesa
ABRAPCORP (Anais dos Congressos)	Artigo publicado em Anais de eventos	10	DI FELICE , Massimo	2007
			TERRA , Carolina Frazon	2007, 2015, 2018
			LIEDKE , Enói Dagô	2010
			TORRES , Tércia Zavaglia; PEREIRA , Nadir Rodrigues; GÂMBARO , Bruno	2012
			DREYER , Bianca Marder	2017
			BOARINI , Dulce Margareth	2018, 2019
			RAPOSO E SILVA , João Francisco	2019
CAPES (Catálogo de Teses e Dissertações)	Tese de doutorado	3	VERGILI , Rafael	2017
			LASTA , Elisangela	2015
			RHODEN , Valmor	2013

continua

¹⁰² As estratégias e critérios adotados para a seleção do corpus estão demonstrados no capítulo um, que trata das metodologias desta dissertação;

Base dos dados	Tipo de documento	Total de documentos analisados	Autores dos trabalhos que compõem o corpus analisado	Ano de publicação e/ou defesa
CAPES (Catálogo de Teses e Dissertações)	Dissertação de mestrado	8	BOARINI, Dulce Margareth	2016
			SILVA, Claudia Palma Da	2015
			DREYER, Bianca Marder	2014
			FRANCHON, Ana Maria	2009
			STASIAK, Daiana	2009
			SCHNEIDER, Carla	2008
			TERRA, Carolina Frazon	2006
			COSTA, Christiane Gonçalves	2006
Corpus	21 documentos			1996 a 2019

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) a partir de levantamentos nas bases dos anais dos congressos da ABRAPCORP (2007 a 2019) e do Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES (1996 a 2019)

Através do levantamento realizado e, por consequência, com a observação do estado de arte da produção já desenvolvida, verificou-se a existência de lacunas teóricas em relação a temáticas, já que pouco têm sido exploradas. É o caso das pesquisas que tratam de dados, além da inobservância de qualquer estudo que envolva a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

Nos próximos tópicos cada um dos 21 documentos será discutido, observando pontos de contribuição ao tema e a delimitação do tema desta dissertação.

5.1 TESES E DISSERTAÇÕES NA CAPES ENTRE 1996 E 2019

A plataforma CAPES reúne em sua base de dados a produção acadêmica brasileira *stricto sensu* em nível de mestrado e doutorado. O Catálogo de Teses e Dissertações, como é conhecida a base, possui registros documentais desde o ano de 1987, mas com limitações de acesso aos arquivos, já que os mesmos eram entregues apenas em formato impresso. É somente a partir de 2013 que os documentos incorporados à base já passaram a ser disponibilizados digitalmente.

No levantamento documental da CAPES, o intervalo considerado é de 24 anos. Ele inicia em 1996 e termina em 2019, além de estar dividido em três subperíodos (1996-2006, 2007-2012 e 2013-2019). A intencionalidade desta categorização justifica-se por:

a) Simões, um dos precursores brasileiros das teorias de Relações Públicas, desenvolve seu arcabouço teórico sobre a área entre os anos de 1995 a 2006. Com isso, o primeiro período de análise (1996-2006) representa o mesmo intervalo de tempo em que as obras estavam sendo produzidas. O objetivo dessa aproximação é observar se os conceitos do autor já são incorporados em teses e/ou dissertações defendidas no período¹⁰³;

b) o período de 2007 a 2012 é considerado por reunir uma série de avanços estratégicos e tecnológicos, impulsionados pelo uso dos meios de comunicação digital e pela ampliação da comunicação sem fio no país;

c) já o período de 2013 a 2019 é selecionado por representar uma exaltação ao início da digitalização do Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES e encerra-se no ano de 2019, já que as análises desta dissertação foram realizadas em 2020. Este período também representa o mesmo intervalo de tempo já mapeado pelo dashboard do Banco de Dados Acadêmicos em Relações Públicas (BDRP). Desenvolvido pelo GPEPcom¹⁰⁴, sua função é a de facilitar a extração e a visualização dos dados, possibilitando outras análises.

Brevemente retomando o percurso metodológico adotado como protocolo para o desenvolvimento deste capítulo, o primeiro movimento realizado foi a localização dos termos que compõem a categoria de significado¹⁰⁵ no título e/ou nas palavras-chave dos documentos. Após a identificação, procedeu-se com a leitura do resumo. Como resultado da seleção, no quadro 19 é possível observar quais documentos foram selecionados e, em destaque na cor vermelha, através de quais palavras foram incluídos no corpus analisado.

¹⁰³ Mesmo que a publicação de Simões tenha ocorrido em 1995, segundo mensagem exibida no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES, o primeiro registro documental para a busca por "Relações Públicas" data de 1996, considerando este o ano de início das análises;

¹⁰⁴ Grupo de Pesquisa Ensino e Prática em Comunicação está vinculado ao PPGCOM da PUCRS;

¹⁰⁵ "digital", "digitais", "prognóstico", "dados", "big data", "data studio", "pensamento computacional", "algoritmo", "tecnologia", "tecnologias", "tecnológicos", "inovação", "inovações" e/ou "LGPD";

Quadro 19: documentos do Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES que compõem o corpus

Título	Autor	Ano de defesa	Nível acadêmico	Palavras-chave
Relações Públicas e tecnologia : a história das relações públicas no Brasil sob o enfoque da Internet	COSTA , Christiane Gonçalves	2006	Mestrado	Relações Públicas; Mudanças tecnológicas ; Globalização; Internet; Perspectivas profissionais.
Comunicação Corporativa Digital : o futuro das relações públicas na rede	TERRA , Carolina Frazon	2006	Mestrado	Comunicação digital ; Comunicação organizacional digital; Comunicação bidirecional; Relações Públicas; Blogs.
A interação e o relacionamento nas "pílulas da qualidade": um caso de relações públicas na internet	SCHNEIDER , Carla	2008	Mestrado	Relações Públicas; Internet ; Interação; Relacionamento; Públicos; Desenho animado
Estratégias comunicacionais e práticas de WebRP : o processo de legitimação na sociedade midiaticizada	STASIAK , Daiana	2009	Mestrado	Processo de legitimação; mídia; Estratégias comunicacionais; Relações Públicas; Internet ; Portais institucionais
A inclusão digital como estratégia e política de gestão de relações públicas em organizações privadas	FRANCHON , Ana Maria	2009	Mestrado	Era da informação; Tecnologia ; Estratégia; Relações Públicas; Inclusão digital
O ensino superior de Relações Públicas: formação digital , práticas e desafios na UFSM	RHODEN , Valmor	2013	Doutorado	Relações Públicas; Tecnologias digitais ; Relações Públicas Digitais ; Ensino de Relações Públicas;
Relações Públicas na gestão das estratégias de comunicação organizacional na sociedade digitalizada : um estudo de caso da Nestlé Brasil S/A	DREYER , Bianca Marder	2014	Mestrado	Relações Públicas; Comunicação Organizacional; Mídias Sociais; Públicos e Comunicação digital
As práticas de Relações Públicas na cultura digital : uma análise da narrativa transmídia do Magazine Luiza através da personagem Lu	SILVA , Claudia Palma Da	2015	Mestrado	Narrativa transmídia; Relações Públicas; Redes sociais; Conversação mediada; Cultura digital
A práxis reflexiva das relações públicas na sociedade midiaticizada : mediação estratégica comunicacional nos blogs corporativos'	LASTA , Elisangela	2015	Doutorado	Sociedade midiaticizada; Comunicação Organizacional; Relações Públicas; Práxis reflexiva; Media digitais

Continua

Título	Autor	Ano de defesa	Nível acadêmico	Palavras-chave
O planejamento da comunicação on-line : como a velocidade no fluxo da informação altera a forma de planejar	BOARINI , Dulce Margareth	2016	Mestrado	Comunicação; Planejamento; Consumidor; Internet; Mídias sociais digitais
Literacias digitais nos cursos de graduação em Relações Públicas: disciplinas de tecnologia nas matrizes curriculares de universidades brasileiras	VERGILI , Rafael	2017	Doutorado	Disciplinas de tecnologia ; Ensino superior; Literacias digitais ; Matrizes curriculares; Relações Públicas

Fonte: Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES (1996 a 2019)

Cada um destes 11 documentos, distribuídos entre oito dissertações e três teses, serão retomados individualmente no decorrer do capítulo, cuja organização está pautada a partir das categorias temporais definidas no protocolo das estratégias metodológicas. Assim, no próximo tópico são estudados os documentos que fazem parte da literatura produzida entre os anos de 1996 e 2006.

5.1.1 Teses e dissertações entre 1996 e 2006

Quando observado o período de 1996 a 2006 na base do Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES, os resultados sobre a produção que retornam para a busca por “relações públicas” são de 86 documentos, distribuídos entre teses e dissertações. Considerando o alto volume documental e verificando a contribuição ao tema e a delimitação desta dissertação, a indicação da amostra atendeu aos critérios estabelecidos no capítulo um.

Sendo brevemente resgatadas, foram realizadas três etapas na base da CAPES: na primeira, a busca se deu genericamente por “relações públicas”. Já a segunda ocorreu com a leitura do título dos 86 trabalhos selecionando aqueles que apresentam qualquer relação com os termos¹⁰⁶, seja léxica ou contextualmente. O

¹⁰⁶ "digital", "digitais", "prognóstico", "dados", "big data", "data studio", "pensamento computacional", "algoritmo", "tecnologia", "tecnologias", "tecnológicos", "inovação", "inovações" e/ou "LGPD";

resultado parcial desta segunda etapa foi a redução de 86 para seis documentos, isto porque os que não foram selecionados não utilizavam os termos da categoria de significado ou suas aproximações. A relação documental pode ser observada no quadro a seguir, que destaca na cor vermelha o critério (termo) utilizado na seleção.

Quadro 20: teses e dissertações entre 1996 e 2006

Título	Autor(a)	Ano de defesa	Nível acadêmico
Serviço ao consumidor a prática brasileira do relacionamento on-line	GUZZELLI , Denize Aparecida	1997	Mestrado
Interatividade e relacionamento Virtual : um estudo em home pages de consultorias de Relações Públicas	ANDRADE , Zilda Aparecida Freitas De.	2001	Mestrado
Relações Públicas na era da informação abordagens das mídias audiovisuais e digitais em cursos superiores	MARTINS , Marta Terezinha Motta Campos	2003	Mestrado
Relações Públicas e tecnologia : a história das Relações Públicas no Brasil sob o enfoque da Internet	COSTA , Christiane Gonçalves	2006	Mestrado
Relações Públicas Internacionais - o caminho das organizações brasileiras na internet .	SILVA , Vagner de Carvalho	2006	Mestrado
Comunicação corporativa digital : o futuro das Relações Públicas na rede	TERRA , Carolina Frazon	2006	Mestrado

Fonte: Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES (1996 a 2006)

Diante do título da obra e conhecendo a categoria temporal estudada, retomou-se o fato de que os seis documentos selecionados são anteriores à digitalização do Catálogo de Teses e Dissertações, sendo preciso recorrer aos serviços de busca do Google para o acesso à íntegra das pesquisas, que uma vez localizados nas bibliotecas depositárias das próprias instituições de ensino, foram examinados. Com o aprofundamento na análise, verificou-se que nem todos os seis possuíam pontos de convergência com esta pesquisa. As dissertações de Guazzelli (1997), Andrade (2001), Martins (2003) e Silva (2006) foram desconsideradas.

Guazzelli (1997) estuda como os serviços de atendimento ao consumidor (SAC) são importantes estratégias para harmonizar os interesses da empresa e do

consumidor; Andrade (2001) investiga se há plena utilização de recursos interativos em home pages (páginas iniciais) de portais de consultorias de Relações Públicas e se o uso representou mudanças nas atitudes dos públicos e das organizações. Já Martins (2003) desvela como e quais tecnologias audiovisuais e digitais de comunicação estão presentes nos programas dos cursos de Relações Públicas da região sul do Brasil, enquanto que Silva (2006) confronta os tópicos da comunicação internacional, de Relações Internacionais e de Relações Públicas constituindo bases para o entendimento das Relações Públicas Internacionais.

Logo, com a leitura dos resumos, conclui-se a terceira etapa, permanecendo as dissertações de Costa (2006) e Terra (2006) como resultantes deste primeiro intervalo (1996 a 2006) da categoria temporal da CAPES. Os principais resultados apresentados pelas autoras são discutidos na sequência.

Costa (2006) estuda a mudança no comportamento organizacional e o crescimento da cultura do relacionamento como uma estratégia de diferenciação. Ela entende que os principais fatores que impactam o contexto são a globalização e a internet.

Para compreender as mudanças, a autora (2006) resgata elementos da história de Relações Públicas no cenário brasileiro e mundial, apresentando uma cronologia com instrumentos de RRPP considerados referência para diferentes momentos da atividade. Para Costa (2006), o primeiro instrumento utilizado pelos profissionais de Relações Públicas é a palavra, por onde se evoluiu à escrita até os meios de comunicação de massa¹⁰⁷.

Com o desenvolvimento da profissão no cenário brasileiro, a abertura de cursos de graduação, o surgimento da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP) e a representação profissional a partir do Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas (CONFERP) os instrumentos utilizados foram ampliados¹⁰⁸.

¹⁰⁷ Os meios de comunicação de massa são entendidos por Costa (2006) como os comunicados, comunicação escrita (correspondência), mala direta, quadro de aviso, cartazes, publicações das empresas, fotografias, reuniões e os meios audiovisuais, dentre eles o auto-falante, o cinema, o rádio e a televisão;

¹⁰⁸ Pela visão de Costa (2006) somam-se a lista da comunicação de massa: informativos, avisos, cartazes, press-releases (comunicados de imprensa), press kit (material contendo um conjunto de informações que constam de textos, fotos, gravações, vídeos), mala-direta, encartes, memorandos, ofícios, telegramas, newsletter, jornal da empresa, jornal mural, manuais, caixas de sugestões, além de atuação junto aos veículos de comunicação de massa, como rádio, televisão, jornal e revista;

Costa (2006) defende que não há substituição dos instrumentos, mas o que ocorre é a sua complementação. Assim, a autora antecipa que os instrumentos de RRPP são continuamente impulsionados pelas novas tecnologias, isto é, foram se transformando em modelos para a geração de outros. E, em suas conclusões, a autora defende que indiferente das mudanças e da evolução dos instrumentos utilizados pelos profissionais, o que não se altera para a atividade de Relações Públicas é o relacionamento como objeto formal do ser e do fazer.

A segunda dissertação analisada é a de Terra (2006), que estuda os blogs como ferramentas de relacionamento entre a organização e seus públicos. A autora compara a comunicação tradicional, definida por ela como os meios de comunicação impressos, eletrônicos e audiovisuais, com a comunicação digital. Para Terra (2006), as empresas têm utilizado esta segunda através de sua presença na web para se posicionarem institucional e mercadologicamente.

A autora justifica que a ampliação das estratégias de comunicação digital utilizadas pelas organizações ocorre em decorrência de características nativamente digitais: um modelo comunicativo bidirecional, direto e instantâneo. Pela ótica de Terra (2006), esta instantaneidade da comunicação digital quando percebida através do modelo bidirecional e interposta ao uso dos blogs é capaz de gerar mais interações com os públicos, à medida que amplia a visibilidade das organizações.

Ao concluir, Terra (2006) adverte: para que este profissional de Relações Públicas operacionalize as estratégias de comunicação digital, ele não precisa ser um exímio conhecedor da tecnologia, mas se torna relevante que experimente as ferramentas enquanto usuário, identificando potencialidades que possam contribuir com a prática profissional.

Desta forma, com as dissertações de Costa (2006) e de Terra (2006), conclui-se a análise da categoria temporal de 1996 a 2006. Através da visão das autoras se pode observar movimentos ainda iniciais para a pesquisa sobre digital, tecnologia, TICs e suas intersecções no campo¹⁰⁹ das Relações Públicas. Trata-se ao mesmo tempo de um período em que o acesso às tecnologias da comunicação digital ainda não era amplamente utilizado pelas pessoas e organizações.

¹⁰⁹ Tavares (2018) entende a noção de campo a partir de Bourdieu (1983), como um conjunto de práticas e ideologias que caracterizam determinado grupo social;

Portanto, os pesquisadores que são precursores nas discussões convergentes com o tema desta dissertação foram referenciados no decorrer do tópico, resgatando algumas de suas visões sobre o contexto da atividade de Relações Públicas e as condições de atuação profissional. No tópico a seguir são discutidas as teses e dissertações da categoria temporal de 2007 a 2012.

5.1.2 Teses e dissertações entre 2007 e 2012

Conforme os dados levantados no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES, entre 2007 e 2012 foram defendidos 48 trabalhos relacionados ao campo das Relações Públicas, distribuídos entre teses e dissertações. No período, a partir do levantamento realizado, identificou-se aumento no uso das estratégias de comunicação e relações públicas nos ambientes digitais, possivelmente decorrentes do acesso à internet e aos canais e redes sociais. No ano de 2007, por exemplo, o Brasil era o país com a quarta maior população mundial conectada às redes sociais. Este e outros fenômenos desencadeados pela conectividade podem ter contribuído para o aumento no número de pesquisas de pós-graduação estudando a temática.

Por isso, compreender os resultados do período é relevante para o entendimento do contexto das Relações Públicas na contemporaneidade e da relação dos profissionais com os dados. O quadro a seguir apresenta os oito documentos identificados na segunda etapa (localização dos termos da categoria de significado). Na cor vermelha estão sinalizadas as palavras pelas quais estes documentos foram selecionados.

Quadro 21: teses e dissertações entre 2007 e 2012

Título	Autor(a)	Ano de defesa	Nível acadêmico
Comunicação pública e complexidade: uma perspectiva das Relações Públicas como sujeito comunicacional e estratégico no cenário da midiatização	SILVA , Jaqueline Quincozes da	2007	Mestrado
A interação e o relacionamento nas "Pílulas da Qualidade": um caso de Relações Públicas na internet	SCHNEIDER , Carla	2008	Mestrado

continua

conclusão

Título	Autor(a)	Ano de defesa	Nível acadêmico
Estratégias comunicacionais e práticas de WebRP: o processo de legitimação na sociedade mediatizada	STASIAK , Daiana	2009	Mestrado
A inclusão digital como estratégia e política de gestão de Relações Públicas em organizações privadas	FRANCHON , Ana Maria	2009	Mestrado
Comunicação e organização empresariais na cibercultura : mudanças na comunicação interna na era da glocalização	REIS , Angela Pintor dos	2010	Mestrado
A conexão da organização, do RRPP e seus públicos por meio do blog - o caso do blog Mamie Bella - O Boticário	GONTARZ , Poliane de Souza Brandalize	2011	Mestrado
Relações Públicas e Mídias Sociais : uma análise de suas aplicações no relacionamento organizacional	FONSECA , Mayara de Souza Guimarães	2011	Mestrado
Premissas deontológicas de Relações Públicas e exigências do mercado: relacionamento entre grandes empresas e stakeholders por meio de redes sociais conectadas	VERGILI , Rafael	2012	Mestrado

Fonte: Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES (2007 a 2012)

Na terceira etapa, com base na leitura dos resumos, dos oito documentos, cinco são desconsiderados. Entre eles Silva (2007), Reis (2010), Gontarz (2011), Fonseca (2011) e Vergili (2012).

Silva (2007) analisa os desafios profissionais dos relações-públicas que atuam na comunicação pública do Poder Legislativo do Rio Grande do Sul frente ao contexto mediatizado. Já Reis (2010) estuda as relações humanas na e pela cibercultura¹¹⁰ aproximadas dos conceitos de comunicação interna¹¹¹ em organizações empresariais brasileiras. Gontarz (2011) realiza um estudo acerca dos blogs, entendendo-os como um dos sistemas de comunicação utilizados para a

¹¹⁰ Reis (2010) utiliza, entre outros autores, Trivinho (2007, p.116), que define cibercultura como “comunicação material simbólica e imaginária da vida humana correspondente a predominância mundial das tecnologias e redes digitais avançadas, na esfera do trabalho, do tempo livre e do lazer”;

¹¹¹ Reis (2010, p.15) entende que “corresponde à política, aos processos e fluxos formais de informação entre a direção das organizações empresariais e seus funcionários, sendo também um instrumento de gestão e motivação da força de trabalho”;

aproximação e conexão com o público de O Boticário¹¹². Fonseca (2011) investigou se as mídias sociais, na cidade de Manaus, foram utilizadas como uma nova alternativa para estreitar relacionamentos entre os setores varejistas e seus públicos ou apenas como meio de transmissão de informações. E, por fim, Vergili (2012) verifica se as normas, direitos e deveres para o exercício adequado da atividade de Relações Públicas estão em sintonia com as exigências do mercado, discutindo os limites e potencialidades do uso de redes sociais conectadas.

Com isso, nos parágrafos seguintes são apresentados os principais resultados das pesquisas de Schneider (2008), Stasiak (2008) e Franchon (2009), as três dissertações resultantes para a categoria temporal de 2007 a 2012.

Schneider (2008) estuda como ocorrem as interação e o relacionamento mediados por um computador. Na análise, a autora desenvolve um modelo que demonstra características de personagens virtuais utilizados nesta mediação e, sequencialmente, compara-os entre si. Ela direciona seu olhar aos personagens virtuais vinculados ao Programa Gaúcho de Qualidade e Produtividade (PGQP), através da ação “pílulas de qualidade”, que apresenta conteúdos em desenho animado sobre gestão da qualidade.

A autora conclui que estratégias utilizando personagens virtuais foram aceitas de forma satisfatória no sistema organização-públicos. Apontando que incluir personagens virtuais nas ações comunicacionais tem potencial de ampliar as possibilidades de interação dos públicos com as organizações e delas com eles.

Outra pesquisa analisada é a dissertação de Stasiak (2009) que estuda os portais organizacionais na internet. Para ela, o ambiente digital possibilita a legitimação institucional de uma organização diante de seus públicos. A autora (2009) justifica esta ocorrência à medida que articula os meios de comunicação enquanto “ambiência sociotécnica”, isto é, por onde as tecnologias e os sujeitos se afetam constantemente, produzindo novas formas de sociabilidade.

Stasiak (2009) destaca que os profissionais de Relações Públicas precisam estar atentos aos resultados desta intersecção entre a tecnologia e o sujeito. Por

¹¹² O Boticário é uma empresa de cosméticos e perfumes com sede no Brasil;

isto, na tentativa de organizar estas aproximações, ela apresenta sua proposta de categorização para as WebRP¹¹³.

Divididas em três fases, as etapas das WebRPs são verificadas através da análise de portais organizacionais na web. A primeira é caracterizada pela presença de pontos de identidade visual, dados históricos das organizações (como a missão, a visão, os valores e o organograma), além de notícias e comunicados. Na segunda fase, Stasiak (2009) aponta que ocorre a ampliação dos serviços virtuais e conteúdos divulgados através destes portais, com publicações mais frequentes e outros recursos, como fotos e vídeos, além do crescimento na quantidade de canais de contato. Enquanto que na terceira fase há o predomínio de conteúdos dirigidos, a presença de chats, a utilização de recursos multimídia como a inclusão do vídeo e a possibilidade do acesso a documentos diretamente no portal, sem a necessidade do download dos arquivos.

Ao concluir, Stasiak (2009) defende que os portais na web podem ser utilizados enquanto estratégia de relacionamento e visibilidade institucional, já que contribuem para a legitimação das organizações, disponibilizando informações em diferentes formatos. A autora, entretanto, adverte que os profissionais de Relações Públicas pouco têm explorado as oportunidades que surgem como resultado das ambiências sociotécnicas.

Ainda no ano de 2009 tem-se a dissertação de Franchon. A autora questiona se as organizações privadas desenvolvem projetos de inclusão digital como diferencial estratégico e política de Relações Públicas. Para ela, a internet é a base material e tecnológica que constitui a sociedade em rede. Franchon (2019) também complementa que, através do contato da internet com as tecnologias “já existentes”, surgem as “novas tecnologias da informação e da comunicação” - ou apenas “novas tecnologias”.

Analisando as organizações que apóiam o Comitê para Democratização da Informática (CPDI)¹¹⁴, Franchon (2009) busca compreender aspectos da inclusão digital presentes ou não nas estratégias comunicacionais de cada organização. Ao

¹¹³ Stasiak (2009) faz o uso do termo WebRP para referir-se às Relações Públicas desempenhadas nos ambientes digitais ou direcionadas a eles;

¹¹⁴ O Comitê para Democratização da Informática é uma organização que desenvolve ações de inclusão social usando as TICs;

verificar as ações realizadas, ela demonstra que a inclusão digital não é exclusiva da presença material de um computador ou que ocorra através do acesso à internet.

Na visão dela, para que exista a inclusão digital, é necessário uma etapa de sensibilização com as pessoas que trabalham nestas organizações e, somente então, a inclusão digital estará em condições de ocorrer. Quando conclui, Franchon (2009) reforça que a comunicação desempenha um papel democratizante na sociedade, sendo suporte para o desenvolvimento social e o exercício da cidadania.

Com a análise da dissertação de Franchon (2009) encerra-se o levantamento para a categoria temporal de 2007 a 2012. Entre as questões discutidas, um dos pontos de intersecção que podem ser observados entre os documentos analisados é a necessidade de se pensar a teoria e a prática das Relações Públicas num contexto contemporâneo. Os autores demonstram que o relacionamento entre a organização e os seus públicos permanece como um pilar da atividade, entretanto destacam que ele passa a ser mediatizado em canais de comunicação digital. Finalizando a base da CAPES, no próximo tópico são apresentadas as teses e dissertações da terceira e última categoria temporal analisada, que compreende o período de 2013 a 2019.

5.1.3 Teses e dissertações entre 2013 a 2019

Para a análise das teses e dissertações defendidas entre 2013 e 2019 se utilizou como apoio o *dashboard* do BDRP¹¹⁵. Através dele, foi facilitada a visualização dos documentos além da possibilidade de outras análises, apresentadas no decorrer do capítulo.

No período, o total de documentos depositados no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES foi de 73, sendo que 55 são dissertações de mestrado e 18 teses de doutorado. Uma característica desta categoria temporal é a digitalização do Catálogo de Teses e Dissertações, que passou a disponibilizar os arquivos em formato digital das teses e dissertações defendidos a partir do ano de 2013.

Como demonstrado nas estratégias metodológicas, como o acesso aos documentos estava disponível, a primeira etapa para a seleção do corpus ocorreu

¹¹⁵ Disponível no apêndice A;

de forma diferente quanto às demais categorias temporais. A partir de 2013, as buscas pelos termos¹¹⁶ também incluem o campo das palavras-chave. Dito isto, dos 73 trabalhos defendidos no período, 11 têm no título ou nas palavras-chave algum dos termos da categoria de significado.

Entretanto, ao avançar para a terceira etapa e com a leitura dos resumos, observou-se que as dissertações de Gasparindo (2016), sobre comunicação e cultura focada em inovação na comunicação organizacional de multinacionais, de Matos (2015) abordando a comunidade indígena a partir de casos com a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) e de Souza (2015) que estuda eventos organizacionais, estão distantes do tema desta dissertação, sendo portanto desconsideradas.

Além disso, somando-se às obras divergentes ao tema da dissertação estão a tese de Brenol (2019) que estuda o jornalismo de dados, abordando as Relações Públicas a partir das atividades de assessoria de imprensa e também a dissertação de Cardoso (2019), que pesquisa o uso de algoritmos em relação às fake news e a opinião pública. Portanto, dos 11 documentos selecionados, no quadro 22 se apresenta a relação dos seis que constituem o corpus. Com destaque na cor vermelha pode-se verificar por quais termos da categoria de significado os documentos foram selecionados.

Quadro 22: teses e dissertações entre 2013 e 2019

Título	Autor(a)	Ano de defesa	Nível acadêmico	Palavras-chave
O ensino superior de Relações Públicas: formação digital , práticas e desafios na UFSM	RHODEN , Valmor	2013	Doutorado	Relações Públicas; Tecnologias digitais ; Relações Públicas Digitais ; Ensino de Relações Públicas; Cursos da UFSM
Relações Públicas na gestão das estratégias de comunicação organizacional na sociedade digitalizada : um estudo de caso da Nestlé Brasil S/A	DREYER , Bianca Marder	2014	Mestrado	Relações Públicas; Comunicação Organizacional; Mídias sociais; Públicos e Comunicação digital

continua

¹¹⁶ "digital", "digitais", "prognóstico", "dados", "big data", "data studio", "pensamento computacional", "algoritmo", "tecnologia", "tecnologias", "tecnológicos", "inovação", "inovações" e/ou "LGPD";

Título	Autor(a)	Ano de defesa	Nível acadêmico	Palavras-chave
As práticas de Relações Públicas na cultura digital : uma análise da narrativa transmídia do Magazine Luiza através da personagem Lu	SILVA , Claudia Palma Da	2015	Mestrado	Narrativa transmídia; Relações Públicas; Redes sociais; Conversação mediada ; Cultura digital
A práxis reflexiva das Relações Públicas na sociedade mediatizada : mediação estratégica comunicacional nos blogs corporativos	LASTA , Elisangela	2015	Doutorado	Sociedade mediatizada ; Comunicação Organizacional; Relações Públicas; Práxis reflexiva; Media digitais
O planejamento da comunicação on-line : como a velocidade no uso da informação altera a forma de planejar	BOARINI , Dulce Margareth	2016	Mestrado	Comunicação; Planejamento; Consumidor; Internet ; Mídias Sociais Digitais
Literacias digitais nos cursos de Graduação em Relações Públicas: disciplinas de tecnologia nas matrizes curriculares de universidades brasileiras	VERGILI , Rafael	2017	Doutorado	Disciplinas de Tecnologia ; Ensino Superior; Literacias Digitais ; Matrizes Curriculares; Relações Públicas

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base no BDRP (2013 a 2019)

No decorrer do capítulo são discutidos aspectos de cada uma das teses e dissertações. Aleatoriamente, inicia-se por Rhoden (2013), que aborda questões relacionadas ao ensino superior de Relações Públicas pela vertente de uma formação digital. O autor realiza sua pesquisa tendo como objeto o curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e do Cesnors/UFSM¹¹⁷.

A problemática de Rhoden (2013) está em compreender como os cursos de graduação em Relações Públicas tem inserido ou não as novas tecnologias, principalmente advindas das Relações Públicas Digitais, em suas matrizes curriculares. Uma das referências do autor é a dissertação de Stasiak (2009), ressignificando o conceito de WebRP, para o de Relações Públicas Digitais. Na visão de Rhoden (2013), Relações Públicas Digitais é a denominação mais

¹¹⁷ Centro de Educação Superior Norte, vinculado à Universidade Federal de Santa Maria (UFSM);

adequada para dar conta das possibilidades que o ambiente tecnológico proporciona.

Durante a pesquisa, o autor compara as versões de 2002 e de 2013 das Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) quanto às disciplinas focadas nas temáticas digitais, questionando o quanto os cursos estavam preparados para responder, academicamente, as novas realidades. Na conclusão, Rhoden (2013) argumenta que ainda existe uma lacuna entre o que as DCNs esperam e o que as graduações estão oferecendo no ensino das tecnologias digitais.

Outra dissertação estudada é a de Dreyer (2014). A autora pesquisa se existe um modelo comunicacional digital padronizado e passível de aplicação em diferentes organizações. Para responder a essa questão, investiga como a Nestlé¹¹⁸ atualiza suas plataformas digitais.

No decorrer da pesquisa, são apresentados os conceitos de Relações Públicas 2.0, 3.0 e 4.0 que acompanham, em paralelo, as noções da web 2.0, 3.0 e 4.0. Dreyer (2014) se direciona às Relações Públicas 2.0, entendendo ser passível ao estágio atual de muitos profissionais e organizações. Na 2.0, RRPP assume a função de mediação com os públicos através dos meios digitais, tendo como apoio diferentes suportes, como vídeos, fotos, áudios, imagens e links.

Também é na dissertação de Dreyer (2014) que se estabelece um outro conceito para tratar da atividade no contexto atual. Ela entende que Relações Públicas não seriam WebRp e nem digitais, mas sim contemporâneas ou desempenhadas na contemporaneidade. Sugere ainda que a adjetivação com a inclusão do termo digital cria dicotomia entre “Relações Públicas” e “Relações Públicas Digitais”, originando um novo campo de estudo, que pode ser prejudicial ao desenvolvimento da atividade.

Considerando, pois, a afirmativa de Dreyer acerca de Relações Públicas Contemporâneas, a autora sugere que os profissionais embasem suas práticas considerando não apenas RRPP 2.0, mas incluindo os cenários 3.0 e 4.0. Deles

¹¹⁸ A Nestlé é uma empresa transnacional Suíça que opera no Brasil a partir do setor alimentício;

advém o uso da web semântica¹¹⁹, inteligência artificial¹²⁰, algoritmos, apps¹²¹, big data, ubiquidade¹²², terra e petabytes¹²³, computação cognitiva¹²⁴ e em nuvem, além de outras novas tecnologias. Ao concluir a dissertação, Dreyer (2014) destaca que, em especial na Nestlé, não há um modelo padrão de comunicação aplicado aos ambientes digitais. Eles são caracterizados pelo dinamismo das tecnologias envolvidas em RRPP 3.0 e 4.0.

Outro documento analisado é a tese de Lasta (2015). A autora estuda como os blogs corporativos podem ser apropriados como mediação estratégica e comunicacional entre múltiplos atores sociais. Lasta (2015) discorre que a construção da realidade social na sociedade midiaticizada passa pela práxis¹²⁵ reflexiva de Relações Públicas, até o instante em que posiciona os blogs corporativos como uma possibilidade de mediação estratégica comunicacional.

A partir do levantamento bibliográfico conduzido por Lasta (2015), a autora identifica que, em 1995, Simões apresenta o sistema como “organização-públicos” e discorre que o objeto formal das Relações Públicas é o conflito e, eminentemente, a cooperação para sua resolução. Baseado neste insumo teórico, a autora readequa o objeto material de Relações Públicas, entendendo-o enquanto um sistema organização-públicos no-pelo *medium* digital, incluindo ao objeto formal a negociação.

¹¹⁹ De acordo com Corrêa e Bertocchi, (2012, p.126), a Web Semântica “não é uma rede separada, mas uma extensão da atual, na qual a informação recebe um melhor significado, os computadores são mais bem programados e as pessoas trabalham em cooperação”;

¹²⁰ De acordo com Feigenbaum (1981, apud FERNANDES, 2003, p.1), a inteligência artificial é a “a parte da ciência da computação voltada para o desenvolvimento de sistemas de computadores inteligentes, ou seja, sistemas que exibem características, as quais se relacionam com a inteligência no comportamento do homem”;

¹²¹ De acordo com Nascimento, Martins e Vicker (2013, p.5), “os aplicativos, conhecidos genericamente como apps, são softwares que carregam nos aparelhos eletrônicos funcionalidades específicas para facilitar certas aplicações existentes ou novas atribuídas”;

¹²² De acordo com Foresti, Varvakis e Vieira (2018, p. 191), a ubiquidade “é a presença virtual em muitos lugares concomitantemente e está intimamente ligada aos fenômenos contemporâneos de acesso e uso de informação”;

¹²³ Byte é uma medida utilizada para medir o potencial de memória e armazenamento de um determinado dispositivo. A configuração de petabyte refere-se à quantidade de 10¹⁵;

¹²⁴ De acordo com Dreyer (2014, p.69), computação cognitiva refere-se aquela “onde sistemas computacionais vão interagir, aprender e se desenvolver com quase ou nenhuma interferência humana”;

¹²⁵ De acordo com Tavares (2018, p.16), a práxis tem uma relação intrínseca entre teoria e prática, à medida que “a prática configura-se como a matéria-prima para a reflexão do sujeito sobre seu resultado”;

Outro ponto da práxis de Relações Públicas que Lasta (2015) revisita é a matéria-prima de RRPP. Simões (1995) defendia a informação como a matéria-prima, já Lasta (2015) amplia esta visão, inserindo os dados e os conhecimentos como necessários e complementares à informação. Neste sentido, a autora conceitua que a matéria-prima de Relações Públicas, num contexto dos meios digitais, é a tríade dado-informação-conhecimento. Ao concluir, Lasta (2015) sintetiza que os resultados de sua pesquisa sugerem a necessidade de estabelecer outros modos de perceber, experimentar e conhecer a práxis de Relações Públicas.

Também defendida no ano de 2015, outra dissertação analisada é a de Silva. A autora estuda as práticas de Relações Públicas na cultura digital analisando narrativas transmídia¹²⁶ do Magazine Luiza¹²⁷. A autora observa os canais digitais em que a rede tem atuação, direcionando o olhar pelas possibilidades às atividades de Relações Públicas.

Silva (2015) define que a partir da modernidade já se visualiza uma ruptura no entendimento das noções de tempo e espaço. Mas, é na pós-modernidade que se alteram essas duas dimensões através do uso da internet, entendida como uma peça-chave para a narrativa transmídia. Na internet não está apenas o conteúdo e as histórias contadas pelas marcas, mas inclusive o que também é gerado pelos fãs, clientes, usuários e seguidores, visibilizados, por vezes, em seus próprios canais digitais.

Ao estudar o Magazine Luiza, Silva (2015) aponta que o varejista utiliza narrativas transmídia que sugerem a seus públicos navegarem¹²⁸ nos ambientes, percebendo (ou não) a continuidade da mensagem que foi iniciada numa plataforma e sendo concluída em outra. Ao analisar as estratégias de comunicação do Magazine Luiza, a pesquisadora demonstra a possibilidade do relações-públicas

¹²⁶ De acordo com Jenkins (2009, p.138), a narrativa transmidiática ou transmídia “desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. A narrativa transmídia é aquela que ocorre por meio de variados canais de mídia e, através da contribuição individual de cada um deles, forma o conjunto da história”;

¹²⁷ O Magazine Luiza é uma rede varejista com sede no Brasil;

¹²⁸ No sentido de permanecerem conectados e acessando os ambientes para o consumo de mensagens;

apropriar-se da narrativa transmídia como uma alternativa estratégica à execução de suas atividades profissionais.

Outra dissertação analisada é a de Boarini (2016). Ela estuda o planejamento da comunicação on-line, defendendo que modelos caracterizados pela rigidez não se adequam aos tempos presentes, sendo a flexibilidade um dos fatores atualmente mais aceitos. A autora descreve que numa época ainda indefinida, marcada por polaridades sobre quase todos aspectos da experiência humana, incluindo dimensões tecnológicas e científicas, muitos dos pressupostos até então consolidados estão sendo questionados.

Para ela, a época atual se diferencia das demais pela velocidade com que as mudanças ocorrem. Do release ao post nas redes sociais, Boarini (2016) defende que a comunicação online mudou os sistemas de produção e de recepção de mensagens, impactando no planejamento da comunicação.

Buscando compreender as características emergentes no planejamento de comunicação para os ambientes on-line, Boarini (2016) conduz entrevistas com profissionais da área e que trabalham em agências de comunicação. Dos resultados, destaca que os especialistas aceitam como tênues as fronteiras entre o Marketing e Relações Públicas no ambiente da internet, sem barreiras muito definidas.

Além das entrevistas, a autora também realiza um levantamento documental sobre o investimento publicitário nos meios de comunicação. Deles, o televisivo ocupa o primeiro lugar na distribuição orçamentária, recebendo o maior aporte. Porém, destaca que têm sido o meio digital, através das redes sociais, quem mais vem despertando a atenção do consumidor.

Em suas conclusões, Boarini (2016) ressalta que o desafio para quem trabalha com comunicação está na capacidade de se manter atento às dinâmicas sociais, a começar pela transformação na quantidade de dados que têm sido coletados. A autora ainda inclui que, tratando-se do planejamento on-line, a preocupação dos profissionais está dividida entre o prazo de antecedência com que é organizado (os planos não atendem mais a rigidez de uma proposta unicamente a médio ou longo prazos) e a obrigatoriedade de sua revisão contínua pela característica do imediatismo digital.

Outro pesquisador que tem sua tese analisada é Vergili (2017). O autor avalia se as universidades brasileiras aumentaram a carga horária e o número de disciplinas de tecnologia nas matrizes curriculares de seus cursos de graduação em Relações Públicas após a publicação das DCNs de Relações Públicas, de 2013. Vergili (2017) realiza a sondagem a partir da ótica das literacias, relacionadas ao processo de aprendizagem da escrita, da leitura e do cálculo. Pela visão do autor, quando estas literacias são aproximadas do digital, ampliam-se levando em consideração diversos outros tipos de conhecimentos.

Para finalizar a categoria temporal que vai de 2013 a 2017, Vergili (2017) defende em sua tese uma atualização curricular de Relações Públicas afinada às necessidades do mercado, mas que não desenvolva uma relação de dependência entre as exigências das grandes empresas e o conteúdo ministrado em sala de aula. A partir de suas análises, o autor enfatiza a necessidade do conhecimento permanecer alinhado às realidades sociais, despertando o interesse do futuro profissional em apropriar-se das plataformas digitais. Vergili (2017) entende que esse processo passa pela sensibilização nas etapas de ensino-aprendizagem ocorridas nas graduações em Relações Públicas.

Na pesquisa, o autor ainda mapeia todas as IES que ofertavam cursos de RRPP no ano 2016, além de comparar matrizes curriculares brasileiras com estrangeiras. Os resultados obtidos por Vergili (2017) apontam o aumento na oferta de disciplinas e da carga horária¹²⁹ dedicada ao digital, respondendo positivamente aos itens das DCNs, direcionadas ao desenvolvimento de habilidades junto aos graduandos, tornando-os conhecedores de aspectos técnicos para lidarem com as realidades atuais.

Com a tese de Vergili (2017), o corpus referente à base de dados da CAPES é finalizado. Neste tópico demonstrou-se a produção em nível de mestrado e de doutorado para as temáticas que se aproximam do tema desta dissertação e da contemporaneidade das Relações Públicas.

¹²⁹ Até 2013, pelo recorte da pesquisa de Vergili (2017), a média de disciplinas ofertadas com as temáticas voltadas ao digital era de 13 com carga horária total de 105 a 735h. Já a partir das DCNs de 2013, o número de disciplinas ofertadas ampliou-se para 18, enquanto que a carga horária aumentou para, no mínimo, 150h e, no máximo, 990h;

A seguir são apresentadas as análises de artigos publicados nos anais dos Congressos Científicos da ABRAPCORP. Os documentos dão continuidade e, por vezes, ampliam as discussões das teses e dissertações já evidenciadas.

5.2 ARTIGOS PUBLICADOS NA ABRAPCORP ENTRE 2007 E 2019

Realizados de forma ininterrupta desde o ano de 2007, os Congressos Científicos da ABRAPCORP reúnem pesquisadores e profissionais de Comunicação Organizacional¹³⁰ e de Relações Públicas para debaterem questões específicas das áreas através de atividades científicas. Integrante dessa programação, a apresentação de artigos científicos em grupos temáticos (GTEs), mesas temáticas (MTs), grupos de pesquisa (GPs) e grupos de trabalho (GTs) resulta na documentação e arquivamento da produção, registrados com a publicação dos anais de cada edição do congresso.

Para esta dissertação foram verificados os artigos publicados nas seções dos anais referentes à comunicação digital e suas tecnologias, desde a primeira edição (ocorrida em 2007) até a do ano de 2019. Considerando que os encontros ocorrem anualmente, pela perspectiva histórica esse espaço de discussão já apresentou diferentes denominações, fato que desencadeia o breve resgate de sua memória¹³¹, o que inclui o olhar sobre a nomenclatura, os tipos de atividades e os objetivos de estudos destes 13 anos analisados do evento.

De 2007 a 2010, as atividades ocorreram nos grupos temáticos (GTEs) “*Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações*”. Já entre 2011 e 2013, os GTEs deram lugar às mesas temáticas (MT), organizadas a partir dos trabalhos inscritos nos congressos. Na edição de 2011, a mesa temática (MT) abordou a “*Comunicação organizacional sob o impacto das mídias digitais e das redes sociais*”. Em 2012 a discussão ocorreu na MT “*Comunicação digital,*

¹³⁰ O foco dessa dissertação não está no aprofundamento da Comunicação Organizacional. Entre variados conceitos que a definem, toma-se como referência o expresso por Baldissera (2008), que se refere aos fluxos de sentidos postos em circulação relativos às e das organizações, instituições, empresas e que inclui processos formais e/ou oficiais e informais e/ou não oficiais, considerando principalmente as pessoas em suas relações, trabalhando por objetivos claros e específicos;

¹³¹ No apêndice B é possível observar com mais detalhamento dados referentes à memória do atual GT de Comunicação digital, Inovação e Tecnologias;

novas tecnologias e mídias sociais". Já no ano de 2013, o debate esteve presente na MT "*Comunicação, Tecnologia e Organizações*".

Dos anos de 2014 a 2018 a temática da comunicação e suas tecnologias passou a ser discutida em grupos de pesquisa (GPs). Nesse período, a denominação sofreu apenas uma alteração no termo tecnologia, grafado no singular e no plural. Em 2014, era "*Comunicação, Inovação e Tecnologia*". De 2015 a 2017, passou a ser "*Comunicação, Inovação e Tecnologias*". Em 2018, a grafia retornou ao singular "*Comunicação, Inovação e Tecnologia*".

Mais recentemente, para a edição de 2019 do Congresso, a nova diretoria da ABRAPCORP realizou uma reativagem, assumindo o formato de grupos de trabalho (GTs) e a nomenclatura de: "*Comunicação digital, Inovação e Tecnologias*".

Embora com nomenclaturas diferenciadas, os objetivos sempre foram os mesmos: incentivar pesquisadores para uma discussão num ambiente científico, enfatizando os mais diversos temas a partir de investigações de cunho teórico e prático. Também é neste espaço que os pesquisadores das várias regiões do Brasil, e alguns do exterior, demonstram por meio dos seus trabalhos os avanços científicos da comunidade acadêmica, os trabalhos de vanguarda e, principalmente, as especificidades de cada um dos cursos do país. (FAGUNDES; MOURA, 2020, p.143)

Conforme destacam Fagundes e Moura (2020), mesmo com mudanças nas nomenclaturas, os objetivos destes espaços de discussão permaneceram inalterados no decorrer dos anos: as investigações de cunho teórico e prático. Além desta contribuição, também resultam deste ambiente científico a base pela qual são extraídos os documentos analisados nesta subseção.

Com a imersão na memória do grupo de trabalho, pode-se registrar dificuldade no acesso aos seus conteúdos. Através da navegação nos portais oficiais dos Congressos e da ABRAPCORP, nem todos os dados foram localizados, pois os domínios de armazenamento apresentam erros, como páginas indisponíveis, o que impossibilitou o resgate integral das informações sobre a trajetória da GT.

Como alternativa a esse impasse, recorreu-se à ferramenta WebArchive¹³². Mesmo através de suas funcionalidades, não foi possível localizar os dados pela ausência de links no portal da ABRAPCORP. Sem eles, as buscas aos bancos de dados da ferramenta não conseguem ser realizadas.

Dessa maneira, com base nos dados reunidos, foram geradas as imagens 17 e 18. Respectivamente, elas demonstram visualmente as palavras mais utilizadas nos nomes e nas ementas do grupo de trabalho, verificadas entre o período de 2007 a 2019. Quanto maior o espaço ocupado pela palavra, significa que maior foi a incidência de citações localizadas.

Imagem 17: palavras mais utilizadas no nome do atual GT de Comunicação digital, Inovação e Tecnologias



Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base no portal da ABRAPCORP (2007 a 2019) e ferramentas WebArchive e MAXQDA

Através da imagem 17, observa-se que “tecnologias” foi a palavra mais utilizada, seguida de “comunicação”, “comunicação digital” e “inovação”. Pela repetição de algumas delas, pode-se afirmar que mesmo diante de alterações na nomenclatura, a essência do que trata o grupo de trabalho não foi alterada, mas sim recebendo o reforço de outras temáticas no decorrer de sua história.

Já a imagem 18 apresenta as palavras mais utilizadas nas ementas das atividades. “Comunicação” tem destaque como a palavra com mais citações. Logo na sequência pode-se observar “associações”, que neste contexto refere-se às intersecções ocorridas entre as próprias temáticas do campo da comunicação.

¹³² Um banco de dados em imagem que apresenta um backup da URL pesquisada, possibilitando a visualização de páginas de portais da web em período anteriores, mesmo que elas não estejam mais disponíveis ou tenham sofrido alterações;

Imagem 18 - palavras mais utilizadas nas ementas da trajetória do atual GT de Comunicação digital, Inovação e Tecnologias



Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base no portal da ABRAPCORP (2007 a 2019) e ferramentas WebArchive e MAXQDA

Ao analisar conjuntamente as duas imagens, afirma-se que as palavras mais frequentes são “comunicação, inovação, inovações e tecnologias”. Isto demonstra que o percurso das investigações teórico-práticas conduzidas neste espaço de trocas, centraliza-se em pautas contemporâneas, convergentes a esta dissertação.

Uma vez conhecida a trajetória e a linha com que são conduzidas as pesquisas deste GT, volta-se a atenção aos resultados de suas discussões: a publicação dos seus anais. De forma parcial, as impressões que podem ser registrados do acesso aos documentos são:

- a) os anais não seguem um formato padronizado, estando disponíveis em arquivos unitários, agrupados em ebooks ou acessíveis no próprio portal do congresso, por onde é possível a leitura através do download do material;
- b) os anais hospedados nos portais dos eventos apresentam erros de programação, o que impossibilita a visualização dos acentos nas palavras;
- c) algumas análises históricas se tornam limitadas, como as buscas por todos os trabalhos que fazem uso de uma palavra-chave, por exemplo. Isto ocorre pois os anais não estão agrupados num único ambiente e continuados - edição a edição - que permita a busca num único documento. Atualmente, são documentos independentes um do outro;

- d) a falta de dados técnicos como o tipo e a coordenação da atividade ocorrida (se um GTEs, MTs, GPs ou GTs), que não estão registrados em todos os documentos, o que dificulta a compreensão do contexto em que aquela discussão ocorreu;

Amparado nesses registros e diante do problema de pesquisa, foi desenvolvido um dashboard exclusivo¹³³ com os artigos publicados nos Anais dos Congressos Científicos da ABRAPCORP. Ele reúne os documentos apresentados nas edições dos Congressos, nas atividades relacionadas à trajetória do atual GT de Comunicação digital, Inovação e Tecnologias.

Organizado com o apoio da ferramenta Data Studio¹³⁴, através do dashboard é possível visualizar a produção científica num único ambiente, padronizado, formatado e hospedado no Google, diminuindo as possibilidades de erros, como acessibilidade de portais ou na visualização das fontes (acentos). A base que o abastece é um banco de dados (em Excel)¹³⁵ que reúne dados sobre a edição do congresso, o ano de publicação em cada um dos anais, o tipo de atividade - se GTEs, MTs, GPs ou GTs, a denominação da atividade, o título do artigo, o(s) autor(es) e as palavras-chave utilizadas.

No intervalo de 13 anos analisados, que inicia com a primeira edição dos anais (2007) e finaliza com a do ano de 2019, são 114 artigos publicados e que integram a base do BDRP. No intervalo, destaca-se a última edição do evento como a de maior número de artigos registrados no GT. Ao todo foram 13.

Através do painel também pode-se verificar os pesquisadores com mais publicações. Em ordem quantitativa, do valor maior para o menor, o ranqueamento é liderado pela profa. Dr^a Carolina Terra, com 12, seguida da profa. Dr^a Bianca Dreyer, com quatro, sendo um deles em conjunto com a profa. Dr^a Elizabeth Saad Corrêa. Na sequência, com três artigos encontra-se a profa. Dr^a Elisangela Lasta e a quarta

¹³³ O dashboard pode ser visualizado no apêndice C e encontra-se disponível em: <https://datastudio.google.com/reporting/d4be7124-21dd-4d90-a606-daa6c7381f99>. Sua discussão será retomada no capítulo seis;

¹³⁴ O Google Data Studio é uma ferramenta do Google que possibilita a criação de relatórios customizáveis a partir de dados presentes em outros aplicativos Google, como o Analytics, Adwords e Planilhas. Seu uso será retomado no capítulo seis;

¹³⁵ Desenvolvido com base nos próprios dados apresentados nos anais dos congressos da ABRAPCORP, o banco de dados encontra-se disponível no apêndice D;

posição é dividida entre as profa. Ma. Dulce Boarini e profa. Dr^a Daiana Stasiak, com dois artigos cada uma delas.

Pelas diversas temáticas que vêm sendo estudadas, dada a contextualização da trajetória do GT, justifica-se que nem todos os 114 artigos foram incluídos no corpus. Para a seleção, conforme demonstrado no capítulo um, foi utilizado um protocolo próprio que resultou na seleção dos artigos mais convergentes ao tema aqui proposto. Portanto, nos próximos tópicos são resgatadas algumas dessas etapas e as análises estão agrupadas a partir dos termos que constituem as categorias de significado.

5.2.1 Artigos com os termos “digital” e/ou “digitais”

Dos 114 artigos publicados nos Anais dos Congressos Científicos da ABRAPCORP, através da busca pelos termos “digital” e/ou “digitais”, o resultado obtido foi de 32 documentos. Avançando nas etapas metodológicas, observou-se o título e procedeu-se à leitura dos seus resumos.

Mesmo sendo utilizados os termos “digital” e/ou “digitais” nas palavras-chave dos artigos, 26 deles foram desconsiderados por tratarem de temáticas pouco convergentes à delimitação desta dissertação. Suas pesquisas direcionam-se às mídias digitais, redes sociais, geração de conteúdo, televisão digital e comunicação digital para estratégias eleitorais. Assim, o quadro 23 apresenta os seis artigos que compõem o corpus para os termos “digital” e/ou “digitais” - ou suas aproximações - e que serão discutidos na sequência.

Quadro 23: artigos com os termos “digital” e/ou “digitais”

Edição do Congresso	Ano de publicação nos Anais	Título do artigo	Autor(es/as)
I Congresso ABRAPCORP	2007	As formas digitais do social e os novos dinamismos da sociabilidade contemporânea	DI FELICE , Massimo

continua

Edição do Congresso	Ano de publicação nos Anais	Título do artigo	Autor(es/as)
I Congresso ABRAPCORP	2007	A comunicação bidirecional, direta e instantânea como o padrão dos relacionamentos das Relações Públicas digitais	TERRA , Carolina Frazon
VI Congresso ABRAPCORP	2012	Comunicação digital nas redes de pesquisa	TORRES , Tércia; PEREIRA , Nadir; GÂMBARO , Bruno
IX Congresso ABRAPCORP	2015	Tudo em tempo real : estamos vivendo a era das Relações Públicas do imediatismo?	TERRA , Carolina Frazon
XI Congresso ABRAPCORP	2017	De que forma as Relações Públicas podem ser estratégicas na contemporaneidade ? Uma proposta de modelo estratégico para a atividade	DREYER , Bianca Marder
XII Congresso ABRAPCORP	2018	O algoritmo do Facebook impulsiona estratégias de Relações Públicas Digitais ?	TERRA , Carolina Frazon

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base no dashboard dos anais dos Congressos da ABRAPCORP (o autor, 2020).

Di Felice (2007) apresenta diferentes perspectivas sobre os novos dinamismos sociais, caracterizados pelo hibridismo entre mídias, espaços e sociabilidade, dando ênfase a três revoluções comunicativas: a escrita, os caracteres móveis e a comunicação eletrônica¹³⁶. O autor defende que a nova dinâmica social é caracterizada pela mídia, atribuindo a ela a função de redefinir as noções de espaço, diminuindo as barreiras geográficas e ampliando as formas de contato até então estabelecidas. Com isso, Di Felice (2007) propõe que exista uma outra revolução comunicativa: do tipo digital e ainda não concluída, já que uma de suas características é a adaptação constante.

No cenário onde a escrita, os caracteres móveis, a comunicação eletrônica e o digital se interseccionam, Di Felice (2007) argumenta que os ambientes físicos, normalmente relacionados aos meios tradicionais, e os ambientes digitais são uma extensão um do outro, não sendo necessária a dicotomia entre o que é o online e o

¹³⁶ Caracterizada pelos meios de comunicação que utilizam os recursos eletrônicos para a transmissão dos conteúdos oferecidos a suas audiências, como no caso do rádio e da televisão;

offline. Ao concluir, ele estabelece que a maneira pela qual o sujeito percebe as relações atuais se torna pública através da mediação dos artefatos tecnológicos.

Outro artigo analisado é o de Terra (2007). Ela estuda como os novos contextos da comunicação ampliaram a utilização do modelo de comunicação bidirecional - ou de mão dupla. Visualizado quando emissor e receptor interagem entre si ao enviarem e receberem mensagens, na visão da autora este modelo concede mais poder aos indivíduos, que passam a ser agentes em todo o processo, e não somente receptores da mensagem.

Terra (2017) reforça que a comunicação de mão dupla pode minimizar ruídos negativos, já que o relacionamento desenvolvido entre as organizações e seus públicos tem potencial de ser utilizado como uma força de defesa diante de situações sensíveis. Essa possibilidade de minimização dos efeitos emerge a partir do surgimento de mais canais de diálogo entre as organizações e os públicos. Mas, se não administrados adequadamente, tendem a ampliar os efeitos negativos.

A alteração da linguagem, com discursos mais objetivos; a mudança de foco, transitando de grupos massificados para audiências segmentadas; as oportunidades de respostas e participação entre os públicos; a construção coletiva on-line de conteúdos e a rápida difusão deles, também conhecido como o efeito viral¹³⁷ de propagação das mensagens. Estes tópicos são alguns dos impactos que, ao concluir, Terra (2007) salienta como passíveis de impactar a atividade de Relações Públicas, a partir da experiência com o modelo de comunicação bidirecional.

O terceiro artigo estudado é o de Torres, Pereira e Gâmbaro (2012). Nele é pensada a comunicação digital em instituições de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação tecnológica (PD & I). Para os autores, a comunicação digital tem relação direta com os conceitos de sociedade conectada e em rede, já que é ampliada à medida que se expande o acesso e o uso de redes sem fio¹³⁸. Torres, Pereira e Gâmbaro (2012) também destacam o comprometimento dos profissionais que executam atividades de comunicação, sinalizando a necessidade de refletirem sobre

¹³⁷ De acordo com Terra (2007, p.4), “no cenário dos negócios, a comunicação viral é a propaganda boca-a-boca”;

¹³⁸ Uma rede sem fio é uma infraestrutura das comunicações que permite a transmissão de dados e informações sem a necessidade do uso de cabos – sejam eles telefônicos ou outros;

o seu papel e da comunicação na sociedade, com vistas a relações de poder entre seus agentes e transformação de realidades.

Em um outro artigo, Terra (2015) apresenta o imediatismo como uma característica da comunicação digital. Na visão da autora, ele representa uma oportunidade estratégica às organizações, à medida que ações podem ser planejadas considerando o contexto daquilo que está ocorrendo em tempo real (ou que tenha acontecido há pouco tempo).

Terra (2015) interpreta o contexto social a partir de Bauman (2001), concordando que a sociedade contemporânea é um ambiente líquido, adaptável e instável. Nesse cenário, se transitórias são as características do tecido social, projetam-se também ao “imediatismo” as mesmas condições.

Como uma das suas manifestações, a autora estuda os memes¹³⁹ a partir do tempo dos ciber-significados¹⁴⁰. Em suas reflexões, Terra (2015) discorre que os memes podem apoiar a implementação de estratégias comunicacionais mais ágeis, antes que o significado se perca ou deixe de fazer sentido às pessoas.

Dreyer (2017a) também tem um de seus artigos analisados. Ela realiza uma revisão bibliográfica sobre temas estratégicos da atividade de Relações Públicas na contemporaneidade. Através do levantamento, defende a comunicação digital enquanto tema transdisciplinar à área, entendendo que, atualmente, caberia uma definição para Relações Públicas Contemporâneas.

Com isso, a autora (2017) dedica parte de seu texto à publicação de um modelo para a atividade de Relações Públicas, direcionado a seus profissionais. Através dele, defende o papel central que a atividade ocupa (ou pode vir ocupar) numa organização.

Num outro artigo, Terra (2018) analisa a relação dos algoritmos¹⁴¹ com as estratégias de Relações Públicas. Com base na materialização do algoritmo do Facebook, ela questiona se ele pode afetar as estratégias e as atividades dos

¹³⁹ A expressão “meme” é usada para descrever uma imagem, vídeo ou GIF que apresenta linguagem humorística ou sarcástica, utilizada normalmente para descrever situações do cotidiano das pessoas e que se espalha via internet;

¹⁴⁰ De acordo com Corrêa (2012, p.2), “no meio digital, nos vemos acelerando análises e olhares para entender as implicações de um novo ciber-significado nos contextos da comunicação e da informação. Antes que o significado se perca”;

¹⁴¹ Em Ciência da Computação, um algoritmo é uma sequência finita de ações executáveis que visam obter uma solução para um determinado tipo de problema;

profissionais de Relações Públicas e, baseada em fenômenos recentes, afirma que sim, eles podem impactar a rotina profissional, ampliados, inclusive, para além das redes sociais¹⁴².

Ao final, Terra (2018) conclui que não é necessário o domínio técnico sobre o algoritmo. Ela ainda defende que as ações de Relações Públicas contribuem com a visibilidade organizacional nos ambientes digitais, contanto que os profissionais sensibilizem-se para observarem os contextos e oportunidades decorrentes da utilização dos algoritmos.

Com isto, é concluída a análise dos artigos que utilizam os termos “digital” e/ou “digitais” em suas palavras-chave e constituem essa categoria de significado. Neste tópico foram apresentados os principais resultados discutidos por Di Felice (2007), Terra (2007, 2015, 2018), Torres, Pereira e Gâmbaro (2012) e Dreyer (2017). Na sequência apresentam-se outros artigos que também compõem o corpus dos artigos da ABRAPCORP, porém com outros termos.

5.2.2 Artigos com os termos “prognóstico”, “dados”, “big data”, “data studio”, “pensamento computacional”, “algoritmo” e/ou “LGPD”.

Com base no dashboard dos artigos publicados nos Anais dos Congressos Científicos da ABRAPCORP, foi realizada a busca pelos termos “prognóstico”, “dados”, “big data”, “data studio”, “pensamento computacional”, “algoritmo” e/ou “LGPD”. Os termos estão agrupados conforme a categoria de significado e suas proximidades.

Pode-se registrar que nem todos os termos foram localizados, como é o caso de “prognóstico”, “pensamento computacional” e “LGPD”, que não tiveram qualquer incidência. Já “dados” e “big data” retornam com dois artigos cada e “algoritmo” com um. Dessa forma, dos 114 artigos, cinco foram selecionados.

Deles, o de Terra (2018) já foi analisado pela perspectiva do termo “digital”. Enquanto que o de Penteado et al (2007) estuda softwares de Biblioteconomia, o

¹⁴² Como é o caso do Facebook, cuja descrição apresenta-o enquanto “redes sofisticadas e tecnologias de comunicação para ajudar mais pessoas a se conectar à internet em áreas com acesso limitado.” Disponível em: <https://www.facebook.com/legal/terms>. Acesso em: 30 dez 2020;

que faz com que sejam desconsiderados nesta análise. Portanto, com a aplicação dos protocolos estabelecidos junto aos procedimentos metodológicos, para os termos que se referem a este tópico resultam três artigos, os quais podem ser visualizados no quadro 24.

Quadro 24: artigos com os termos “prognóstico”, “dados”, “big data”, “data studio”, “pensamento computacional”, “algoritmo” e/ou “LGPD”

Edição do Congresso	Ano de publicação nos Anais	Título do artigo	Autor(es)
XII Congresso ABRAPCORP	2018	Big data e inteligência artificial são a nova onda disruptiva a desafiar os profissionais	BOARINI , Dulce Margareth
XIII Congresso ABRAPCORP	2019	Big Data e Inteligência Artificial - Aliados na Detecção de Oportunidades e Crises	BOARINI , Dulce Margareth
XIII ABRAPCORP	2019	Reflexões sobre comunicação, visibilidade e organizações na era dos dados	RAPOSO E SILVA , João Francisco

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base no dashboard dos anais dos Congressos da ABRAPCORP (o autor, 2020).

Boarini tem dois artigos selecionados, ambos para o termo Big Data. No primeiro, a autora (2018) estuda as disrupções e os desafios profissionais dos relações-públicas, sinalizando que caso a discussão dos espaços de atuação permaneçam somente em torno das mídias digitais e das redes sociais, em breve esse cenário profissional pode apresentar sinais de limitação.

A autora (2018) entende que as mídias digitais e as redes sociais já demonstraram suas possibilidades de disrupção e quebra paradigmática e que, atualmente, já não representam mais uma novidade, mas sim uma realidade pessoal e organizacional. Por isso, Boarini (2018) avança para reflexões orientadas à alta quantidade de dados (*big data*) e à inteligência artificial que têm sido oportunizadas na sociedade contemporânea. Para ela, estas seriam duas das novas disrupções que têm desafiado os profissionais e que necessitam da ampliação do diálogo entre as áreas da comunicação com as da tecnologia.

No segundo artigo, complementar ao de 2018, Boarini (2019) demonstra que alguns contextos profissionais já convivem com a cultura dos dados, como é o caso das empresas de comunicação. Em sua pesquisa, ela mapeia algumas agências que já perceberam o valor que pode ser alcançável através dos dados.

Em ambas pesquisas (2018 e 2019), Boarini observa os dados quanto à utilização pelas organizações e como pauta profissional. Já Raposo e Silva (2019) aborda-os através do uso pessoal e comercial. Em seu artigo, o autor cita a possibilidade de uso mercadológico dos dados, demonstrando uma relação direta entre comunicação e capitalismo.

Para o autor (2019), os rastros digitais deixados pelos usuários na navegação em ambientes digitais são considerados dados brutos e que podem ser transformados em oportunidades comerciais. E continua, demonstrando que através do planejamento de ações publicitárias - muitas delas organizadas por agências de comunicação, como salienta Boarini (2019) - , os dados que até então eram brutos, dão embasamento ao direcionamento de anúncios patrocinados em mídias e redes sociais.

Em resumo, destaca-se que Boarini (2018, 2019) e Raposo e Silva (2019) alertam para a urgência de se discutir temas não explicitamente relacionados ao campo da Comunicação e da ciência de Relações Públicas, mas complementares a eles. Como é o caso de big data e o uso dos dados pessoais enquanto possibilidade mercadológica. No próximo tópico são apresentados artigos com outros termos, que dão continuidade ao estado da arte e iniciam a leitura de uma nova categoria de significado.

5.2.3 Artigos com os termos “tecnologia”, “tecnologias” e/ou “tecnológicos”

A partir do levantamento realizado sobre a trajetória¹⁴³ do atual GT de Comunicação digital, Inovação e Tecnologias, que reuniu as temáticas estudadas, embasando possíveis adequações ou inclinações dos artigos publicados ao longo

¹⁴³ Discutido brevemente na seção 5.2 e também disponível no apêndice B;

de sua história, são realizadas aproximações com esta subseção. Um dos pontos observados são as palavras que mais foram utilizadas no nome do GT.

Entre elas estão “tecnologias” e “tecnológicas”. Mesmo que o histórico de 13 anos de análises sugira inclinação ao estudo dessas temáticas, esta realidade não é registrada quando são verificados os resultados da busca pelos termos “tecnologia”, “tecnologias” e/ou “tecnológicos” nas palavras-chave dos artigos.

O que se constatou com a leitura dos resumos é que “tecnologia”, “tecnologias” e/ou “tecnológicos” estão presentes nos artigos, tangenciando os conceitos e não necessariamente destacando-se nas palavras-chave. A exemplo disto, têm-se os algoritmos do Facebook, abordados no artigo de Terra (2018), Big Data e Inteligência Artificial, de Boarini (2018, 2019), a era dos dados, de Raposo e Silva (2019). Eles tratam de tecnologias e das possibilidades para a comunicação e Relações Públicas, entretanto não fazem uso da “tecnologia” nas palavras-chave.

Dos 114 documentos publicados desde 2007, somente seis retornaram como desfecho da busca. Destes, dois dialogam com o tema desta dissertação, enquanto que os demais foram desconsiderados por analisarem as mídias e redes sociais. Além disso, destes dois, um deles que é o artigo de Torres, Pereira e Gâmbaro (2012) foi analisado pela perspectiva do “digital e/ou digitais”. Portanto, ao final, somente um é registrado para os termos “tecnologia”, “tecnologias” e/ou “tecnológicos”.

Quadro 25: artigo com os termos “tecnologia”, “tecnologias” e/ou “tecnológicos”

Edição do Congresso	Ano de publicação nos Anais	Título do artigo	Autor(es)
IV Congresso ABRAPCORP	2010	As tecnologias de informação e comunicação e o público essencial - tendências detectadas	LIEDKE , Enói Dagô

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base no dashboard dos anais dos Congressos da ABRAPCORP (o autor, 2020).

Liedke (2010) estuda o uso das tecnologias digitais direcionadas aos públicos essenciais¹⁴⁴ que, em sua visão, constituem a estrutura básica das organizações. Para ela (2010), algumas tendências de ampliação no uso de redes sociais, e-mail e blogs para esses públicos já são detectadas a partir do levantamento sobre o estado da arte que desenvolve no decorrer do seu artigo.

A autora (2010) ainda demonstra um campo ampliado, que permite a inclusão das novas tecnologias ao ambiente organizacional, sugerindo que estrategicamente o início destas operações deveria estar no público essencial. Por fim, na sequência são apresentados os resultados para a última categoria de significado da base de dados dos Congressos Científicos da ABRAPCORP.

5.2.4 Artigos com os termos “inovação” e/ou “inovações”

Para finalizar a pesquisa documental baseada nos artigos publicados nos anais dos Congressos da ABRAPCORP na trajetória do atual GT de Comunicação digital, Inovação e Tecnologias, aplicou-se a busca pelos termos “inovação” e/ou “inovações” nas palavras-chave. O resultado foi o total de três trabalhos e nenhum foi selecionado.

As temáticas abordadas nos documentos tratam da mensuração de resultados em comunicação, da Comunicação Organizacional como um elemento constitutivo da inovação nas organizações e da cultura da inovação na indústria criativa. O fato de não ser localizado um artigo com a perspectiva desejada, já pode ser considerado um resultado, que reitera a existência da lacuna na aproximação da área de Relações Públicas com outras dimensões teóricas, entre elas as que se debruçam em discussões sobre tecnologia e/ou inovação.

Assim, verificou-se a utilidade do dashboard ao facilitar a seleção do corpus, contribuindo para os resultados obtidos neste subcapítulo. Portanto, conclui-se o levantamento do estado da arte da produção acadêmica em Relações Públicas, demonstrando caminhos ainda inacessados, visualizados como oportunidades.

¹⁴⁴ Para França (2004, p.105), essencial são “aqueles públicos dos quais a organização depende para a sua constituição, manutenção de sua estrutura, sobrevivência e para a execução de suas atividades-fim”;

Logo, no próximo capítulo se avança para as discussões da LGPD a partir da estratégia metodológica da análise de conteúdo, articulando os conceitos discutidos desde o primeiro capítulo, tendo em vista as possibilidades à atividade de Relações Públicas visibilizadas pela proposição de um modelo teórico-prático para o prognóstico em Relações Públicas.

6 LGPD E PROGNÓSTICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Neste capítulo é apresentada a Lei 13.709, de 14 de agosto de 2018, também conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), que dispõe sobre a proteção e a privacidade no tratamento de dados pessoais. A discussão da temática é amparada pela estratégia da Análise de Conteúdo (AC)¹⁴⁵ do webinar do CONFERP e do vídeo da ABERJE, possibilitando que o conteúdo seja observado pela ótica do prognóstico em Relações Públicas.

Organizado em três seções, na 6.1 tem-se uma breve introdução à LGPD, na 6.2 são discutidos os resultados obtidos através da aplicação da metodologia da AC e, na seção 6.3, é apresentada a proposta de modelo de visualização de dados para o prognóstico em Relações Públicas, à luz da Lei e das reflexões observadas nos capítulos anteriores.

6.1 Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais

De acordo com a lei, o objetivo da LGPD é proteger os direitos fundamentais de liberdade e privacidade dos brasileiros quanto aos seus dados pessoais, inclusive nos meios digitais. Aplicando-se a todo território nacional, a lei inclui tanto pessoas jurídicas de direito público quanto privado.

Art. 1º. Esta lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural. Parágrafo único. As normas gerais contidas nesta Lei são de interesse nacional e devem ser observadas pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios. (BRASIL, 2018)

Cardoso (2020)¹⁴⁶ reforça, entretanto, que a LGPD não é a primeira a tratar do assunto no país. O autor relembra que a temática da proteção dos dados é anterior à internet e aos meios digitais.

¹⁴⁵ A justificativa pela escolha da estratégia metodológica da análise de conteúdo pode ser consultada no capítulo um, reservando-se a este capítulo a discussão dos e sobre os objetos empíricos;

¹⁴⁶ A obra de Cardoso (2020) está disponível em formato ebook e não apresenta paginação;

A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018 – LGPD) não é a primeira lei no Brasil que regula e protege os direitos dos titulares de dados pessoais. O tema é objeto de atenção do Legislativo há alguns anos, mesmo antes da popularização da internet e do enquadramento jurídico da matéria em sua amplitude atual. (CARDOSO, 2020).

Pelo fato de ser objeto de atenção legislativa há alguns anos, Cardoso (2020) direciona-se a um resgate histórico e cronológico. O autor destaca que “o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90) contém as primeiras normas sobre a regulação da formação dos bancos de dados no Brasil”, reforçando a tese de que uma das primeiras leis brasileiras a tratar da matéria dos dados não é do ano 2018, mas sim de 1990. Ao referir-se ao Código de Defesa do Consumidor (CDC), Cardoso (2020) defende que as relações jurídicas estabelecidas entre pessoas, de ordem natural ou empresarial, são perpassadas por dados.

As relações jurídicas mantidas entre uma pessoa (natural ou jurídica, de direito público ou privado) que realiza atividades de tratamento de dados e outra pessoa (natural) titular desses dados, em regra, enquadra-se no conceito de relação de consumo submetida ao microsistema do Código de Defesa do Consumidor. (CARDOSO, 2020).

As discussões que inicialmente pautaram o CDC não previam as realidades tecnológicas disponíveis atualmente, nas quais os consumidores experienciam novas formas de consumo, para além da compra apenas em um ponto de venda físico. Ao que Cardoso (2020) entende, as relações de consumo envolviam menos tecnologia, eram mais táteis e presenciais, mas nem por isso com menos dados.

Além do CDC, outra legislação anterior à LGPD e que também trata de dados é a Lei 12.527, de 11 de novembro de 2011, conhecida como a Lei de Acesso à Informação (LAI). Do ponto de vista do cidadão, ela representa um marco significativo, pois permite a fiscalização de processos financeiros, administrativos, fiscais e quaisquer outras atividades realizadas pelo poder público mas que sejam de interesse coletivo, tendo como premissa o Princípio da Publicidade¹⁴⁷. Assim, a LAI dá conta de publicizar os dados de órgãos e representantes públicos que

¹⁴⁷ O Princípio da Publicidade é um dos quais se rege o Direito. Ele obriga a Administração Pública a dar publicidade de seus atos administrativos possibilitando a fiscalização;

estejam executando atividades relacionadas aos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário.

Além do CDC e da LAI, o Brasil ainda dispõe de outros recursos jurídicos que, também anteriores à LGPD, tratam da temática dos dados. É o caso da Lei do Sigilo Bancário (Lei Complementar nº 105/2001), que regula tanto as relações dos clientes com as instituições financeiras quanto as interações entre as próprias instituições, incluindo em seus tópicos aspectos relacionados à gestão e ao uso dos dados relacionados ao histórico dos consumidores.

A LGPD também dialoga com a Lei do Sigilo Bancário (Lei Complementar nº 105/2001), não apenas nas relações dos clientes com as instituições (o que leva também à observância do Código de Defesa do Consumidor), mas ainda nas relações jurídicas das instituições financeiras entre si e nas suas demais contratações com terceiros.

Através dos breves apontamos sobre os mecanismos legais antecessores¹⁴⁸ à LGPD, Cardoso (2020) enfatiza que ao discuti-la é apropriado observar o diálogo das fontes, isto é, as outras legislações que se entrecruzam nos artigos da Lei Geral. Nesta direção, o autor (2020) adverte que uma lei não sobrepõe a outra, mas que devem ser articuladas em conjunto.

É mais apropriado falar no “diálogo das fontes” entre a Lei Geral de Proteção de Dados e outras leis que tratam da proteção de dados pessoais, que continuarão coexistindo no ordenamento jurídico e devem ser aplicadas de forma conjunta, para manter a coerência do sistema normativo e resolver os conflitos de interpretação e aplicação das normas.

Com isso, as leis anteriores à LGPD não são revogadas quando se discute a temática dos dados, mas somam-se a uma legislação que trata, única e exclusivamente, sobre a matéria dos dados. Leitão (2015, p.375) evidencia que “o impacto das novas tecnologias [...] atinge a política, a economia, a educação, a ciência, a medicina, a imprensa, o cotidiano” e, enfatiza: “difícil seria achar uma área da vida humana impermeável a essas novidades” (ibid).

Se a sociedade que observou o surgimento do CDC, da LAI e da Lei do Sigilo Bancário era menos conectada, o inverso ocorre com a LGPD. Mattos (2017, p.41)

¹⁴⁸ O tema desta dissertação não é discutir os aspectos históricos das legislações que envolvem a temática dos dados, mas torna-se relevante apontar os caminhos até o estabelecimento da LGPD;

sugere existir um híbrido, já que o “hardware da sociedade em que vivemos é totalmente industrial, enquanto o software que já está rodando em muitos de nós já é digital”. Isto quer dizer que os pontos de venda física permanecem, mas que o comércio eletrônico também.

Logo, se as relações de consumo se ampliaram, isto não impacta somente no volume de dados, mas também no que pode ser feito através deles. Morozov (2018) afirma que, “deveria ser óbvio que o fato de que os dados – e os serviços de inteligência artificial que eles ajudam a estabelecer – vão se constituir em um dos terrenos cruciais dos embates geopolíticos deste século”.

Atentos a essas possibilidades, outros países e blocos econômicos têm se movimentado em favor do tema. A União Européia¹⁴⁹, por exemplo, com a GDPR¹⁵⁰, os Estados Unidos com uma série de leis federais e estaduais¹⁵¹ e, no Brasil, a responsabilidade deste olhar recaiu sobre a LGPD.

Desde a publicação da lei, ela já foi modificada por outras duas legislações complementares, que alteraram seu texto base. A primeira é tratada pela Lei 13.858, de 8 de julho de 2019, que regulamenta a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD). O papel da agência será o de fiscalizar o cumprimento da lei, atuando quando necessário.

E a segunda modificação é dada pela Lei 14.010, de 10 de junho de 2020, que explicita sobre o Regime Jurídico Emergencial e Transitório das relações jurídicas de Direito Privado (RJET)¹⁵² no período da pandemia do coronavírus (Covid-19). Isso impacta, principalmente, a ANPD, já que altera o início da aplicação de sanções e/ou multas resultantes da fiscalização da ANPD, prorrogando de 1º de janeiro de 2021 para 1º de agosto de 2021.

Considerando as modificações e as limitações até a data da publicação da lei mais recente (Lei nº 14.010/20), a LGPD está organizada em dez capítulos e outras 14 seções. Estas divisões podem ser lidas através do quadro 26, que reúne os

¹⁴⁹ A União Europeia é uma união econômica e política de 27 Estados-membros independentes situados, principalmente, no continente europeu;

¹⁵⁰ O Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (GDPR) trata sobre a privacidade e proteção de dados pessoais dos indivíduos na União Europeia ou em seu espaço econômico;

¹⁵¹ Nos EUA, a legislação que trata sobre a temática dos dados conta com uma série de leis e não com uma lei geral, como é o caso do Brasil e da União Europeia;

¹⁵² O RJET trata das consequências decorrentes da pandemia de Covid-19 aplicáveis aos contratos comerciais;

tópicos que constituem a legislação e foram transcritos originalmente do próprio texto da lei.

Quadro 26: organização da LGPD

Capítulos da LGPD		Seções referentes aos capítulos da LGPD
CAPÍTULO I	DISPOSIÇÕES PRELIMINARES	
CAPÍTULO II	DO TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS	Seção I: Dos Requisitos para o Tratamento de Dados Pessoais
		Seção II: Do Tratamento de Dados Pessoais Sensíveis
		Seção III: Do Tratamento de Dados Pessoais de Crianças e de Adolescentes
		Seção IV: Do Término do Tratamento de Dados
CAPÍTULO III	DOS DIREITOS DO TITULAR	-
CAPÍTULO IV	DO TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS PELO PODER PÚBLICO	Seção I: Das Regras
		Seção II: Da Responsabilidade
CAPÍTULO V	DA TRANSFERÊNCIA INTERNACIONAL DE DADOS	-
CAPÍTULO VI	DOS AGENTES DE TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS	Seção I: Do Controlador e do Operador
		Seção II: Do Encarregado pelo Tratamento de Dados Pessoais
		Seção III: Da Responsabilidade e do Ressarcimento de Danos
CAPÍTULO VII	DA SEGURANÇA E DAS BOAS PRÁTICAS	Seção I: Da Segurança e do Sigilo de Dados
		Seção II: Das Boas Práticas e da Governança
CAPÍTULO VIII	DA FISCALIZAÇÃO	Seção I: Das Sanções Administrativas
CAPÍTULO IX	DA AUTORIDADE NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (ANPD) E DO CONSELHO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E DA PRIVACIDADE	Seção I: Da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD)
		Seção II: Do Conselho Nacional de Proteção de Dados Pessoais e da Privacidade
CAPÍTULO X	DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS	-

Fonte: BRASIL, LGPD (2018)

Para resumir os principais pontos de que trata a LGPD, o Serviço Federal de Processamento de Dados (SERPRO)¹⁵³ organizou um quadro referencial que, sinteticamente, permite visualizar algumas das fronteiras desta legislação. Na imagem 19, o advogado Ilderlândio Teixeira¹⁵⁴ enfatiza os dez argumentos mais significativos que embasam os capítulos e seções visualizadas acima.

Imagem 19: principais pontos da LGPD



Fonte: disponível no portal do SERPRO (2020)

Pela observação da imagem 19, que reúne os argumentos mais relevantes da LGPD, a perspectiva que se reafirma é a da centralidade dos dados, algo previsível e que despertou, de fato, o interesse social sobre a proteção deles. Esta afirmativa é duplamente confirmada pelos números que demonstram o aumento das buscas no Google relacionadas à temática.

Com base no Google Trends e com as mesmas diretrizes utilizadas no capítulo três, observa-se que as pesquisas realizadas nos últimos anos apresentaram aumento repentino no seu volume de buscas. "Aumento repentino", segundo a metodologia adotada pelo Google Trends, significa que as pesquisas tiveram um aumento muito relevante, provavelmente devido a consultas novas que tiveram nenhuma ou poucas buscas anteriores. A imagem 20 apresenta os

¹⁵³ O Serviço Federal de Processamento de Dados (SERPRO) é a maior empresa pública de prestação de serviços em tecnologia da informação do Brasil. Foi criado pela Lei nº 4.516, de 1º de dezembro de 1964, para modernizar e dar agilidade a setores estratégicos da administração pública;

¹⁵⁴ Advogado, especialista em Advocacia Civil e Processual Civil, além de ser graduado em Sistemas de Telecomunicações e possuir mestrado em Big Data, é autor colaborador do SERPRO;

números. Na primeira coluna pode-se observar os resultados associados ao termo “dados”, enquanto que na segunda à “informação”. Delas, conclui-se um aumento repentino de “proteção de dados” e por “lei de acesso à informação”.

Imagem 20: interesse de buscas dos termos - 2004 a 2021

1	claro dados	Aumento repentino	1	lei acesso informação	Aumento repentino
2	proteção de dados	Aumento repentino	2	lei de acesso informação	Aumento repentino
3	dados móveis	Aumento repentino	3	lei de acesso à informação	Aumento repentino
4	dados coronavirus	Aumento repentino	4	curso tecnologia da informação	Aumento repentino
5	dados patrocinados	Aumento repentino	5	tecnologia da informação e comunicação	Aumento repentino

Fonte: Google Trends (2021)¹⁵⁵

Em relação ao aumento na frequência das buscas, não se pode afirmar que esteja, exclusivamente, condicionado à LGPD, mas há fortes indícios que sim. Inclusive, os próprios resultados que apontam ao crescimento das questões relacionadas a LAI podem estar associadas às aproximações existentes entre as duas legislações.

Se no Google não há indícios conclusivos sobre os fenômenos que levaram ao aumento repentino das buscas por “proteção de dados” e da “lei de acesso à informação”, em outros dispositivos tecnológicos registra-se a influência direta da LGPD. É o caso dos termos de uso de algumas das principais redes sociais, aplicativos e/ou serviços presentes na contemporaneidade.

Já discutidos no capítulo três, os termos de uso representam os contratos que permitem o acesso aos dispositivos digitais. Se a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais aplica-se a todas as pessoas, físicas ou jurídicas, o mesmo vale para estas organizações.

Por isso, o método utilizado no quadro 09 foi retomado, porém alterando a base de dados, que passou da versão de 2018 dos termos (antes do início da vigência da LGPD) para a de 2021 (ainda antes das sanções da ANPD). Estes números podem ser visualizados no quadro 27, que apresenta a recontagem da

¹⁵⁵ Disponível em: <https://bityli.com/UIMig> Acesso em: 10 jan 2021;

quantidade de palavras utilizadas e o tempo necessário para a leitura dos documentos. Também incluiu-se uma coluna demonstrando a variação no total de palavras, isto é, se aumentaram, diminuíram ou mantiveram-se iguais. No comparativo dos anos, a cor verde representa diminuição na quantidade de palavras e a cor vermelha o aumento.

Quadro 27: atualização dos termos de uso e o tempo para a leitura (2021))

Rede social, aplicativo e/ou serviço	Contagem de palavras presentes em cada termo de uso	Quantidade de minutos necessários para a leitura do termo de uso, considerando a taxa média de leitura de 240 palavras por minuto	Variação de palavras entre as versões de 2018 e 2021 dos termos de uso
Microsoft	17.183	71,6	1.923
Spotify	8.655	36,1	55
Zoom	4.754	19,8	-2.137
Uber	4.231	17,6	-1.427
Twitter	3.392	14,1	-2.241
Linkedin	4.449	18,5	103
Facebook	4.182	17,4	50
Google	3.655	15,2	196
Amazon	3.187	13,3	-229
Youtube	4.046	16,9	738
Netflix	2.615	10,9	-13
Instagram	3.315	13,8	864

Fonte: desenvolvido pelo autor (2021) com base nos termos de uso das ferramentas (2021)

Com a recontagem das palavras dos termos de uso vigentes em 2021, isto é, já sob a tutela da LGPD, o que se observa é um aumento no número de palavras na maioria dos termos de uso. Novamente, não se pode afirmar que seja exclusivamente em decorrência da legislação e que, por exemplo, uma alteração nas políticas já não estivesse nos planos estratégicos das organizações, mas as proximidades contextuais apontam para esta influência.

Além da variação, tanto para mais quanto para menos na quantidade de palavras, o que complexifica a leitura dos termos de uso, já que o tempo de leitura

umenta, outras mudanças também são observadas. Para alguns serviços, foram criadas políticas de uso de dados e privacidade exclusivas para a temática, algo que até então era tratado no mesmo e único termo de uso, como uma de suas cláusulas.

Retomado este breve histórico e dadas suas possíveis conexões, pode-se observar que a pauta da proteção de dados é recorrente na sociedade, pelo menos, desde 1990. Mesmo sendo mais recente, o papel da LGPD é o de organizar esta discussão, dialogando com outras legislações, incluindo em seu texto-lei os aspectos de uma sociedade com “software digital”, como observou Mattos (2017). Através desta legislação se objetiva garantir “os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural” (BRASIL, 2018).

Além disto, dada a amplitude da temática e a limitação técnica para a integralização total de seus conteúdos, o olhar que se destina à LGPD é obtido a partir da leitura dos documentos oficiais, mas ocorre sobremaneira pelos conteúdos promovidos pelo CONFERP e pela ABERJE, que são analisados pela estratégia metodológica da Análise de Conteúdo. Logo, é a partir da visão de especialistas na área do Direito que se traçam os caminhos para a intersecção da lei com a área e a atividade de Relações Públicas, atendendo desta forma a delimitação proposta para esta dissertação.

6.2 ANÁLISE DO WEBINAR DO CONFERP E DO VÍDEO DA ABERJE

Conforme mencionado no item 1.2, que trata das estratégias metodológicas, a Análise de Conteúdo é uma das que pode ser adotada para analisar conteúdos comunicacionais que envolvam elementos verbais ou não verbais. Ela é amparada por Bardin (1977) que descreve um modelo para sua execução.

Nos próximos parágrafos este modelo é reconstituído, tendo como objetos estudados a fala disponível no webinar promovido pelo CONFERP e no vídeo da ABERJE. Considerando a extensão dos documentos, buscou-se o apoio de um software de análises qualitativas (SDAQ), que possibilitou a agilidade na organização dos dados, contribuindo com a otimização de algumas operações que

seriam executadas manualmente. Nunes et al (2017) apontam algumas utilidades deste tipo de programas.

A análise de dados qualitativos é uma tarefa complexa para o pesquisador que precisa lidar com dados abundantes e pouco estruturados [...] Nesse sentido, é cada vez mais comum o uso de softwares que oferecem apoio à etapa de análise, os quais têm como objetivo facilitar a estocagem, o gerenciamento e a recuperação de dados. (NUNES et al, 2017, p.234)

Nesta dissertação é utilizado o MAXQDA Analytics Pro 2020. Trata-se de um pacote lançado em 1989 e que já encontra-se na versão 20.3.0. Através dele, os dados dos dois objetos foram transcritos, organizados, categorizados e codificados. Resultou destes procedimentos a geração de tabelas e gráficos, apresentados no decorrer do capítulo, enriquecendo as análises.

Os pacotes de softwares para análise de dados qualitativos fazem, a partir de um computador, o que os pesquisadores vêm fazendo manualmente há décadas: a estocagem, o gerenciamento e a recuperação de dados. Como fio condutor dessas funções, está o processo de codificação que consiste na designação de códigos para pequenos trechos do texto. Esses códigos, por sua vez, podem ser sobrepostos, permitindo que vários trechos de texto sejam recuperados a partir de um mesmo código. Contudo, essa codificação não é executada de forma autônoma pelo software, mas dependente da indicação do pesquisador. (NUNES et al, 2017, p.235)

Assim como destacam Nunes et al (2017), a ferramenta facilita a otimização das etapas que eram executadas manualmente, auxiliando o pesquisador na gestão do tempo, mas ainda necessita de sua operação, criatividade e conhecimento. Isto é, os SDAQ servem como apoio aos processos de codificação e categorização, enquanto que a análise e a interpretação permanecem sendo realizadas pelo pesquisador. Nodari et al (2014) reforçam este aspecto ao afirmarem que:

A qualidade dos resultados não é influenciada pela utilização de ferramentas computacionais, pois esta é dependente da qualidade e do domínio da técnica utilizada pelo pesquisador. Em suma, percebe-se que, na verdade, os softwares impactam primordialmente na velocidade e na produtividade dos projetos trabalhados. (NODARI et al, 2014, p.15)

Além dos SDQA, na etapa de organização do objeto também foram utilizados os repositórios do Youtube, chamados de canais. Neles, os objetos (tanto o webinar

do CONFERP quanto o vídeo da ABERJE) estão acessíveis e disponíveis publicamente, o que tornou possível a transcrição do conteúdo audiovisual para textos. Após, foram importados para a ferramenta MAXQDA, onde passaram por revisões gramaticais realizadas manualmente, já que a transcrição automática do Youtube não é fidedigna ao conteúdo.

Como resultado¹⁵⁶, os dois objetos totalizaram duas horas e dez minutos de conteúdo, 49.102 caracteres e 8.373 palavras. Destes totais, a tabela 01 demonstra os percentuais de trechos não codificados e codificados, isto é, selecionados para a análise.

Tabela 01: percentual de codificação dos objetos

	Vídeo ABERJE	Webinar Sistema Conferp-Connerps	TOTAL
NÃO CODIFICADO	39%	57%	56%
CODIFICADO	61%	43%	44%
TUDO O TEXTO	100% (3.463)	100% (45.639)	100% (49.102)

Fonte: gerada pelo software MAXQDA (2021) com base no vídeo da ABERJE (2020) e no webinar do CONFERP (2020)

Do total, observa-se que 44% do conteúdo dos dois objetos foram codificados. Sobre a não codificação, o webinar tem o percentual de 57% por ser um evento interativo, permitindo a participação dos presentes. Dela, surgiram perguntas que não contribuem com a delimitação do tema desta dissertação e, portanto, não foram mapeadas.

Já no vídeo da ABERJE ocorre o oposto, o maior percentual é o de codificação, com 61% do documento. Diferentemente do webinar, o conteúdo do vídeo da ABERJE é de caráter não interativo, gravado apenas pelo palestrante e que não possibilita questionamentos em tempo real.

Considerando que os dois objetos analisados, tanto a fala da Mariana Cardoso Magalhães quanto do Caio Oliveira, representando, respectivamente, o webinar do CONFERP e o vídeo da ABERJE tratam da mesma temática, suas análises foram realizadas de forma agregada. Isto é, os documentos passam a ser considerados como um único objeto.

¹⁵⁶ As transcrições dos objetos encontram-se disponíveis no apêndice E, onde localiza-se a transcrição do webinar do CONFERP, e no apêndice F, o vídeo da ABERJE;

de empresas, pessoas, de “gente”, a partir dos diálogos e trocas que ocorrem nessas ambiências.

Outro tópico identificável na imagem 21 é o destaque às palavras “importante, proteção e muito”. Através delas justifica-se a discussão da LGPD, intensificada pelo advérbio “muito”.

Dito isto, retoma-se a principal palavra citada, que é “dados”, já que são eles o centro da discussão e que pautam as demais reflexões. A “lei” estabelece a necessidade do “consentimento” no uso dos dados, que pode ser registrado através de um “contrato” e formalizado pelo “gestor”, onde tanto a “empresa” quanto o “titular” dos “dados” sabem de seus compromissos, direitos e deveres. Com isto, a “empresa” sabe o que pode “fazer” e o “cliente” compreende como os dados são “utilizados”.

Na mesma ótica de observar a frequência com que uma palavra é citada no objeto estudado, retomou-se ao capítulo um, no estágio em que se tratou dos termos que compõem a categoria de significado. Ao retomá-los, realizou-se a verificação quanto ao uso deles, tanto nas transcrições do webinar do CONFERP quanto no vídeo da ABERJE.

Como o título dos objetos já utiliza “LGPD” ou “Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais”, dois dos termos pertencentes a categoria de significado, a busca foi ampliada para o documento inteiro, permitindo a identificação de quais outros foram citados. A localização e a frequência podem ser conferidas no quadro 28.

Em destaque na cor verde estão os termos localizados. Destes, “dados”, “Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais” e “LGPD” que no capítulo cinco apresentaram poucas incidências, aqui foram quantitativamente mais representativos. Registra-se, porém, que este aumento nas citações era algo esperado, já que a natureza do conteúdo do objeto analisado é a própria discussão sobre os termos. Neste sentido, reafirma-se a existência de um diálogo entre as três estratégias metodológicas, sendo uma complementar a outra.

Quadro 28: termos buscados nos objetos analisados

Termo	Foi localizado?	Foi citado quantas vezes?
"digital"	sim	2
"digitais"	sim	1
"prognóstico"	não	-
"dados"	sim	190
"big data"	não	-
"data studio"	não	-
"pensamento computacional"	não	-
"algoritmo"	não	-
"tecnologia"	sim	3
"tecnologias"	não	-
"tecnológicos"	não	-
"inovação"	não	-
"inovações"	não	-
"Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais"	sim	7
"LGPD"	sim	17

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com apoio do software MAXQDA (2021) e com base no webinar do CONFERP (2020) e no vídeo da ABERJE (2020)

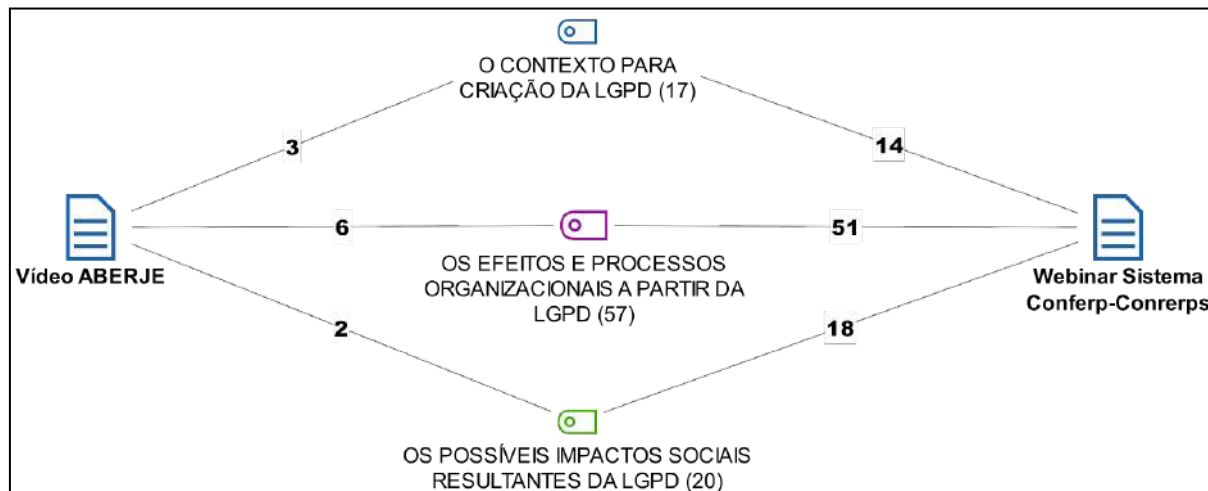
Com esta reflexão sobre a interação entre as estratégias metodológicas e as categorias de significado, retoma-se brevemente o modelo da Análise de Conteúdo (AC) proposto por Bardin (1977). Na etapa da pré-análise foram definidos três fragmentos de fala:

- O contexto para criação da LGPD;
- Os efeitos e processos organizacionais a partir da LGPD;
- Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD;

Do percentual de 44% de codificação das transcrições, ou o equivalente a 94 trechos, pode-se afirmar a seguinte distribuição entre os fragmentos de fala: 17 trechos compõem o fragmento "*O contexto para criação da LGPD*", outros 57 direcionam para "*Os efeitos e processos organizacionais a partir da LGPD*" enquanto que 20 foram codificados em "*Os possíveis impactos sociais resultantes*

da LGPD”. Estes números podem ser observados na imagem 22, que demonstra visual e quantitativamente o diagrama da análise.

Imagem 22: diagrama do corpus analisado na AC



Fonte: gerada pelo software MAXQDA (2021) com base no vídeo da ABERJE (2020) e no webinar do CONFERP (2020)

Observando de forma isolada, o vídeo da ABERJE teve 11 fragmentos, enquanto que o webinar do CONFERP resultou em 83. Já uma segunda forma de observar o resultado da codificação é através de um mapa visual. A imagem 23 apresenta as codificações e sua distribuição no decorrer dos documentos agregados, consolidados em um único objeto de análise.

A predominância do fragmento que aborda os efeitos e processos (roxo) já havia sido demonstrada quantitativamente (57 incidências), porém ao visualizá-lo graficamente pode-se observar sua distribuição na argumentação dos palestrantes. Ele está presente do início ao final do corpus, registrando uma concentração na região central, possivelmente por já se ter explorado o contexto que levou à criação da LGPD (representado na cor azul).

O contexto para criação da LGPD (azul), por tratar de tópicos introdutórios, pode ser observado no início das argumentações. Enquanto os fragmentos que discutem os possíveis impactos (cor verde) também podem ser localizados em todo documento, entretanto sua presença fica ampliada nos tópicos finais, quando já

foram abordados o contexto e os efeitos e processos, permitindo questionamentos futuros.

Imagem 23: mapa visual dos fragmentos de fala



Legenda:

O contexto para criação da LGPD

Os efeitos e processos organizacionais a partir da LGPD

Os possíveis impactos sociais a partir da LGPD

Fonte: gerada pelo software MAXQDA (2021) com base no vídeo da ABERJE (2020) e no webinar do CONFERP (2020)

Ao finalizar a etapa da pré-análise, de acordo com Bardin (1977), inicia-se a etapa de exploração do material. A autora argumenta que dos fragmentos de fala resultam as unidades de contexto e de registro. Ainda no capítulo das estratégias metodológicas, definiu-se que as unidades de contexto seriam equivalentes aos fragmentos de fala, assumindo as mesmas nomenclaturas. Portanto, ficando assim definidas:

UNIDADES DE CONTEXTO:

- O contexto para criação da LGPD;
- Os efeitos e processos organizacionais a partir da LGPD;
- Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD;

A partir das unidades de contexto, Bardin (1977) propõe que sejam identificadas as de registro. Também definidas no capítulo um, nesta dissertação elas estão organizadas a partir de uma matriz 5w2h, estando assim organizadas:

UNIDADES DE REGISTRO:

- Como?
- O quê?
- Onde?
- Por quê?
- Quando?
- Quanto?
- Quem?

Observadas as unidades de contexto e de registro, no quadro 29 é possível visualizar, em síntese, o comportamento destes elementos da Análise de Conteúdo. Na linha do “total” podem ser observadas as quantidades para cada unidade de contexto, enquanto que a coluna com o “total” representa os resultados das unidades de registro. Na interseção entre ambos, há um único total (94), que apresenta os trechos codificados e que são analisados no decorrer do capítulo.

Quadro 29: síntese quantitativa das unidades de registro e de contexto

Unidade de registro	Unidade de contexto			Total
	O contexto para criação da LGPD	Os efeitos e processos organizacionais a partir da LGPD	Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD	
Como?	-	26	5	31
O quê?	8	5	6	19
Onde?	-	1	-	1
Por quê?	3	9	6	18
Quando?	2	3	1	6
Quanto?	-	4	1	5
Quem?	4	9	1	14
Total	17	57	20	94

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020)

Para que os resultados do quadro 29 sejam explorados com mais densidade, em cada subseção será estudada uma unidade de contexto diferente, tratando dela e de suas unidades de registro. Neles também estarão presentes as análises que compõem a terceira etapa proposta por Bardin (1977), que é a de tratamento dos materiais, finalizando-a no subcapítulo 6.3, onde se tratará das inferências e, por sua vez, da proposição do modelo de prognóstico em Relações Públicas, desfecho que articula toda a dissertação, uma vez que é o seu tema.

6.2.1 O contexto para criação da LGPD

Identifica-se nesta unidade de contexto as origens para a criação da LGPD. Do total de 94 trechos codificados entre os dois documentos, 17 compõem fazem parte desta unidade. Deles, três têm como origem o vídeo da ABERJE e o restante (14) foram recortados do webinar do CONFERP.

Em relação às unidades de registro, três categorias não tiveram trechos selecionados, são elas: “como?”, “onde?” e “quanto?”. Em contrapartida, organizadas em ordem quantitativa, as categorias com o maior volume de transcrições são: “o quê?” (oito trechos), seguido do “quem?” (quatro trechos), “por quê?” (três trechos) e “quando?” (dois trechos). Estes dados podem ser observados na tabela 02, que sintetiza as codificações na unidade de contexto e em suas unidades de registro.

Tabela 02: unidades de contexto e registro de “O contexto para criação da LGPD”

Lista de Códigos	O CONTEXTO PARA CRIAÇÃO DA LGPD	O quê?	Como?	Onde?	Por quê?	Quando?	Quanto?	Quem?
<ul style="list-style-type: none"> ☐ O CONTEXTO PARA CRIAÇÃO DA LGPD ☐ O quê? ☐ Como? ☐ Onde? ☐ Por quê? ☐ Quando? ☐ Quanto? ☐ Quem? 								
Σ SOMA	17	8	0	0	3	2	0	4

Fonte: gerada pelo software MAXQDA (2021) com base no vídeo da ABERJE (2020) e no webinar do CONFERP (2020)

A unidade de registro “o quê?” agrupa trechos que apresentam argumentos sobre o que é a LGPD. Localizados no vídeo da ABERJE e webinar do CONFERP, os trechos codificados e suas análises podem ser observadas no quadro 30.

Quadro 30: O contexto para criação da LGPD - o quê?

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Vídeo ABERJE	<i>"um tema muito importante: a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais"</i>	Aqui se apresenta o significado da sigla LGPD: “Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais”. Trata-se de um trecho introdutório e, principalmente, para registro sobre o que se está falando. Um destaque é o uso de duas palavras: “muito” e “importante”, que utilizadas em conjunto ampliam a necessidade da discussão. Não trata-se de apenas um tema, mas de um “ muito importante”.
Vídeo ABERJE	<i>"Ela vai dizer que dado pessoal é a informação relacionada a uma pessoa que possa ser identificada. Isso significa que não somente aquela informação que você identifica com a biometria vai ser considerada. Outros dados que levam a identificação de uma pessoa também são considerados como dado pessoal aos olhos da Lei"</i>	Dois dos principais tópicos que constituem a LGPD estão presentes no trecho: dados e informação. Com base nos conceitos apresentados no capítulo três, a noção de dado e informação apresentada no trecho é imprecisa, já que um dado não é uma informação, mas tem potencial de ser. Entretanto, na LGPD, há uma aproximação entre dado e informação, sem que seja observada esta relação conceitual. Neste sentido, um “dado pessoal é a informação relacionada a uma pessoa” - mesmo que não tenha tido interpretações. Portanto, um dado é qualquer registro que se possua sobre uma pessoa.
Webinar CONFERP	<i>"Essa Lei, que é a Lei Geral de Proteção de Dados, tão carinhosamente chamada de LGPD"</i>	Este trecho também apresenta o significado da sigla LGPD, entretanto, numa visão reduzida da nomenclatura. A grafia correta inclui o “Pessoais”, apenas o exclui da sigla. Assim, o correto é referir-se como Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Outro ponto é o reforço do aspecto legal: “essa Lei”. Pela característica de novidade que a discussão imprime, reforçar que trata-se de uma legislação é relevante na direção de sua consolidação.
Webinar CONFERP	<i>"Então, quando a Legislação fala de dados pessoais, ela fala de tudo o que se refere a essa pessoa, não é só o CPF dela, não é só isso. É isso e também qualquer coisa que possa servir de referência para a gente descobrir quem é aquela pessoa"</i>	Aqui é exemplificado o dado que, normalmente, é o mais utilizado em cadastros para quaisquer atividades: o Cadastro de Pessoa Física (CPF). A LGPD irá protegê-lo, entretanto, irá além. O “não é só isso”, ao mesmo tempo que amplia o escopo, mantém vago. Isto, pois não delimita o limite do que será considerado um dado aos olhos da Lei. O uso da expressão “qualquer coisa que possa servir de referência” demonstra que não se trata exclusivamente de dados disponíveis em documentos de identificação do cidadão.
Webinar CONFERP	<i>"está lidando aqui com proteção"</i>	Aqui se afirma sobre a essência da Lei: a proteção. Não qualquer proteção, mas a que se refere aos dados pessoais. Mesmo que a LGPD seja uma lei aplicável a todos, ela lida diretamente com a proteção dos dados de pessoas naturais.
Webinar CONFERP	<i>"A gente normalmente só fala de dado digital. Isso é um grande erro, porque o dado pode ser tanto digital quanto físico"</i>	Há uma tendência, talvez em função da digitalização, que visualiza um dado apenas através de seu suporte digital. O computador, o acesso à internet e a outras tecnologias ampliaram os tipos e as quantidades possíveis de dados, mas não foram os criadores deles. Um dado não tem obrigatoriedade de estar relacionado ao digital. Por isso, a LGPD protege os dados pessoais, indiferente do suporte em que estejam materializados, sendo um “grande erro” não atentar-se a isso, já que o dado “pode ser tanto digital quanto físico”.

continua

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<i>"qualquer tipo de dado pode ser sensível"</i>	A LGPD entende que existam dados e, entre eles, alguns são sensíveis. Questões de identidade de gênero, opção sexual, étnico-raciais, dados que envolvam menores de idade, Direito de Família e outros, a depender da forma como sejam obtidos, tratados, armazenados, podem ser considerados sensíveis. No instante em que "qualquer tipo de dado pode ser sensível" se estabelece um estado de alerta, em que a constante observação deles é necessária.
Webinar CONFERP	<i>"Ele pode ser um nome completo, CPF, a relação que você tem com outra pessoa, um comprovante de endereço, algum dado de pagamento de tributo da sua empresa, a sua opção sexual. Um dado sensível pode ser qualquer coisa"</i>	Neste trecho são demonstrados exemplos de dados que podem ser "apenas" dados, mas também e, inclusive, considerados sensíveis. Se reforça o aspecto da interpretação, com o apelo ao uso da expressão "um dado sensível pode ser qualquer coisa", que possibilita diferentes visões sobre o mesmo objeto.

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nas transcrições do vídeo da ABERJE (2020) e do webinar do CONFERP (2020)

De forma geral, o que se observa no registro "o quê?" são argumentos que apresentam, resumidamente, a LGPD. Trata-se, portanto, de uma lei que atua em favor da proteção de dados pessoais, indiferente do suporte em que estejam materializados.

A LGPD também permite diferentes interpretações para um mesmo objeto, principalmente quando se trata da definição do que seja ou não um dado sensível. Além disto, a unidade de registro "o quê?" reúne trechos que demonstram a relação entre dados pessoais e informação, sendo eles os objetos amparados pela legislação.

Já as análises relacionadas à unidade de registro "quem?" direcionam a compreensão do público. Isto é, para quais pessoas, sejam elas naturais ou jurídicas, destina-se e se aplica a LGPD. Localizados tanto no vídeo da ABERJE quanto no webinar do CONFERP, os trechos codificados e as análises podem ser observadas no quadro 31.

Quadro 31: O contexto para criação da LGPD - quem?

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Vídeo ABERJE	<i>"Essa é uma lei geral e o geral se opõe ao setorial. Leis setoriais se aplicam a determinados modelos de negócios, como uma lei setorial para a saúde, uma para área financeira, para a bancária. Essa é uma lei geral: o que significa que vai se aplicar a todos os modelos de negócios que realizam o tratamento de dados pessoais"</i>	Este trecho também apresenta proximidade com a definição da sigla, que pode ser lida tanto na categoria do "o quê?" como na do "quem?". Pelo conteúdo transcrito, optou-se por categorizá-lo na segunda, isto pois o trecho pode ser resumido a partir do uso do termo "todos". Assim, o "geral" que é visualizado no nome da Lei refere-se, ao mesmo tempo que aplica-se, a "todos: negócios, todas pessoas, instituições públicas e governamentais". Nesse sentido, além de ser um termo jurídico, "geral" reforça a ideia de alcance, uma vez que é o oposto ao específico: uma "Lei Geral e o geral se opõe ao setorial".
Webinar CONFERP	<i>"Ela dispõe sobre como tratar os dados e como eles vão ser trabalhados e utilizados por qualquer pessoa, seja física ou jurídica, mesmo se forem utilizados com alguma finalidade específica, principalmente no sentido de trabalho ou jurídico"</i>	Aqui há um ponto de atenção: não há justificativa para a não execução do que propõe a LGPD, indiferente do argumento utilizado. Isto é reforçado pelo uso da palavra "mesmo", que atribui uma condição. Logo, tratand-se de uma Lei Geral, ela se aplica a todas as situações, mesmo que os dados sejam "trabalhados e utilizados por qualquer pessoa, seja física ou jurídica" no sentido de trabalho.
Webinar CONFERP	<i>"porque se você é uma pessoa física e está obtendo informações pessoais de alguém, você também precisa se preocupar com a inteira segurança desses dados que está obtendo e que não são seus"</i>	A Lei é Geral e, sendo assim, ao receber, lidar, administrar ou ter qualquer tipo de relação com dados de outra pessoa (seja natural ou jurídica), "você também precisa se preocupar". O uso do "também" implica a ideia de soma e, ao mesmo tempo, de comparação. Isto pois, há o senso comum de que a LGPD se aplica somente a pessoas jurídicas e, portanto, o uso do "também" reforça que a legislação é aplicável, inclusive, às pessoas físicas. Desta forma, a LGPD inclui os profissionais que estejam operando os dados no seu "quem". Assim, indiferente da posição que ocupar, se houver contato com qualquer tipo de dado, esta pessoa precisa se "preocupar" com a segurança deles, afinal "os dados não são seus".
Webinar CONFERP	<i>"A LGPD vai regular qualquer tipo de atividade, principalmente as que envolvam outras pessoas. Às vezes pode ser uma atividade que você não se envolva, mas se tem empregados, se tem cliente, se você tem parceiro, se você fez contrato com alguém: preocupe-se com a proteção de dados dessa pessoa"</i>	A proteção dos dados é o foco da Lei. Neste trecho se apresentam situações em que não há contato direto com os dados, mas que eles são pano de fundo. "Pode ser uma situação que você não se envolva, mas(...)". O uso do "mas" emprega o sentido de contrariedade, pois alerta uma condição. Isto é, mesmo que não se manuseie os dados, a responsabilidade pelo cuidado e proteção é conjunta.

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nas transcrições do vídeo da ABERJE (2020) e do webinar do CONFERP (2020)

Com os registros relacionados ao "quem?", a compreensão do contexto para criação da LGPD se amplia, pois se inclui o público a que se direciona. Tratando-se

de uma lei enquadrada enquanto geral, admite-se que em relação aos públicos não há exceções. Seu cumprimento é uma obrigação legal para todas as pessoas, sejam naturais ou jurídicas, que possuam acesso aos dados pessoais de terceiros, indiferente da situação que foram coletados e/ou estejam armazenados.

A próxima unidade de registro analisada é a do “por quê?”. Nela foram agrupados os trechos que explicam o porquê do surgimento da LGPD, ampliando o entendimento sobre as condições de contexto que desencadearam a publicação da lei. As transcrições foram localizadas somente no webinar do CONFERP e as análises podem ser observadas no quadro 32.

Quadro 32: O contexto para criação da LGPD - por quê?

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<i>"Uma demanda mundial que tem muita gente falando sobre, e pouca gente entendendo sobre"</i>	A LGPD observa outras leis em nível internacional. A pressão social por uma legislação que proteja os dados é resultado de uma polaridade, principalmente, política e de um espaço ainda impermeável de normas e fiscalização. Por isso, trata-se de "uma demanda mundial" não somente pelos efeitos políticos que possam surgir do uso dos dados, mas também pelo fluxo de internacionalização deles, já que boa parte das empresas que coletam dados na contemporaneidade ofertam seus serviços para diversos países, mas seu controle organizacional e base de dados, estão em outros. No Brasil, uma das justificativas para a LGPD corrobora com esta "demanda mundial", ao mesmo tempo que também enfrenta "pouca gente entendendo sobre". A incerteza da operação brasileira causa ansiedade e olhares ainda incertos sobre os reais efeitos da legislação, ampliando a quantidade de "muita gente falando".
Webinar CONFERP	<i>"A gente não sabe o tanto que as nossas informações pessoais são valiosas, o quanto elas são importantes para poder tomar decisões, poder abrir contratos, fechar contratos, comprar uma casa, comprar um carro. Assim, muita gente acaba falando, dando os próprios dados pessoais porque os dados são largados aí pelo mundo"</i>	Não se pode afirmar que seja a falta de conhecimento o que faça com que "muita gente acabe falando, dando os próprios dados", pois uma série de aspectos sociais e culturais estão envolvidos neste processo. Considerando uma realidade física e não digital, ainda é observada ¹⁵⁸ a aquisição ilícita de pleito eleitoral. O que é o voto senão também um dado? Neste sentido, realmente, "a gente não sabe o tanto que as nossas informações pessoais são valiosas" e o que ser feito a partir delas. A realidade que justifica a criação da LGPD é exatamente esta: "os dados são largados aí pelo mundo", sem estarem protegidos. Isto é, aqueles que sabem como aproveitá-los, podem utilizá-los para os mais variados fins, como se observa a partir do aumento no número ¹⁵⁹ de casos de estelionato (falsa concepção de algo com o intuito de obter vantagem ilícita para si ou para outros) e, a base é exatamente estes dados, compartilhados de formas online ou offline.

continua

¹⁵⁸ Dados divulgados, em 2014, pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) revelam que compra de votos ainda é realidade no Brasil;

¹⁵⁹ Segundo a matéria publicada pela Radioagência Nacional, em 2020, somente no Distrito Federal, houve o aumento de mais de 300% no número de casos de estelionato. Já no Rio Grande do Sul o índice foi de 115% a mais;

conclusão

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<i>"Os dados são importantes, vocês precisam que eles sejam protegidos"</i>	O uso da expressão "vocês precisam" demonstra que não é opção, mas sim uma necessidade de proteção aos dados. Neste sentido, a justificativa pela existência da LGPD pode ser compreendida como interesse público, além de que, o uso do "vocês", indica proximidade com o leitor, pois causa identificação no instante da leitura.

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nas transcrições do webinar do CONFERP (2020)

A justificativa para a existência de uma Lei, normalmente, ocorre pela necessidade de regulação e/ou fiscalização daquela temática. E com a LGPD não é diferente. Categorizar o "por quê?" demonstrou que a sensibilização à discussão ocorre em nível mundial, visto os impactos que o uso dos dados podem ocasionar.

No mesmo sentido, também se observa através dos argumentos analisados que esteja aumentando a quantidade de abordagens que tratem da temática, mas que ainda não se alcançou um estágio de entendimento crítico quanto ao valor dos dados. A mesma situação para as possibilidades e mudanças em sua proteção, agora à luz da LGPD.

Concluído o "por quê?", avança-se às análises relacionadas à unidade de registro do "quando?". Nela, estão agregados os trechos que apresentam tópicos sobre a vigência da Lei. As transcrições foram localizadas somente no webinar do CONFERP e as análises podem ser observadas no quadro 33.

Quadro 33: O contexto para criação da LGPD - quando?

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<i>"A gente já vem adiando há muito e sempre precisa de mais tempo para conseguir resolver, entender o que tem que fazer, como proteger. Quanto mais adiar, mais a gente continua sem fazer nada. Estamos com uma legislação aprovada e publicada desde 2018, e tem empresa que só começou a pensar em implementar agora, em 2020, no ano em que ela ia entrar em vigência"</i>	Neste trecho, o "quando" é direcionado particularmente a cada empresa. Através da expressão "eu acho que a gente já vem adiando há muito tempo" demonstra insatisfação da palestrante, pois "quanto mais adiar, mais a gente continua sem fazer nada". A crítica, neste sentido, é de que desde 2018 a lei está publicada e aprovada e, somente no ano em que entraria em vigência, algumas empresas preocuparam-se com ela.

continua

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<i>"foi publicada em agosto de 2018"</i>	A LGPD foi publicada em 2018 e seu prazo inicial para vigência (quando passa a valer) era de 24 meses. Sendo assim deveria ter iniciado em 2020. Mas, duas outras leis alteraram seu início. O fato de ter sido "publicada em agosto de 2018" em nada altera seu conteúdo, mas sua nova previsão é 1º de agosto de 2021.

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nas transcrições do webinar do CONFERP (2020)

Nesta última unidade de registro para o contexto para criação da LGPD, foram observados os trechos do "quando". Com um olhar crítico, a partir da visualização dos documentos, observou-se a manutenção de cultura popular do "deixar em cima da hora". Isto é refletido quando os autores pontuam que poucos movimentos foram realizados para a consolidação da Lei. Contudo, com a nova data da vigência, que é agosto de 2021, alguns movimentos têm sido realizados com foco nesta temática, como é o próprio caso dos objetos analisados.

Por fim, considerando os 17 trechos codificados, esta unidade de contexto tratou a LGPD pela perspectiva do seu contexto de criação, reunindo transcrições e realizando análises que localizam o leitor em relação aos aspectos formativos da legislação. A partir deles, há elementos suficientes para o entendimento das etapas que serão tratadas nas outras duas unidades de contexto. Em resumo, no quadro 34¹⁶⁰ pode-se visualizar o ranking com as palavras mais utilizadas no decorrer das análises, organizadas a partir de sua frequência.

¹⁶⁰ Para a melhor visualização, foram excluídas desta representação as classes gramaticais de artigos, preposições e verbos. A relação com os termos utilizados e que tenham frequência igual ou superior a três pode ser observada no apêndice G;

Quadro 34: frequência de termos para o “Contexto para criação da LGPD”

Palavra	Frequência de citações	Ranking	Presente em quantos documentos?
não	28	1º	2
dados	18	2º	2
gente	18	2º	1
dado	14	4º	2
pessoais	10	5º	2
qualquer	10	5º	1
Lei	8	7º	2
mais	8	7º	1
só	8	7º	1
está	6	10º	1

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nas transcrições do vídeo da ABERJE (2020), do webinar do CONFERP (2020) e do software MAXQDA (2021)

Visualizando os termos mais utilizados e tendo já percorrido a etapa das análises, tem-se que “dados” unem-se à “pessoais”, demonstrando algumas “negativas” ao território de aplicação da lei. Estes dados pessoais envolvem “gente” ou, redundantemente, “pessoas”. Aspectos, estes, que em síntese, articulam os resultados das análises para esta unidade de contexto.

Na próxima subseção se discutem os efeitos e os processos organizacionais a partir da LGPD. Ela é organizada da mesma forma que esta, objetivando a padronização na leitura e entre as análises.

6.2.2 Os efeitos e processos organizacionais a partir da LGPD

Identifica-se nesta unidade de contexto os efeitos e os processos organizacionais a partir da LGPD. Do total dos 94 trechos codificados entre os dois documentos, 57 estão presentes nesta categoria. Deles, seis têm como origem o vídeo da ABERJE e o restante (51) foi recortado do webinar do CONFERP.

Nessa seção se observa os objetos a partir de uma visão funcionalista da LGPD, destacando aspectos operacionais da legislação, e que influenciam os

ambientes das organizações. Em relação às unidades de registro, todas tiveram trechos codificados. Organizadas em ordem quantitativa, as que apresentam o maior volume são: “como” (26 trechos), seguido do “por quê?” e do “quem?” (cada um com nove trechos), “o quê?” (cinco trechos), “quanto?” (quatro trechos), “quando?” (três trechos) e “onde?” (um trecho). Esta distribuição pode ser observada na tabela 03.

Tabela 03: unidades de contexto e registro de “Os efeitos e processos organizacionais a partir da LGPD”

Lista de Códigos	OS EFEITOS E PROCESSOS ORGANIZACIONAIS A PARTIR DA LGPD	Como?	O quê?	Onde?	Por quê?	Quando?	Quanto?	Quem?
OS EFEITOS E PROCESSOS ORGANIZACIONAIS A PARTIR DA LGPD								
Como?		●						
O quê?			●					
Onde?				●				
Por quê?					●			
Quando?						●		
Quanto?							●	
Quem?								●
Σ SOMA		26	5	1	6	3	4	9

Fonte: gerado pelo software MAXQDA (2021) com base no vídeo da ABERJE (2020) e no webinar do CONFERP (2020)

As análises relacionadas à unidade de registro “como?” agrupam trechos que demonstram como se pode proteger os dados, bem como as exigências para o cumprimento da legislação. Localizados tanto no vídeo da ABERJE quanto no webinar do CONFERP, no quadro 35 são apresentadas as análises de cada trecho codificado.

Quadro 35: Os efeitos e os processos organizacionais a partir da LGPD - como?

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Vídeo ABERJE	<i>“necessário que se analise cada hipótese de tratamento que a empresa faça, com muito zelo e com muita atenção”</i>	Neste trecho é abordado o processo de revisão que as empresas (e pessoas naturais) precisam se adequar. A expressão “que se analise cada hipótese de tratamento” alerta para a observância de todos os processos que possam envolver dados. Já a expressão “muito”, tanto para “zelo” quanto para “atenção”, informa a intensidade que este processo deve ser conduzido, para não deixar escapar uma “hipótese”.
Vídeo ABERJE	<i>“É importante visitar todas as políticas da empresa para ver se elas estão de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados: política de retenção, política de acesso e segurança, plano de governança, os termos de uso, política de privacidade”</i>	A síntese deste trecho está na necessidade de “visitar todas as políticas”. Isto é, “ver se elas estão de acordo” com o que a LGPD solicita. No trecho também são pontuados alguns dos tipos de termos e/ou políticas que precisam deste novo olhar. Somando-se a isso, a expressão “todas as políticas” estabelece exatidão para a análise: trata-se de uma adequação radical a todo e qualquer regulamento que tenha relação com o uso, coleta, gestão ou armazenamento de dados.

continua

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Vídeo ABERJE	<i>"Importante também ter um mecanismo, um canal para atender os direitos dos titulares, onde eles podem solicitar correção, exclusão ou informações sobre com quem você compartilha os dados"</i>	Neste trecho duas sentenças podem ser consideradas. Primeira: "um mecanismo, um canal para atender" - na qual se concentra uma questão central: o relacionamento. A LGPD prevê que os titulares tenham acesso aos históricos de quais dados as organizações possuem, solicitando a qualquer momento esta visualização, seja para "correção, exclusão ou informações". Desta forma, as empresas precisam estruturar equipes, treinando-as para este suporte, uma vez que é um direito do consumidor e está resguardado pela legislação. E, é exatamente esta a segunda sentença observável: "um mecanismo [...] onde eles podem". O emprego do termo "onde" aproximado de mecanismo demonstra que "eles" - os titulares - têm acesso a estes registros. Isto demonstra a necessidade de ações além do treinamento das equipes para o suporte a partir de um "canal" mas, inclusive, o desenvolvimento de uma plataforma, indiferente do ambiente, que permita acesso a estas informações. É a partir deste "mecanismo" que se "atenderá os direitos dos titulares".
Webinar CONFERP	<i>"um fornecimento de dado precisa de consentimento do titular, o que significa que a pessoa que esteja te passando aqueles dados dê o consentimento para que sejam utilizados"</i>	"Consentimento" e "titular" são dois termos que, para a LGPD, estão bastante próximos um do outro. A mudança de paradigma, neste sentido, é que a partir da LGPD, mesmo que se possua os dados do titular, também é necessário o consentimento para o uso, já que só podem ser utilizados para o fim que lhe foi consentido. Nesta relação de titularidade, é importante destacar que os dados são pessoais e, provisoriamente estão sob cuidado de uma empresa, tendo sido cedidos pelo seu titular. Em outras palavras: não é possível fazer o que se deseja com os dados sem que o titular saiba ou tenha permitido.
Webinar CONFERP	<i>"use a Lei da Transparência: nesse caso você não precisa do consentimento do titular desse dado para poder utilizá-lo, pois você tem uma obrigação legal ou regulatória que normatiza a apresentação daquele dado. Com isso, pode fazê-lo sem pedir o consentimento - mas também é somente nesta situação"</i>	Este trecho é decorrente de uma participação de um ouvinte, que questionou sobre o uso de dados em função de autarquias, que precisam publicizar suas ações para prestação de contas. Mesmo que se trate de um dado sensível, como por exemplo o salário de um servidor, o interesse coletivo é mais importante que o individual, uma vez que à população é garantido o direito da fiscalização e, visualizar a aplicação dos recursos faz parte deste processo. Por isto, a direção aos setores públicos é que observem e fiquem atentos às interações da LGPD com outras legislações. No caso da publicidade de dados relacionados ao Governo, órgãos públicos e autarquias, a Lei da Transparência adverte quanto à forma que devem ser divulgados e uma legislação não deve ferir a outra.
Webinar CONFERP	<i>"se for possível não colocar forma de identificação daquele dado, como por exemplo: utilizar só o primeiro nome da pessoa e os outros não coloca, ou então o CPF só os dois últimos números, alguma coisa do tipo em que você possa anonimizar aquela informação"</i>	Uma possibilidade de adequação é a "anonimização" de alguns dados. Além disso, se observado para os setores não públicos, esta pode ser uma forma bastante relevante de se tratar com dados. Suponha-se que numa mesma tela diferentes nomes e salários sejam divulgados. Mas é de somente um funcionário o atendimento em questão. Não haveria necessidade, nesta situação, de o profissional que presta o suporte visualizar dados alheios ao caso que esteja providenciando. Por isto, "alguma coisa do tipo que você possa anonimizar aquela informação" é uma estratégia que pode ser adotada por empresas para ampliar seus níveis de segurança.
Webinar CONFERP	<i>"Você também pode utilizar esses dados em situações de proteção à vida e a integridade física do titular ou do terceiro"</i>	Uma situação, entretanto, é exceção à LGPD. Os dados somente podem ser utilizados sem o consentimento do titular em situações que envolvam a proteção à vida e à integridade dele. Entretanto, cabe a interpretação de quais sejam estas situações. Em um acidente, por exemplo, cujo titular tenha sido conduzido ao hospital e o controlador tenha como identificá-lo, os dados poderiam ser utilizados. Mas, estas situações devem ser observadas com atenção para não ferir a lei.

continuação

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<i>"Caso já tenha um contrato, alguém que você lida muito mais tempo e muito antes de falarem da LGPD, o que eu recomendo é a elaboração de um aditivo contratual, onde irá incluir os termos relativos à proteção de dados"</i>	A Lei é para todos e, inclusive, numa perspectiva retroativa. Caso exista qualquer instrumento, regulamento, política, termos de uso, contrato ou o que for, deve-se elaborar "um aditivo contratual", incluindo "termos relativos à proteção de dados". Neste sentido, novamente a observância dos processos deve ser retomada. Revisar o que já está em vigência também deve se incorporar às ações necessárias de adequação à LGPD. Pois mesmo que "você lida muito mais tempo e muito antes de falarem da LGPD", todas as operações que envolvam dados estão sob sua tutela.
Webinar CONFERP	<i>"Também é importante deixar claro para o titular dos dados, assim como para você, que todas as informações solicitadas são somente as fundamentais para realização do seu trabalho"</i>	As empresas não podem solicitar dados que não sejam necessários a uma situação, pois os dados são "somente os fundamentais para realização do seu trabalho". Isto significa que, por exemplo, para a compra de um automóvel, a orientação sexual do consumidor não tem importância. Mas, os dados financeiros para o cumprimento do pagamento, sim. Essa condição deve estar "clara para o titular dos dados", ressaltando que somente o essencial será coletado.
Webinar CONFERP	<i>"É só você deixar muito claro para o titular do dado que a informação que se está requerendo, a qualquer tempo que o titular entenda, ele pode não mais querer que você utilize aquela informação. É muito simples: é só deixar tudo isso contratualmente explicado e que não vai ter problema"</i>	Contrato. Este é o principal ponto que todas as pessoas, sejam naturais ou jurídicas, precisam se adequar. O uso da expressão "é muito simples" sinaliza que não há outras possibilidades de se evitarem problemas senão a sua execução e, neste documento, devem estar listadas todas as condições de uso dos dados. Na prática, o "contrato", a depender do tipo de serviço oferecido, pode assumir outros nomes, como política de uso, política de privacidade, política de uso de dados, termos de uso, termos de acesso, entre outros. No instrumento também precisa estar registrado a titularidade sobre os dados, definindo o que poderá ou não ser realizado a partir deles, inclusive numa limitação de período, incluindo condições para o término ou a continuidade no uso dos dados.
Webinar CONFERP	<i>"Vamos supor que você terá que utilizar um dado sensível, de forma que apareça no relatório da Lei de Transparência. Você vai pedir para o titular assinar um termo, destacando o seu conhecimento sobre a utilização daquele dado"</i>	Esta situação tem mais sentido para a manutenção harmônica do relacionamento no sistema organização-públicos do que, de fato, uma perspectiva jurídica, pois, a Lei da Transparência sinaliza que tais dados devem ser publicizados. O destaque do "conhecimento e do consentimento" é para que o titular fique atento aos questionamentos que, desta divulgação, possam ocorrer, além da consciência de que alguns de seus dados estão expostos.
Webinar CONFERP	<i>"Você formaliza ao seu cliente através de um e-mail: - devido ao encerramento do nosso contrato e tudo mais, estou formalizando a você que eu exclui do nosso banco de dados todas as informações suas. Já os documentos que eram físicos, você devolve o documento que estiver em sua posse"</i>	Como lidar com o término de um contrato? Novamente, formalizando. Assim como ocorreu no início a partir de um instrumento, o término também deve ser registrado. A sugestão é que seja "através de um e-mail", mas a decisão depende do que a empresa compreende como mais adequado. Indiferente da forma, é importante notificar o titular dos dados que "eu exclui do nosso banco de dados todas as informações suas". Assim, a relação é findada, pois não se protege aquilo que não se tem. O mesmo ocorre para quaisquer documentos físicos: "você devolve o documento que estiver em sua posse".

continua

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<p><i>"Se o cliente chegar e falar: - olha, eu não quero mais que você tenha a posse desses meus dados. Você tem que deletar aqueles dados ou devolver a documentação para o cliente. Mas nesse caso, se você ainda estiver prestando o serviço, pode alegar que não é possível prestar o serviço sem as informações que você tem em mãos. E, lembrar, que ficou determinado o período para utilização daqueles dados e que quando se encerrar, os dados serão excluídos ou devolvidos"</i></p>	<p>O titular tem o direito de não prosseguir com a autorização do uso dos dados por uma empresa e a mesma resguarda-se ao mesmo direito de não executar o serviço proposto caso a utilização dos dados seja condição para sua realização. Um advogado, por exemplo, não poderá defender um cliente se o mesmo não lhe apresentar documentos que comprovem sua idoneidade. Além disso, sugere-se "lembrar" o que está registrado no contrato. Destacando, novamente, a importância deste documento ao registrar a maior quantidade de hipóteses que envolvam os dados e quais são as ações estão cobertas no que refere-se à proteção e ao uso deles.</p>
Webinar CONFERP	<p><i>"Com relação ao documento pessoal, você terá que ter uma parte da sua empresa, do seu escritório, onde você guarda toda a documentação dos seus clientes e parceiros, de gente que você utiliza com muita frequência. Tudo de forma física. Para quem mexer naquela documentação você precisa ter uma espécie de Bíblia. Anotar num checklist quem retirou o documento, registrando o dia, a hora, quem o devolveu. É melhor a gente começar a pensar nisso porque o documento físico também é um dado"</i></p>	<p>Neste trecho se retoma o aspecto do documento físico através do uso da expressão "documento pessoal". E, a utilização da expressão "é melhor começar a pensar nisso", demonstra:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) que a LGPD irá também dialogar com os dados físicos, dito impressos; b) que até o momento pouco cuidado se atribuiu a eles, portanto é preciso "começar". <p>Também se destaca a reserva de espaço para o armazenamento dos dados, principalmente aos com acesso mais frequente. O "começar a pensar nisso" sinaliza uma possibilidade às empresas: um "checklist". Isto é, uma série de itens que, quando respondidos, organizam a memória de acesso àqueles documentos. Caso algum problema seja identificado, o relatório gerado através das respostas registradas com o checklist pode facilitar na identificação de quais profissionais tiveram acesso àquele material.</p>
Webinar CONFERP	<p><i>"Tem muitas nuvens que vocês compram o pacote e começam a colocar documentos e dados de cliente. Ótimo, porque esses tipos de sistemas colocam um rastro de quem fez alteração, até no documento do estilo Word"</i></p>	<p>Uma alternativa são as "nuvens". Caracterizadas como espaços de armazenamento virtual, os ambientes permitem que sejam guardados qualquer tipo de dados. Uma vantagem destes sistemas, em sua maioria, é que além de contarem com as estruturas das próprias empresas no que se refere à proteção dos dados, através deles também é possível identificar o fluxo de acesso e de alterações, a partir de "um rastro de quem fez alteração". As nuvens, normalmente, contam com versões gratuitas e, à medida que o espaço for sendo utilizado, "vocês compram o pacote" e ampliam o armazenamento.</p>

continuação

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<i>"Depois que você verificar, fazer o relatório de ameaças e fraquezas, você precisa que o seu TI amplie essa segurança, sempre lembrando dos documentos que são físicos"</i>	Um dos primeiros processos que envolvem a operação da LGPD é o desenvolvimento de um "relatório de ameaças e fraquezas". Trata-se do mapeamento dos pontos sensíveis, como fraquezas na operação interna da organização e ameaças que podem ser externas, como as invasões aos dados, por exemplo. Uma vez identificados, o próximo passo é a ampliação da segurança. Neste tópico, utiliza-se a expressão "você precisa", demonstrando que não é uma opção, mas sim um compromisso com a segurança dos dados. A sugestão é de que seja acionada a área de tecnologia da informação - ou, caso não seja possível ou não exista, observe-se mais possibilidades, "sempre lembrando dos documentos que são físicos".
Webinar CONFERP	<i>"Depois que a gente descobre quais são as nossas fraquezas, que foi buscada a implementação de mais segurança, é preciso fazer a elaboração do manual de segurança de dados"</i>	Este trecho também faz parte de um processo sequencial, pois "depois que a gente descobre quais são as nossas fraquezas" e "que foi buscada a implementação de mais segurança", é o momento de mais uma etapa: "é preciso fazer a elaboração do manual de segurança dos dados". Este manual é o documento que conduz todos os processos de segurança, aponta os fluxos, sinaliza os responsáveis e reúne todo e qualquer tópico acerca da forma como a organização irá tratar dos dados. Por ser um "manual", ele precisa facilitar e apresentar o passo a passo que guie os profissionais da operação, informando-os sobre as condutas a serem adotadas em cada situação.
Webinar CONFERP	<i>"Esses treinamentos têm que ser feitos de forma periódica. Saindo e entrando gente da empresa, o treinamento tem que ser feito. Fazendo alteração deste sistema de segurança o manual vai ser alterado e vai ser preciso um novo treinamento. Isso parece eterno, vai ser uma bolinha de neve o tempo todo: verificando, alterando, fazendo um novo treinamento, atualizando"</i>	"Treinamentos" e "de forma periódica" precisam ser realizados para capacitar as equipes que irão lidar com os dados. Não basta a entrega do manual de segurança, é preciso que o mesmo seja exemplificado e, "saindo e entrando gente da empresa, o treinamento tem que ser feito". Isto significa que deve ser uma etapa das ações de acolhida do funcionário, mesmo que ele não lide diretamente com os dados, mas que conheça as condutas da empresa no que se refere à segurança dos dados. Qualquer modificação que ocorra no manual deve ser comunicada aos funcionários e, novamente, realizado um "treinamento". Ironicamente, utiliza-se a expressão "bolinha de neve", sinalizando que se trata de um processo que vai aumentando e se modificando, à medida que situações vão ocorrendo no dia a dia.
Webinar CONFERP	<i>"Sobre o vazamento, você deverá no mínimo descrever a natureza do dado pessoal que foi afetado"</i>	A forma como se conduzirá situações que envolvam o vazamento dos dados também deve estar prevista no manual de segurança. A citação "no mínimo" demonstra a expectativa para outras ações além da que descreve a natureza do dado afetado. Entre os tópicos a serem informados, a data do vazamento é um dos que precisa ser compartilhado com os titulares, para que estejam atentos a quaisquer episódios ocorridos após a sinalização.
Webinar CONFERP	<i>"Além de indicar as medidas técnicas de segurança utilizadas para a proteção dos dados, tenho que informar tanto para a Autoridade Nacional quanto para o meu cliente tudo que já foi feito até hoje para proteger seus dados dentro da minha organização"</i>	Este trecho também trata de um vazamento de dados, mas pela ótica da organização. Ela tem a necessidade de informar não somente as "medidas técnicas de segurança" que estão sendo utilizadas para reverter a situação, como também o que já foi realizado. Esta é uma forma de fiscalização, tanto pela Autoridade Nacional quanto pelo titular dos dados, observando para tal se a empresa já havia tomado as providências necessárias para que eles não estivessem sido vazados. O papel da ANPD é o de fiscalizar o cumprimento da LGPD.

continua

continuação

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<p><i>"A partir do momento de um vazamento de dados, a gente fala de várias possibilidades jurídicas. Uma delas é que a própria Agência Nacional vai instaurar um procedimento contra você para verificar qual foi o erro, se você realmente fazia algo para proteger os dados. Antes dela determinar se você teve culpa no erro, você irá realizar diversas funções sinalizadas pela própria Autoridade Nacional que poderá, caso necessário para a salvaguarda dos direitos dos titulares, determinar ao controlador a adoção de providências, tais como: ampla divulgação do fato nos meios de comunicação e medidas para rever ou mitigar os efeitos"</i></p>	<p>A Autoridade Nacional é o órgão que fiscalizará a LGPD e as organizações, que aos olhos da lei são "controladores", isto é, estão controlando dados através de um instrumento de comum acordo entre o titular e o controlador. O vazamento de um dado é, de fato, um problema sério que envolve "várias possibilidades jurídicas", já que expõe dados dos titulares que podem ser utilizados para incalculados fins, gerando ônus aos mesmos. Entretanto, mesmo que todos os cuidados sejam tomados e exista, a partir do manual de segurança de dados, uma série de procedimentos mapeados para evitar o vazamento, eles ainda podem ocorrer. A preocupação da ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados) é, em primeiro, "determinar ao controlador a adoção de providências" para a resolução ou a mitigação do problema e, em segundo, autuar. Entretanto, para este segundo, "antes dela determinar se você teve culpa no erro, você irá realizar diversas funções". Deste modo, analisa-se que o papel principal da ANPD seja, de fato, a proteção, já que se caracteriza a resolução do problema no primeiro momento, enquanto que, somente após definidas as medidas resolutivas, é que se avalia se houve ou não erro por parte do controlador.</p>
Webinar CONFERP	<p><i>"Esse é o objetivo das sanções em caso de descumprimento da Lei. Na LGPD os agentes de tratamento de dados, em razão das infrações cometidas ficam sujeitos a sanções administrativas que só a Agência Nacional pode aplicar. Importante: o titular do dado não vai poder aplicar contra alguém que vazou dado. Não, isso é uma determinação que só Agência Nacional pode fazer, porque só ela é autoridade capaz de instaurar um procedimento para verificar se você fez o que deveria ter feito"</i></p>	<p>O não cumprimento do que prevê a LGPD fará com que, pessoas naturais e/ou jurídicas, fiquem passíveis de serem advertidas através de uma sanção administrativa. Porém, mesmo que seja comprovada a hipótese de qualquer erro no processo de dados, como o vazamento, "o titular do dado não vai poder aplicar contra alguém que vazou", pois este papel cabe, única e exclusivamente a ANPD. Este contexto é reforçado pelo uso de expressões como "só" e "só ela", referindo-se às atribuições da ANPD.</p>
Webinar CONFERP	<p><i>"Se ela entender que sanções são necessárias, a primeira delas é a advertência, com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas"</i></p>	<p>O uso do "ela" ainda refere-se a ANPD. Neste trecho pode-se observar que há um nível de sanções marcado pelo uso da expressão "a primeira delas", subentendendo-se que outras podem surgir. Assim, "se ela entender", isto é, se a ANPD observar que sanções são necessárias ao cumprimento da LGPD, a primeira a ser aplicada está num campo de advertência, tratando-se de um contato mais brando, com "indicação de prazo para adoção de medidas corretivas".</p>

continua

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<p><i>"A Autoridade Nacional pode ter um controle, entrar na empresa e falar: - olha, tais dados foram vazados. A gente tá vendo que vocês ainda não conseguiram regulamentar a questão. Então, estamos bloqueando o uso desses dados até que vocês regulamentem a proteção interna. Caso tenha algum dado físico, eles vão levar tudo embora. Vão bloquear de forma online os sistemas, vão pegar os documentos físicos e vão ficar em posse deles até vocês consigam regulamentar a questão e a eliminação dos dados pessoais"</i></p>	<p>Este trecho representa, de fato, o significado de "Autoridade Nacional" e delimita, novamente, o papel das empresas como controladoras e não proprietárias dos dados. A noção de espaço é ressignificada com a expressão "entrar na empresa e falar", o que demonstra que mesmo que o ambiente seja particular à empresa, que os documentos estejam sob sua gestão e cuidados, em qualquer situação, de vazamento ou como medida cautelar, a ANPD pode adentrar neste espaço e "bloquear o uso desses dados até que vocês regulamentem a proteção interna" ou "vão pegar os documentos físicos e vão ficar em posse deles até que vocês consigam regulamentar a questão".</p>
Webinar CONFERP	<p><i>"Você elabora um contrato padrão aditivo, incluindo as questões da proteção de dados e aí você manda para o cliente com o Google Perguntas, perguntando se ele está de acordo com aquelas modificações e pedindo para ele assinar de forma virtual. Aí você imprime e coloca anexado ao contrato original"</i></p>	<p>O trecho apresenta uma sugestão de formatação para o aditivo contratual, em que se desenvolve um padrão que possa ser aplicável a todos (ou ao maior número possível de titulares de dados). Finalizado a redação do documento de forma padronizada, o aceite do titular pode ocorrer através de uma resposta, registrada por ferramentas virtuais, como os formulários do Google Perguntas, já que ferramentas em nuvem e seus pacotes de serviços permitem o rastreamento de quem executou as atividades. Com isso, há uma garantia de que o aceite tenha, de fato, sido realizado pelo titular. E, na hipótese de o contrato ser físico, a orientação é "imprimir e colocar anexado ao contrato original", referindo-se ao aditivo com o aceite do titular.</p>
Webinar CONFERP	<p><i>"O currículo lattes que você falou, você tem acesso porque foi fornecido pelo titular ou porque foi lá pesquisar sem ele saber? - Sem ele saber. Então é dado público. Vamos supor que eu dei os meus dados para o Marcelo utilizar para uma coisa específica do Conselho, e aí você tava precisando dos meus dados para me processar judicialmente. O Marcelo vai passar os meus dados para você, mas o Marcelo não tem esse consentimento. Agora, a partir do momento que eu, Mariana, publicizando os meus dados de forma pública é diferente"</i></p>	<p>A LGPD permite diferentes interpretações e conexões com outras legislações. O exemplo destacado no trecho demonstra a utilização por um terceiro de um dado, que pode ou não ser sensível, mas que, diferentemente de outras situações, não foi vazado. Isto é, não há erro no processo ou qualquer tipo de crime sendo cometido. Os dados foram publicizados pelo próprio titular, que ao registrá-los na plataforma que for, deve atentar aos termos de uso que ela mesma disponibiliza. Agora, o que o terceiro fará com estes dados pode ser matéria da LGPD ou, até mesmo, de outras leis. O que preconiza a lei é que não pode ocorrer a utilização de um dado que não tenha sido autorizado por seu titular.</p>

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nas transcrições do vídeo da ABERJE (2020) e do webinar do CONFERP (2020)

As análises sobre o “como” talvez sejam as mais densas. Não somente por representar quantitativamente a maior parcela de trechos codificados, mas principalmente por elevarem a discussão aos principais processos e efeitos organizacionais que se alteram, ampliam ou são criados a partir da LGPD.

Através das transcrições foram observados tópicos sobre a revisão de políticas que estejam em operação nas organizações, objetivando sua atualização à luz da LGPD, além da criação de canais e do desenvolvimento de mecanismos para que os titulares dos dados possam entrar em contato com as organizações (controladores) e, com isto, realizar suas solicitações. Essas e outras ações são regidas por uma série de manuais de segurança, aperfeiçoados a partir de permanentes treinamentos às equipes.

Também pôde-se observar que, mesmo que os dados estejam sob gestão da empresa há bastante tempo, o efeito da lei é retroativo, isto é, mesmo para instrumentos jurídicos firmados anteriormente à legislação, um aditivo contratual deve ser incluído. A leitura também expôs a necessidade de se discutir quanto aos espaços para o armazenamento dos dados, apresentando algumas soluções que podem ser adotadas, como o arquivamento de dados em nuvens virtuais.

Avançando nas análises, outra unidade de registro estudada é a do “por quê?”. Nela agrupam-se trechos que justificam a adequação das organizações e dos profissionais à LGPD. Localizados no vídeo da ABERJE e no webinar do CONFERP, as codificações podem ser visualizadas no quadro 36.

Quadro 36: Os efeitos e os processos organizacionais a partir da LGPD - por quê?

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Vídeo ABERJE	<i>“Desde a coleta ao descarte, qualquer operação que você faça com dados pessoais é considerada como a hipótese de tratamento. Recepção, armazenamento ou compartilhamento de qualquer dessas atividades é sim considerada uma hipótese de tratamento”</i>	“Desde” e “qualquer”, quando utilizados na mesma expressão, justificam os motivos para a adequação à LGPD. O uso do “desde” remete à noção de processo, algo que vem primeiro, o início. E “qualquer” não exclui etapas deste processo. Por isso, considerando os dados como a pauta, qualquer processo que envolva eles, “desde a coleta ao descarte” é vista como uma hipótese que pode ser confirmada e enquadrada sob a jurisprudência da LGPD.

continua

continuação

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Vídeo ABERJE	<i>"É muito importante que esses documentos sejam específicos para a sua empresa e que não sejam "copia e cola" de outra, porque as regras devem se aplicar ao seu modelo de negócio e não de um terceiro"</i>	Uma realidade nunca é a mesma da outra. Assim, a LGPD deve ser interpretada de acordo com a situação "específica da sua empresa". Isto significa que deve ser organizada a estrutura de atendimento, de segurança dos dados e, principalmente, os "documentos" considerando o fluxo de operação dos dados da organização em questão. O "copia e cola" é uma prática, por vezes equivocada, de replicar modelos sem a observância da necessidade de adaptação aos contextos que a "cópia" será aplicada.
Webinar CONFERP	<i>"Esse é um tema que, na verdade, emergiu num debate de uma das nossas últimas reuniões. É um tema muito importante"</i>	Trata-se da contextualização que levou à realização do webinar sobre a LGPD. Para compreender o peso desta citação deve-se observar que a entidade promotora é o CONFERP, cujo papel é atuar em defesa dos profissionais de Relações Públicas. Neste sentido, observar que o tema "emergiu num debate de uma das nossas últimas reuniões" demonstra o entendimento, em nível de Conselho Federal, sobre a pauta da LGPD e a aproximação com a área e profissionais, acatando como "um tema muito importante".
Webinar CONFERP	<i>"Um profissional de relações-públicas atua na gestão da comunicação, tendo a informação enquanto fonte básica e primária da atividade do gestor da comunicação nas empresas e organizações, sejam elas de primeiro, segundo ou terceiro setor. E nesse ponto o dado é a matéria-prima da informação"</i>	Se o dado é a matéria-prima da informação e, se a informação é fonte básica para a execução da atividade de Relações Públicas, observar os tópicos que envolvam estas temáticas é essencial para o "profissional de relações-públicas" que "atua na gestão da comunicação". Além disto, se este profissional desempenha suas atividades enquanto "gestor da comunicação nas empresas e organizações, sejam elas de primeiro, segundo e terceiro setor" e, como a LGPD é aplicável a todos os tipos de negócios, novamente se justificam os motivos pelos quais ela impacta nos processos organizacionais e, portanto, a área de RRPP.
Webinar CONFERP	<i>"Muito salutar à nossa categoria, que a nossa classe de relações-públicas aprendesse ou debatesse um pouco mais sobre essa Lei Geral de Proteção de Dados"</i>	Dois termos se destacam: o primeiro é a expressão "salutar", relacionada ao benefício de algo, aquilo que aumenta ou restabelece as forças e, o segundo, a expressão "sobre essa lei". Esta segunda demonstra tom de desconhecimento, reforçado por uma ideia de distanciamento pelo uso do "essa". Neste sentido, é importante às RRPP aproximarem-se da lei para que sejam observáveis - ou "salutar" - as implicações à "classe de relações-públicas".
Webinar CONFERP	<i>"Eu preciso que ele me dê o consentimento"</i>	Este ponto é nevrálgico na LGPD. A gestão dos dados mudou e nada mais poderá ser realizado sem o consentimento do titular. Por isto, não se trata de uma opção, mas sim de uma obrigatoriedade registrada pelo uso da expressão "eu preciso que ele me dê", referindo-se à autorização para atividades que envolvam dados.
Webinar CONFERP	<i>"Uma questão padrão na vida de todo mundo é que, agora, todos os contratos, independente do tipo que você for firmar, deverão incluir uma cláusula de proteção de dados. Ela auxilia tanto a pessoa que é titular dos dados e que está dando autorização para utilizá-los, como também você a se proteger"</i>	A utilização do termo "agora" possibilita a interpretação de que, anteriormente, não era desta forma. Por isso, "uma questão padrão na vida de todo mundo" torna-se a nova regra de convivência com a LGPD. Ainda se demonstra que o papel da Legislação é auxiliar "tanto a pessoa que é titular dos dados [...] como também você a se proteger". O "você" pode ser substituído sem perda de significado por "organização". Por isto, o "todo mundo" a partir de "agora", inclui as empresas, os profissionais e os cidadãos, convidando-os a observarem a LGPD e no que ela apóia cada público.

continua

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<i>"É muito importante vocês terem o treino do tratamento de dados. Quando uma dessas coisas vir a acontecer deverá ser feita a eliminação, exclusão ou devolução dos dados ao titular, quando verificada que a finalidade foi alcançada ou de que os dados deixaram de ser necessários"</i>	Estar atento aos períodos e às formas de uso dos dados nas organizações é importante para a gestão dos dados. Por isso, "o treino do tratamento dos dados" é uma prática que deve ser executada pelas e para que as empresas compreendam suas limitações e responsabilidades, permanecendo preparadas para auxiliar os titulares sobre os direitos deles. Um exemplo desta necessidade está na expressão "que a finalidade foi alcançada ou de que os dados deixaram de ser necessários". Caso o conhecimento sobre as formas de conduta da empresa não estejam acessíveis e compreensíveis, podem ocorrer erros e agravos à legislação até mesmo na última etapa, que é a da eliminação dos dados. Passível, inclusive, de advertência e multas pela ANPD.
Webinar CONFERP	<i>"o comprometimento do controlador em adotar processos e políticas internas que assegurem o cumprimento, de forma abrangente, de normas e boas práticas relativas à proteção de dados pessoais, seja aplicável a todo o conjunto de dados pessoais que estejam sob seu controle. Independente do modo como se realizou sua coleta, adaptada a estrutura, escala e ao volume de suas operações, bem como a sensibilidade dos dados tratados"</i>	Neste trecho utiliza-se o termo "comprometimento", quando na realidade trata-se de dever. É responsabilidade do controlador a adoção de "processos e políticas internas que assegurem o cumprimento, de forma abrangente, de novas e boas práticas relativas à proteção de dados". Por isto, novamente, deve-se observar o contexto de cada organização e, baseada em suas realidades, adaptar as estruturas à "escala e ao volume de suas operações, bem como a sensibilidade dos dados tratados". Assim, o impacto da LGPD no dia a dia de uma organização é proporcional à utilização que a mesma tem sobre os dados, levando em consideração o que elas podem obter a partir do uso correto ou indevido destes.

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nas transcrições do vídeo da ABERJE (2020) e do webinar do CONFERP (2020)

Para o campo de Relações Públicas, quando interseccionando à LGPD, não há justificativa mais aproximada que a do seu próprio processo, defendido por Simões (1995) e conceituado no capítulo quatro. Se um dado é matéria-prima disponível para transformar-se em informação e, esta segunda, é a base da gestão das organizações, estudar a LGPD que advoga em favor da proteção dos dados é primordial para o contexto contemporâneo da atividade. Além disso, também se observa uma mudança de paradigma, com o "a partir de agora", que determina o consentimento do titular quanto ao uso dos dados.

Finalizada as análises do "por quê?", encaminha-se para aquelas relacionadas à unidade de registro "quem?", que agrupam trechos sobre os

responsáveis pela gestão, operação e fiscalização da LGPD. Localizados somente no webinar do CONFERP, suas características são observadas no quadro a seguir.

Quadro 37: Os efeitos e os processos organizacionais a partir da LGPD - quem?

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<i>"Geralmente quem mais trata dados são empresas mas não serão somente elas que vão tratar com dados"</i>	Empresas, mas não somente elas. A LGPD inclui toda organização, autarquias, conselhos, governos e quaisquer outras que lidem com dados, inclusive o poder público. Somam-se também os profissionais, que não são a empresa, mas que a partir de seus vínculos podem ter acesso aos dados controlados por elas, além de outros profissionais, como os autônomos e/ou liberais.
Webinar CONFERP	<i>"Vão existir dados que não sabemos se são sensíveis e dependendo da situação vai ser muito subjetivo. Vai ser preciso interpretar para entender se aquele dado será considerado ou não"</i>	Quem interpreta são todos os atores envolvidos. Para a organização pode não ser um dado sensível, já o titular pode estar seriamente comprometido. O "quem" da interpretação final caberá tanto à ANPD quanto ao Poder Judiciário, que definirão contextualmente qual será o resultado final desta leitura.
Webinar CONFERP	<i>"A Autoridade Nacional vai ser a agência que vai fiscalizar quem está cumprindo a Lei Geral de Proteção de Dados. Então, se ela determinar que você tem que eliminar ou excluir o que tiver, devolver logo após ler alguma informação, você terá que fazer"</i>	A Autoridade Nacional é a agência fiscalizadora de "quem" está atendendo à LGPD, cabendo a ela o olhar sobre o cumprimento de qualquer ação relacionada à legislação e, "se ela determinar", "você terá que fazer". Em outras palavras, significa que não se aplica somente aos exemplos sintetizados neste trecho, mas para qualquer hipótese que envolva os dados.
Webinar CONFERP	<i>"Porque se eu, Mariana, sou titular do dado e deixei você utilizá-lo para alguma coisa, nós vamos chamar você de controlador"</i>	A pessoa, seja natural ou jurídica, que estiver em poder de um dado autorizado pelo titular (no exemplo, a Mariana), passa a se chamar "controlador". O que significa que, naquele momento, ela passa a controlar os dados de um titular. Considerando as disposições técnicas que trata a LGPD, o conhecimento de sua terminologia é um tópico central na observação dos direitos e deveres.
Webinar CONFERP	<i>"Os agentes de tratamento devem adotar medidas de segurança, técnicas e medidas administrativas aptas a proteger os dados pessoais"</i>	Aqueles que na prática lidam com os dados, isto é, os profissionais que têm acesso às operações, serão nomeados enquanto agentes de tratamento. Eles não são controladores, mas estão vinculados a algum controlador. Além disso, pelo uso da expressão "devem adotar", fica explicitado que eles também têm o dever de se adequarem à LGPD e, se necessário, ampliar seus conhecimentos, a fim de "proteger os dados pessoais".
Webinar CONFERP	<i>"fazer um treinamento desse pessoal para entenderem que esse manual existe, para quem existe, como que ele funciona, quais são os pontos e a importância da organização conseguir mantê-lo funcionando"</i>	A expressão "desse pessoal" indica o cuidado que os controladores precisam ter com os "agentes de tratamento de dados" e com os manuais de segurança, demonstrando aos profissionais a "importância da organização conseguir mantê-lo funcionando", já que nele devem estar descritas todas as situações que envolvem o tratamento dos dados.

continua

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<i>"Toda empresa deverá nomear um colaborador para ser o responsável, aquele quem vai cuidar dessa proteção de dados. Esse nome pode ser "responsável por proteção de dados" ou "gerente de proteção de dados"</i>	No nível organizacional, a hierarquia das funções deve levar em consideração que, além dos agentes de tratamento, há um profissional que é responsável pelo cuidado dessa equipe e pelas políticas desenvolvidas em relação à proteção de dados. Este profissional deve ser nomeado e seus dados de contato disponibilizados no manual de segurança de dados, tanto para as equipes internas quanto para os titulares saberem quem é o responsável pelas ações naquela organização. Do ponto de vista de nomenclatura, este nome pode ser "responsável por proteção de dados" ou "gerente de proteção de dados".
Webinar CONFERP	<i>"Esse responsável da empresa pode ser um sócio. Por exemplo, a empresa tem cinco sócios, é legal você ter rotatividade. Assim, a cada ano um sócio assume essa posição"</i>	A LGPD traz pontos de flexibilidade, principalmente sobre a aplicação da Lei baseada em cada modelo de negócios. Assim, não é uma obrigatoriedade a contratação de um novo profissional para ser o responsável pelas políticas internas da organização, uma vez que "pode ser um sócio". O trecho também destaca a possibilidade de rotatividade deste profissional, numa estratégia de rodízio entre os sócios, o que também não é uma obrigatoriedade, já que esta definição é dada pelo modelo de cada empresa.
Webinar CONFERP	<i>"seu parceiro vai ter que lidar com dados que você forneceu e no seu contrato com o titular do dado incluir uma cláusula desse estilo, destacando que ele não vai passar aqueles dados para ninguém e que se compromete a possuir uma proteção de dados interna. Por mais que tenha que trabalhar em cima dos dados que você forneceu, também se compromete a manter a mesma postura- ou melhor - adotada por você em relação à proteção. Porque, caso algum vazamento de dados ocorra através dele, ele vai ser responsável junto com você"</i>	Nesta transcrição se destaca o tópico da co-responsabilidade. Muitas vezes, os dados são utilizados pelas empresas a partir de programas de terceiros, como softwares. Uso não somente direcionado àquelas ferramentas de proteção dos dados, mas também em benefício comercial e de relacionamento às organizações. Neste sentido, o controlador é a empresa que tem o consentimento do titular para o uso dos dados e, mesmo que ela conte com outros parceiros, será preciso no "seu contrato com o titular do dado incluir uma cláusula desse estilo". A LGPD preconiza que o titular deve ter ciência de tudo que ocorre com seus dados, inclusive de quem tem acesso a eles. Na hipótese de empresas parceiras, o controlador também deve se certificar deste compromisso "de possuir uma proteção de dados interna", pela qual é assegurado que os dados fornecidos a ele seguem protegidos. Estes, assim como outros cuidados, devem ser observados, pois "caso algum vazamento de dados ocorra através dele, ele será responsável junto com você". A responsabilidade é para ambos. Um por ser o controlador e o outro por ser uma possível extensão de um agente de tratamento de dados.

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nas transcrições do webinar do CONFERP (2020)

As transcrições agrupadas para a unidade "quem?" possibilitaram observações sobre os públicos envolvidos nas práticas decorrentes da LGPD. Um ponto ampliado é quanto ao entendimento das pessoas naturais, observando que suas posições profissionais vinculadas a uma empresa, profissionais liberais, autônomos ou outras condições de trabalho também caracterizam-se sob a tutela da legislação.

Ainda de acordo com as transcrições e análises, puderam ser observadas algumas das nomenclaturas técnicas adotadas pela LGPD. Além de nomear o

proprietário do dado como titular e a empresa que está com o domínio deles como controladora, há igualmente um gerente de dados, responsável no âmbito do controlador por desenvolver as políticas e ações adotadas e por responder à ANPD, a agência fiscalizadora do cumprimento da Lei.

Avançando nas análises, a próxima unidade de registro observada é a que responde ao “o quê?”. Nela estão os trechos transcritos do webinar do CONFERP que sinalizam o que é necessário para a segurança dos dados. A codificação dos trechos pode ser visualizada através do quadro 38.

Quadro 38: Os efeitos e os processos organizacionais a partir da LGPD - o quê?

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<i>"temos uma grande responsabilidade para tratar e lidar com todos os dados pessoais das nossas classes profissionais"</i>	O que se amplia é a responsabilidade. Se antes os dados não tinham uma legislação que tratasse deles em nível Geral, o que a LGPD faz é alterar este cenário, incorporando ao contexto das organizações “uma grande responsabilidade para lidar com todos os dados pessoais”. Por mais que o trecho faça referência a responsabilidade dos Conselhos Profissionais junto a suas classes, o significado permanece inalterado: mais responsabilidade e, quiçá, transparência na gestão dos dados para todas as organizações.
Webinar CONFERP	<i>"Eles são muito importantes, mas a gente também tem que pensar em uma proteção daquele dado que estava em um documento físico, na mesa do seu sócio, do seu parceiro, do seu estagiário. Tudo isso tem que ser sempre muito bem pensado"</i>	Se altera o olhar limitador sobre o que é dado. Característica de uma sociedade contemporânea, não apenas os dados digitais “que são muito importantes” mas a proteção deve incluir aquele “dado que estava em um documento físico, na mesma do seu sócio, do seu parceiro, do seu estagiário”. Por essa ótica, o que muda a partir da LGPD é o convite à observância dos processos, desde os realizados pelos estagiários até os que envolvem a alta gerência. Uma vez que, “tudo isso tem que ser sempre muito bem pensado” e, a fronteira para a proteção não é apenas o ambiente digital.
Webinar CONFERP	<i>"Eu tenho esse tipo de medida de proteção instituída digitalmente na minha empresa? Não? Então a gente vai ter que criar"</i>	Outro convite da LGPD é a reflexão. A adequação ao que dispõe a Lei passa pelo questionamento sobre as práticas atuais e futuras. A expressão “Eu tenho [...] Não? Então a gente vai ter que criar” demonstra a abertura e a condição de articulação com que devem ser encaradas as novas medidas, a fim de adequar-se à legislação.
Webinar CONFERP	<i>"Pensar em novas formas para tentar se adaptar. Uma possibilidade é fazer uma publicação no site ou através de uma mala direta. Um contato chamando para uma reunião, explicando que estão tentando se adequar, que não tem uma forma de pedir para todos assinarem um aditivo, que já estão implementando um projeto de proteção"</i>	Diversas são as possibilidades que as organizações têm para notificarem seus clientes, no caso os titulares dos dados, sobre as alterações contratuais em função da LGPD. A decisão de qual mecanismo utilizar, “se uma publicação no site, uma mala direta, um contato, uma reunião” é da própria instituição. Porém, o que não é uma opção é a documentação de um aditivo quando da existência de um contrato ou da inclusão das cláusulas relacionadas à LGPD, que sinalize que “já estão implementando um projeto de proteção de dados”.

continua

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<p><i>"A ANPD não foi criada pela lei. Estava previsto, mas só foi criada através da medida provisória 869/2019. Ela determina sobre o colaborador, a elaboração de relatórios de impactos à proteção sejam mensais, trimestrais, anuais, semanais: do jeito que a empresa achar que tem que ser. É importante ter algum responsável, por que a qualquer tempo e modo a Autoridade pode te acionar: - eu quero que em tantos dias você me mande um relatório através do seu controlador de todos os dados que vocês possuem, de como eles estão sendo controlados, quais são as medidas preventivas"</i></p>	<p>O que muda desta para outras Leis é que pela LGPD e com a medida provisória que cria a ANPD, as organizações devem ter em suas estruturas uma equipe disponível para sanar quaisquer dúvidas, seja dos titulares ou da própria ANPD. Neste fluxo são identificáveis, por exemplo, a elaboração de relatórios de impactos à proteção, numa periodicidade "mensal, trimestral, anual, semanal: do jeito que a empresa achar que tem que ser" ou a ANPD, por força da lei, solicitar. Além disso, "a qualquer tempo e modo a Autoridade Nacional pode te acionar" e requerir estes documentos. Do ponto de vista organizacional, isto impacta na organização do fluxograma de cargos e funções, designando profissionais para a realização das solicitações técnicas ou ampliando as equipes, com surgimento de novos departamentos e profissionais para tratar da proteção dos dados.</p>

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nas transcrições do webinar do CONFERP (2020)

Através da categorização das unidades de registro do "o quê?", puderam ser sintetizadas algumas das alterações decorrentes da LGPD. Se observou os diferentes suportes que os dados podem estar materializando e as adequações nas práticas organizacionais para os ambientes online e offline. Resultante destas modificações, também se destaca a possibilidade de alteração nas estruturas de equipes, com a inclusão de novas posições ou o remanejamento de profissionais que desempenhavam outras funções para atuarem junto a LGPD.

Na sequência são demonstradas as análises relacionadas à unidade de registro "quanto?", que agrupa trechos relacionados aos custos para implementação e às penalidades pelo não cumprimento da Lei. Localizados somente no webinar do CONFERP, as codificações podem ser observadas no quadro 39.

Quadro 39: Os efeitos e os processos organizacionais a partir da LGPD - quanto?

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<i>"Se não tem orçamento, você pode fazer uma documentação formal, sinalizando que ninguém vai pegar o documento que está nos arquivos"</i>	Orçamento não deve ser um aspecto limitador para que a LGPD seja executada. Isto significa que, caso a estrutura da organização não tenha condições de manter uma equipe focada nesta nova atividade, o representante legal da empresa assume os riscos e documenta que não haverá exposição dos dados que estão sob controle da organização. Este risco é registrado através de "documentação formal" com o intuito de informar ao titular sobre os seus dados, o que não minimiza a responsabilidade da empresa pela proteção pelo fato de não possuir orçamento para a implementação de procedimentos.
Webinar CONFERP	<i>"Muito provavelmente, se essa advertência acontecer pela segunda vez, aí que a coisa já começa a ficar mais apertada. Essa multa simples pode ir de dois por cento do faturamento da pessoa jurídica de direito privado, grupo ou aglomerado no Brasil no seu último exercício"</i>	O primeiro movimento da ANPD em relação à autuação é a advertência. Quando "a coisa já começa a ficar mais apertada" significa que, caso a primeira advertência não tenha sido cumprida, a segunda estará embasada em multas financeiras. O valor calculado tem por base o faturamento do último período fiscal declarado à Receita Federal do Brasil.
Webinar CONFERP	<i>"limitação na multa por infração de até 50 milhões de reais"</i>	Este é o teto do valor da multa que a ANPD pode repassar a uma organização pelo descumprimento da LGPD. Ressalta-se que a "limitação na multa" é por infração, o que significa que uma mesma empresa pode estar respondendo por mais de um infração no mesmo período. Além disto, este valor é encaminhado à ANPD, sendo que o titular dos dados, caso sinta-se igualmente lesado, também pode acionar judicialmente a empresa e, se acolhida sua justificativa, o "custo" para a empresa pode ser superior aos "50 milhões de reais".
Webinar CONFERP	<i>"Toda hora aparece um dado novo em alguma mídia social, algum jornal, alguma coisa do tipo. Aí a Agência Nacional pode aplicar uma multa diária enquanto a empresa não conseguir proteger os dados ou parar aqueles que estejam sendo usados"</i>	O vazamento de um dado pode ter consequências em curto, médio ou longo prazo. A depender do tipo vazado ou de quais dados podem ter sido afetados, o reparo pode não se encerrar com a resolução das medidas de segurança e a recuperação dos arquivos. Por isso, "enquanto a empresa não conseguir proteger os dados ou parar aqueles que estejam sendo usados", ela está suscetível a uma aplicação diária da multa, que segue o mesmo cálculo sinalizado anteriormente.

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nas transcrições do webinar do CONFERP (2020)

É relevante dar destaque que a falta ou limitação orçamentária não são considerados impeditivos para as ações de fiscalização da LGPD, uma vez que existem diferentes possibilidades e instrumentos que podem ser utilizados na adequação ao que dispõe a legislação. Neste sentido, a fiscalização pela ANPD, indiferente do tipo de controlador, aplicará desde advertências até multas diárias que podem alcançar o valor de R\$ 50 milhões de reais.

Somando-se as análises já realizadas, no quadro 40 são apresentadas aquelas referentes à unidade de registro “quando?”. Com trechos localizados somente no webinar do CONFERP, nela reúnem-se aspectos sobre o período de vigência da LGPD.

Quadro 40: Os efeitos e os processos organizacionais a partir da LGPD - quando?

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<i>"Há também casos de administração pública, em que o tratamento e o uso compartilhado de dados necessários à execução de políticas públicas está ligada à questão de cumprimento de obrigação legal"</i>	Neste sentido há que se observar o que determina as outras legislações que também dialogam com a LGPD. Na administração pública, por exemplo, cabe ao órgão gestor o armazenamento das informações históricas do contribuinte, o que se relaciona ao “cumprimento de obrigação legal”. São sobre estas e outras possibilidades que se deve observar o “quando” para o setor público.
Webinar CONFERP	<i>"não existe um prazo legal nessa legislação, falando: - aconteceu o vazamento de um dado e você descobriu, a partir de agora você tem sete dias úteis para poder informar"</i>	A LGPD não estabelece um prazo legal para informar o titular ou a ANPD quanto ao vazamento de um dado, bem como para solucionar o problema. Porém, deve-se observar que a incidência de multas pode ser diária e, ao considerar que podem existir diferentes interpretações, a não comunicação pode representar outros danos tanto aos titulares quanto aos controladores dos dados.
Webinar CONFERP	<i>"A validade vai ser da seguinte forma: agora em agosto de 2020 a LGPD já vai estar funcionando, o que significa que a sua empresa tem estar muito preocupada em se proteger. Preocupada com qualquer questão relacionada à proteção de dados, desde os manuais, os treinamentos, buscar ter tudo aquilo que eu falei"</i>	A LGPD já “está funcionando”, o que sugere aos controladores que “buscar ter tudo aquilo que eu falei” é observar as estruturas de suas organizações, adaptando-as para o cumprimento da legislação. Com isso, a organização deve estar “muito preocupada e já ter pensado em se proteger”, aproveitando que a fiscalização pela ANPD (que foi alterada por outra legislação) passa a vigorar somente em agosto de 2021.

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nas transcrições do webinar do CONFERP (2020)

A partir das leituras relacionadas ao “quando?”, o principal tópico é que a Lei já está em vigência. Ao mesmo instante, também se reforça o período de início da fiscalização, previsto para agosto de 2021 conforme a Lei nº 14.010¹⁶¹, de 10 de junho de 2020.

Outra característica é a indeterminação de um prazo para informar a ANPD ou o titular dos dados sobre um vazamento. A Lei determina o que deve ser feito, entretanto, não sinaliza quando. Mas, refletida a questão pela ótica da categoria do

¹⁶¹ Que dispõe sobre o Regime Jurídico Emergencial e Transitório das relações jurídicas de Direito Privado (RJET) no período da pandemia do coronavírus (Covid-19);

“quanto?”, este mecanismo do prazo fica aberto para que as próprias organizações se manifestem, tendo conhecimento de que elas e os titulares podem ser lesados pela demora no atendimento deste quesito.

Avançando com as análises, outra categoria verificada é a unidade de registro “onde?”, que trata do limite geográfico para a aplicação da lei. Localizado somente no vídeo da ABERJE, o trecho codificado e a análise podem ser verificados no quadro 41.

Quadro 41: Os efeitos e os processos organizacionais a partir da LGPD - onde?

Documento de origem	Trecho codificado	Análise
Vídeo ABERJE	<i>"É importante que se tenha uma base legal para realizar um tratamento de dados pessoais e fundamentá-lo. Antigamente, no Brasil, somente o consentimento já bastava. Hoje em dia a Lei apresenta bases legais que podem fundamentar o seu tratamento"</i>	"No Brasil". Este é o contexto de aplicação da LGPD. O uso da expressão "antigamente" ainda demonstra um aspecto temporal, mas que é superado pela perspectiva geográfica, pelo uso de "no Brasil". Assim, é reforçado o entendimento de se tratar de uma legislação brasileira.

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nas transcrições do vídeo da ABERJE (2020)

Retomando os 57 trechos codificados nesta unidade de contexto e analisados através de suas unidades de registro, verificou-se a frequência das palavras mais utilizadas nos dois objetos. Os dez termos mais citados encontram-se no quadro 42¹⁶², pelo qual se visualiza a síntese dos principais tópicos discutidos tanto no webinar do CONFERP quanto no vídeo da ABERJE.

¹⁶² Para a melhor visualização, foram excluídas desta representação as classes gramaticais de artigos, preposições e verbos. A relação com os termos utilizados e que tenham frequência igual ou superior a três pode ser observada no apêndice H;

Quadro 42: frequência de termos para “Os efeitos e processos organizacionais a partir da LGPD”

Palavra	Frequência de citações	Ranking	Presente em quantos documentos?
dados	106	1º	2
não	50	2º	2
dado	40	3º	1
proteção	34	4º	1
empresa	26	5º	2
titular	26	5º	1
muito	24	7º	2
forma	20	8º	1
Nacional	20	8º	1
à	18	10º	1

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nas transcrições do vídeo da ABERJE (2020), do webinar do CONFERP (2020) e do software MAXQDA (2021)

Através do quadro 42 se percebe que “dados” e “dado” são o tema central através do qual se observam os efeitos e processos organizacionais da LGPD. Também pode-se verificar o uso da expressão “empresa”, direcionando a discussão aos objetivos organizacionais, uma vez que a LGPD trata desta relação entre dados, empresa e pessoas na perspectiva da “proteção”. Também há o destaque para a palavra “não”, que através das análises demonstrou uma série de condutas consideradas não aconselháveis na condução das práticas que envolvam a legislação.

Considerando, pois, a unidade de contexto “Os efeitos e processos organizacionais a partir da LGPD” e suas unidades de registro, discutiu-se tópicos que sintetizam alguns dos principais movimentos práticos que as organizações e seus profissionais precisam estar atentos. Na próxima subseção são verificados os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD, considerando projeções futuras. A subseção permanece organizada da mesma forma que esta, objetivando uma padronização entre as análises.

6.2.3 Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD

Identifica-se nesta unidade de contexto os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD. Do total de 94 trechos codificados entre os dois documentos, 20 compõem “os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD”. Do total das transcrições, dois trechos têm como origem o vídeo da ABERJE e o restante (18) foi recortado do webinar do CONFERP.

Em relação às unidades de registro, a única que não teve falas codificadas é a que se refere ao “onde?”. Com mais transcrições estão: “o quê?” e “por quê?” (com seis trechos cada uma delas), seguido do “como?” (cinco trechos) e de “quando?”, “quanto?” e “quem?” (com uma transcrição para cada). Estes registros podem ser visualizados na tabela 04, que sintetiza as codificações na unidade de contexto articuladas às suas unidades de registro.

Tabela 04: unidades de contexto e registro de “Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD”

Lista de Códigos	OS POSSÍVEIS IMPACTOS SOCIAIS RESULTANTES DA LGPD	Como?	O quê?	Onde?	Por quê?	Quando?	Quanto?	Quem?
OS POSSÍVEIS IMPACTOS SOCIAIS RESULTANTES DA LGPD								
Como?	●	●	●		●	●		
O quê?	●							
Onde?								
Por quê?	●							
Quando?								
Quanto?								
Quem?								
Σ SOMA	20	5	6	0	6	1	1	1

Fonte: gerada pelo software MAXQDA (2021) com base no vídeo da ABERJE (2020) e no webinar do CONFERP (2020)

Na primeira categoria se observa as análises relacionadas à unidade de registro “o quê?”. Nela estão agrupados trechos que versam sobre o que esperar da LGPD. Localizados tanto no vídeo da ABERJE quanto no webinar do CONFERP, as leituras podem ser observadas no quadro 43.

Quadro 43: Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD - o quê?

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Vídeo ABERJE	<i>“Essa é uma Lei que muita gente se questiona”</i>	De fato, os questionamentos sobre a LGPD são decorrentes das incertezas quanto às suas práticas. “Muita gente”, pois trata-se de uma lei que comporta diferentes interpretações.

continua

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<i>"o tema é realmente de extrema importância"</i>	Este trecho destaca algo já discutido: a importância da Lei. Entretanto, amplia para horizontes além da legislação, incluindo seu tema. A temática de que trata a LGPD é a proteção de dados e, considerando os contextos já discutidos bem como alguns caminhos conflituosos acerca do uso dos dados, reafirma-se o tema como discutível e "de extrema importância".
Webinar CONFERP	<i>"Todo tipo de dado tem que ser protegido!"</i>	"Todo tipo de dado" demonstra que, se antes somente alguns deles eram protegidos, um dos principais impactos que a LGPD traz é a visão ampliada: todos os dados importam e terão de ser protegidos.
Webinar CONFERP	<i>"tem o objetivo de estabelecer uma relação de confiança com titular por meio da atuação transparente e que assegure mecanismos de participação do titular"</i>	"Estabelecer uma relação de confiança" é o que também se espera da LGPD. Ela ocorre a partir de mecanismos que permitam a participação dos titulares, bem como o entendimento de quais ações são realizadas com seus dados. No instante em que há confiança, a tendência é de que os relacionamentos não apresentem tantos conflitos.
Webinar CONFERP	<i>"Eu tenho certeza que a gente vai ver muita ação judicial de gente querendo bloquear o próprio dado sensível em questões como essas. Mas aí é aquela questão: existem coisas na Legislação que, se o direito à liberdade particular está batendo de frente com a liberdade e a necessidade pública, o público vai passar na frente do privado. Em regra todo o processo é público, então se é público todo mundo pode ter acesso àquela informação ou exceções dos casos que vão ser sensíveis. Por exemplo, uma ação de família sempre é um caso sensível, então vai ser um caso que sempre vai ter sigilo judicial e só quem é detentor daquela ação pode ter acesso"</i>	<p>Pode-se esperar mais transparência na maioria das ações que envolvam dados, mas podem surgir novas formas de contrapor a legislação. Pois, de um lado há a prerrogativa de que "todo processo é público, então se é público todo mundo pode ter acesso àquela informação" e, de outro, "gente querendo bloquear o próprio dado sensível".</p> <p>Na hipótese de se tratar de um dado com interesse público, uma das únicas possibilidades de que não sejam expostos é em casos que, de fato, os dados são sensíveis. Como, por exemplo, "uma ação de família sempre é um caso sensível, então vai ser um caso que sempre vai ter sigilo judicial e só quem é detentor daquela ação pode ter acesso".</p>
Webinar CONFERP	<i>"O assunto é polêmico e ainda oferece mais dúvidas que soluções na verdade. Nossas leis precisam ser elaboradas para revisão das atividades que serão oferecidas a todos os envolvidos. Verificamos as inconsistências, as dificuldades e as incoerências e divergências. Eu fico muito grata e feliz porque essas dores me fazem, como profissional, pensar em diversas outras coisas que às vezes ainda não tinha pensado"</i>	"Mais dúvidas do que soluções". Esta frase pode resumir, de forma sintética, este trecho. Ainda há muitas dúvidas, "inconsistências, dificuldades, incoerências e divergências". Também se expõe uma crítica quanto à forma como as leis são pensadas no Brasil, apontando que deveriam "ser elaboradas para revisão das atividades que serão oferecidas a todos os envolvidos", o que nem sempre acontece. Por fim, há um relato pessoal que contribui com a expectativa da LGPD: "pensar em diversas outras coisas que às vezes não tinha pensado".

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nas transcrições do vídeo da ABERJE (2020) e do webinar do CONFERP (2020)

As incertezas que a LGPD apresenta talvez sejam, até o momento, sua principal certeza. Pela identificação daquilo que se pode esperar, observa-se a possibilidade de ampliação de uma relação de confiança entre um titular do dado e a empresa controladora. Também ficam registrados indicativos de ajustamentos às prerrogativas do texto da Lei, buscando brechas para o resguardo daquilo que é dado público, numa lógica oposta a da proteção, mas no caminho do ocultamento.

A próxima unidade de registro analisada é a do “por quê?”. Nela se justificam os motivos para a existência de uma lei que regule o uso de dados pessoais no país, direcionando a perspectiva futura. Localizados no vídeo da ABERJE e no webinar do CONFERP, os trechos codificados e as análises podem ser observadas no quadro 44.

Quadro 44: Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD - por quê?

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Vídeo ABERJE	<i>"Esse pequeno vídeo não esgota o tema que é muito complexo e longo"</i>	A discussão sobre o tema não deve ser pontual ou de apenas uma fonte. Com a operação da Lei, diversas situações merecerão olhares, reflexões e, novamente, adaptações para que a Lei permaneça operando da melhor maneira possível. Por isso, “esse pequeno vídeo não esgota o tema que é muito complexo e longo”.
Webinar CONFERP	<i>"mostrar que ela não é tão complexa assim quanto parece"</i>	Neste trecho se demonstra a importância de desmitificar uma cultura de dificuldade que possa ter sido construída sobre a LGPD. Ela impacta as organizações e a sociedade entretanto “ela não é tão complexa assim quanto parece”. É uma Lei e como qualquer outra tem seus aspectos e linguagens técnicas que, por vezes, amplia a noção de dificuldade àqueles que não são conhecedores da área do Direito.
Webinar CONFERP	<i>"E a melhor forma que a gente pode fazer para obter esse consentimento do cliente não é a verbal, até porque lá na frente surge um problema, você precisa que o cliente tenha deixado por escrito essa autorização para você utilizar"</i>	A documentação é necessária, porque, “lá na frente, surge um problema” e, que garantia se têm de que o “combinado”, de fato, será cumprido? Por isto, aos olhos da Lei, a documentação é um processo importante e necessário para evitar problemas.
Webinar CONFERP	<i>"Não precisar ter medo de se utilizar um dado"</i>	A LGPD surge, exatamente, para resguardar a relação que se tem com os dados, sendo um dos impactos possíveis a diminuição do “medo” de utilizá-los. Esta redução está diretamente atrelada ao conhecimento sobre a própria Legislação.
Webinar CONFERP	<i>"É muito importante que a gente gere uma organização muito maior"</i>	Pode-se esperar da LGPD uma “organização muito maior” no sentido de ampliação do conhecimento interno sobre os fluxos de trabalho, com vistas aos acessos que se tem dos dados, as políticas de privacidade e a importância destes no contexto social e político. Por isto, torna-se “muito importante” toda a organização que dela surgir.

continua

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<i>"Nada nessa vida, principalmente no mundo em que tudo é rede social, nada mais importante do que a reputação. Às vezes uma publicação sobre a infração pode ser pior do que uma multa simples ou uma multa diária e o bloqueio dos dados pessoais a que se referem a inflação até a sua regularização e isso pode ser feito também"</i>	A não observância e adequação ao que estabelece a LGPD pode levar a consequências que vão além das financeiras. Por vezes, o fato de ir a público e ter de expor que os dados foram vazados através da organização expõe ela a uma série de críticas, que podem ser de clientes, possíveis clientes, outras empresas e entidades. Neste sentido, nem sempre serão apenas multas ou advertências que gerem ônus financeiro às organizações. Por vezes, a ANPD pode solicitar manifestação de caráter público, que amplia a possibilidade de uma crise.

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nas transcrições do vídeo da ABERJE (2020) e do webinar do CONFERP (2020)

A importância de se possuir uma legislação que trate da proteção dos dados é complexa e ampla não apenas pela compreensão do texto da lei, mas também pelo tema que circula em diferentes contextos. A proteção de dados percorre desde as ações promocionais e pode ser observada até mesmo em atividades político-eleitorais. Neste espaço, a LGPD ainda incerta sobre alguns aspectos, auxilia na sustentação de outros como a formalização documental das tratativas que envolvem dados, da ressignificação quanto ao uso destes mesmos dados e sobre a reputação das organizações e a desmitificação da complexidade da própria Lei.

Outra unidade de registro que também estuda os impactos possíveis a partir da LGPD é a do "como?". Nela se articulam aspectos sobre os relacionamentos a partir da ótica da LGPD, além daquilo que o setor público, organizações e autarquias podem esperar da lei. Localizadas somente no webinar do CONFERP, as codificações e as análises podem ser observadas no quadro 45.

Quadro 45: Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD - como?

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<i>"Porém, uma situação de vida, de proteção à vida dele. Então você tem toda autorização para passar essa informação para frente"</i>	Pode-se esperar que, a partir da operação dos dados, alguns contextos atípicos sejam observados, como nos casos em que há situação de proteção à vida. Neles, os dados podem ser utilizados a favor de seu titular.

Documento de origem	Trechos codificados	Análises
Webinar CONFERP	<i>"compliance"</i>	Compliance é um conjunto de regras para que sejam cumpridos aspectos legais. E, possivelmente, o que se pode esperar da operação futura da LGPD é a ampliação destes programas, alinhados não somente à Legislação, mas inclusive extrapolando-a.
Webinar CONFERP	<i>"Tentar investigar o dano que vai gerar, seja ele financeiro ou reputacional. De onde for, tem-se que deixar muito claro que tentamos fazer de tudo e mostrar transparência, porque em legislações como essas, a transparência é sempre a manutenção de uma conversa em que não há dúvida se o outro está falando a verdade ou não"</i>	Análises de cenários e projeção das possíveis consequências pela má gestão dos dados pode ser uma situação que impactará a sociedade e, nesta relação, a transparência fará a diferença. Dela, "não há dúvida se o outro está falando a verdade ou não", sendo uma necessidade a comunicação entre todos, deixando "muito claro que tentamos fazer de tudo". A LGPD poderá ressignificar as relações entre os públicos e as organizações.
Webinar CONFERP	<i>"Uma das maiores preocupações das empresas brasileiras: - nossa, então vou ter que contratar mais um funcionário. Olha, sim você vai ter que contratar alguém para fazer isso"</i>	Para que o "como", de fato, ocorra, existe a projeção de incremento de equipe. Ao mesmo tempo que se projeta a possibilidade de novas áreas, atividades e cargos relacionados à LGPD que só poderão acontecer à medida que a Lei entre em operação e se percebam suas necessidades e limitações.
Webinar CONFERP	<i>"acho que a Legislação foi falha com relação à questão de Administração Pública. Como que a própria Administração Pública vai resolver essa questão? Porque, querendo ou não, são os maiores detentores de qualquer tipo de dado"</i>	Talvez este seja o ponto mais sensível e com mais dúvidas: a adaptação dos setores públicos à LGPD e o diálogo com as outras legislações. Neste sentido, o "como" ainda está incerto e carece de mais orientações para a execução das atividades. Se tratando de Governo, quem responde pelos atos equivocados em relação ao uso dos dados? Esta e muitas outras perguntas estão alocadas numa única: "Como que a própria Administração Pública vai resolver essa questão?"

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nas transcrições do vídeo da ABERJE (2020)

Pelas leituras da unidade de contexto "como?", pode-se observar perspectivas de mudanças tanto organizacionais quanto sociais a partir da LGPD. Tanto as empresas quanto os cidadãos podem se beneficiar destes impactos que são diversos e ainda nem mapeados na totalidade. A questão que permanece mais incerta ainda é sobre a administração pública sobre como serão conduzidos seus processos a partir do início da vigência da LGPD.

Somando-se às análises anteriores, avança-se à unidade de registro "quando?", que aborda o tempo para que sejam percebidas as mudanças sociais oriundas da LGPD. Verificou-se indeterminação neste período através do único

trecho codificado. Localizado somente no webinar do CONFERP, a análise está disponível no quadro 46.

Quadro 46: Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD - quando?

Documento de origem	Trecho codificado	Análise
Webinar CONFERP	<i>"E a LGPD veio para ficar mesmo"</i>	Não se sabe até quando e, principalmente, se outras Leis poderão ajustá-la. O que se sabe, até então, é que "a LGPD veio para ficar mesmo" e a expectativa é de permanência.

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nas transcrições do webinar do CONFERP (2020)

A análise relacionada à unidade de registro "quem?" sintetiza, a partir de seu único trecho codificado, quem possivelmente será afetado pelas novidades desencadeadas pela LGPD. Localizado no webinar do CONFERP, o trecho pode ser observado no quadro 47.

Quadro 47: Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD - quem?

Documento de origem	Trecho codificado	Análise
Webinar CONFERP	<i>"Com a LGPD isso só vem se ampliando. Nada mais é do que um controle seu"</i>	"Nada mais é do seu controle". Esta é a realidade dos dados quando observadas pela ótica das organizações a partir da LGPD. E, se pela visão dos titulares dos dados, o que já era seu, "com a LGPD isso só vem se ampliando".

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nas transcrições do webinar do CONFERP (2020)

Por fim, a análise relacionada à unidade de registro "quanto?" aborda uma questão que vai além do impacto econômico-financeiro, avançando para uma visão de custo baseada na desinformação. Localizado somente no webinar do CONFERP, o trecho codificado e a pode ser observado no quadro 48.

Quadro 48: Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD - quanto?

Documento de origem	Trecho codificado	Análise
Webinar CONFERP	<i>"O Governo Brasileiro se baseou muito em legislações internacionais para fazer a nossa e deixou de pensar na adequação brasileira. A gente tem que lidar com empresas de todos os tipos e tem um setor público que sempre carece de recursos para poder fazer a implementação de programas desse tamanho."</i>	O quanto a ser pago, muitas vezes, não é apenas financeiro, mas pode ser contextual. Basear uma Lei, prioritariamente, numa outra realidade, deixando muitos pontos não alinhados gera custo interno para as organizações. Custo este que, por vezes, está relacionado ao desconhecimento ou até mesmo à desinformação. Nossa realidade é de empresas com variados portes, o que desencadeia a necessidade de adequações. Além desta complexidade, ainda conta-se com o setor público, com uma série de outras legislações que tornam qualquer alteração em sua estrutura algo mais burocrático que o dito, "mercado".

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) com base nas transcrições do webinar do CONFERP (2020)

Uma vez que os impactos poderão ser observados por pessoas naturais ou jurídicas, considerando os 20 trechos codificados e a frequência de palavras utilizadas nos dois objetos, "gente" é a mais citada nesta unidade de contexto. Além disso, "muito", "mais" e "ação" também são localizadas, demonstrando um campo de possibilidades e, ao mesmo tempo, de diferentes restrições ocasionadas pela palavra "não". Os dez termos mais frequentes encontram-se no quadro 49.

Quadro 49: frequência de termos para "Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD"¹⁶³

Palavra	Frequência	Ranking	Em quantos documentos?
gente	14	1º	2
não	14	1º	2
vai	14	1º	1
muito	12	4º	2
mais	11	5º	1
dado	10	6º	1
pode	10	6º	1
frente	8	8º	1
público	8	8º	1
ação	6	10º	1

Fonte: o autor (2020) com base nas transcrições do vídeo da ABERJE e do webinar do CONFERP

¹⁶³ Para a melhor visualização, foram excluídas desta representação as classes gramaticais de artigos, preposições e verbos. A relação com os termos utilizados e que tenham frequência igual ou superior a três pode ser observada no apêndice I;

Desta forma, com a conclusão das análises realizadas nas três unidades de contexto e suas respectivas unidades de registro, avança-se para a proposição de um modelo de visualização de dados, tendo por base a LGPD e que seja adequadamente estratégico ao prognóstico em Relações Públicas. A proposta é apresentada na seção a seguir.

6.3 Visualização de dados no prognóstico em RRPP

Esta subseção reúne alguns dos tópicos discutidos em capítulos anteriores, tensionando-os com a Análise de Conteúdo realizada sobre os objetos que estudam a LGPD. Destas reflexões se desenvolve uma proposta de modelo para o prognóstico em Relações Públicas. Dreyer (2017) defende que não existam modelos únicos, mas aponta que eles servem para inspirar o desenvolvimento daqueles que mais se adaptam à cultura das organizações.

Não acreditamos em modelos ideais. Ao contrário, defendemos que eles servem de inspiração para profissionais de relações públicas elaborarem o melhor modelo para a sua empresa com base em um conjunto de estratégias que mais se adaptam à cultura da organização. (DREYER, 2017)

Desta forma, o mesmo dashboard¹⁶⁴ utilizado no decorrer da subseção 5.2 é retomado neste tópico. Organizado exclusivamente para esta dissertação, além de ter apoiado na estratégia metodológica da pesquisa documental, ele tem papel fundamental na visualização de dados e na conexão entre diferentes conceitos apresentados ao longo do estudo, exemplificando a aplicação da proposta do modelo de prognóstico. Através da imagem 24 é possível visualizar a capa (ou a página inicial).

¹⁶⁴ Disponível no apêndice C;

Imagem 24: capa do dashboard dos Anais dos Congressos da Abrapcorp



Fonte: desenvolvido pelo autor (2020)

A leitura através do dashboard da ABRAPCORP ocorre a partir dos artigos apresentados nas edições de 2007 a 2019 dos Congressos Científicos da ABRAPCORP. Desenvolvido com o apoio das funcionalidades da ferramenta Google Data Studio que organiza dados em relatórios e painéis informativos¹⁶⁵, o dashboard reúne as publicações dos documentos disponíveis nos capítulos que se referem à trajetória do atual GT de Comunicação digital, Inovação e Tecnologias¹⁶⁶.

A proposição para o seu desenvolvimento não deve ser interpretada como uma crítica à forma como os dados estão representados no portal da ABRAPCORP, mas enquanto oportunidade de melhoria nesta visualização. Knaflic (2019) destaca outras¹⁶⁷ ferramentas, além do Google Data Studio, que tratam da visualização de dados.

¹⁶⁵ Definição informada pela própria ferramenta através de seu portal na web (2020);

¹⁶⁶ A trajetória do GT está disponível no apêndice B;

¹⁶⁷ Esta dissertação não estuda as funcionalidades de cada ferramenta, tampouco realiza um levantamento extensivo a outras ferramentas além das apresentadas pela autora;

Quadro 50: ferramentas de visualização de dados

Tipo	Descrição
Planilhas do Google	Planilhas do Google são gratuitas, online e podem ser compartilhadas, permitindo que várias pessoas editem (ainda há restrições na formatação de gráficos, o que torna desafiador chamar atenção para onde você deseja).
Tableau	É uma solução de visualização de dados pronta para uso, pois permite criar rapidamente várias visões e gráficos de boa aparência a partir de seus dados. Custa caro, embora esteja disponível uma opção gratuita, Tableau Public, se não for um problema carregar seus dados em um servidor público.
Linguagens de programação como R, D3 (JavaScript), Processing e Python	Têm uma curva de aprendizado mais pronunciada, mas permitem maior flexibilidade, pois você pode controlar os elementos específicos dos gráficos que cria e repetir essas especificações por meio de código.

Fonte: Knaflic (2019)¹⁶⁸

Desde as planilhas, surgidas na década de 70, até complexas linguagens de programação continuamente revisadas, diferentes ferramentas têm sido utilizadas para contar histórias a partir de dados. Assim, o dashboard dos Anais da ABRAPCORP conta a do GT de Comunicação digital, Inovação e Tecnologias apoiado por interfaces computadorizadas, que permitem ao leitor a projeção de cenários e desafiam-no ao desenvolvimento de novas competências profissionais, seja para o uso ou a leitura dos dados.

Com as máquinas fazendo o trabalho físico, repetitivo, novas competências e habilidades são necessárias, como criatividade, resolução de problemas, empreendedorismo, imaginação, interação interpessoal, pensamento crítico e analítico, discernimento para escolhas entre as miríades de dados e informações existentes. Esse desafio demanda muito esforço do indivíduo, que deverá acompanhar as reviravoltas do mercado, aprendendo, adotando as novas tecnologias e prevendo de que maneira poderá contribuir, crescer e se adaptar. (FAVA, 2018, p. 50)

Fava (2018) sugere que um dos principais desafios contemporâneos é o discernimento entre as miríades de dados e informações existentes. Questionamentos sobre o que fazer com os dados, por onde iniciar a análise, como

¹⁶⁸ A obra de Knaflic (2019) encontra-se disponível em e-book e portanto não apresenta paginação;

representá-los e transformá-los em informação poderão ser ainda mais frequentes já que, segundo o autor (2018), as reviravoltas do mercado e as novas tecnologias demandam esforço dos profissionais.

Se observada a realidade da ABRAPCORP, os dados representam um período de 13 anos, com 62 autores diferentes e 114 artigos publicados. O volume de dados não representa uma realidade de *big data*, mas inclui triangulação de variáveis (período, autor e artigo), o que complexifica suas análises. À medida que o volume delas se amplia, o desafio profissional cresce na mesma proporção, pois lidar com a visualização de dados numa sociedade orientada pela lógica deles requer criatividade profissional e o suporte de outras habilidades.

Neste sentido se reforça a necessidade dos profissionais de Relações Públicas observarem recursos além da sua ciência, assumindo-os como aliados na gestão das atividades da área. Simões e Dornelles (2012, p.28) defendem que é preciso evitar “uma visão míope nesse vasto campo de atuação, ficando atentos às oportunidades oferecidas quando se trata de comunicação e de tudo aquilo que cerca essas novas faces do mercado”. Dreyer (2017) enfatiza a visão dos autores ao afirmar que,

O profissional de relações públicas, responsável pela gestão da comunicação em uma organização, precisa contemplar o viver contemporâneo de seus públicos [...] por conseguinte, a atividade de relações públicas no século XXI está atrelada às tecnologias de comunicação; devendo suas estratégias ou seus modelos de comunicação ser elaborados também com base no potencial de uso dessas tecnologias.

Se o contexto contemporâneo desencadeia a necessidade de se observar as oportunidades oferecidas pelas diferentes tecnologias, algo que também é interposto nas afirmativas de Simões e Dornelles (2012) e Dreyer (2017), poderia-se afirmar que a área de Relações Públicas está diante de oportunidades. Vergili (2014) defende como estratégia deste acercamento “otimizar as práticas de relações públicas com o apoio da tecnologia: transdisciplinaridade e pensamento computacional”.

Na mesma direção, Fava (2018) dialoga com Vergili (2014) sugerindo que o profissional contemporâneo - inclua-se, portanto, o relações-públicas - necessita da transdisciplinaridade, e que o pensamento computacional é uma realidade para os

profissionais que buscam estar incessantemente atualizados.

O profissional contemporâneo necessita desenvolver o pensamento computacional, estar incessantemente atualizado com as novidades tecnológicas. Isso não significa ser capaz de conceber softwares de aplicativos, mas saber utilizá-los, entender o processo por trás daquela tecnologia para alcançar uma informação, tomar decisão baseada em dados, conhecer as novidades do mercado, saber lidar com diferentes linhas de raciocínio e díspares de complexidade. (FAVA, 2018, p. 63)

Erroneamente o pensamento computacional, como a expressão induz, está unicamente associado a um computador, mas é sobremaneira uma habilidade humana para a resolução de problemas. Vergili (2014) entende que “o pensamento computacional engloba a ideia de antecipar, prevenir, proteger, recuperar e acelerar cenários que auxiliam a compreensão do comportamento humano”.

Logo, o relações-públicas ao pensar computacionalmente não está sendo contrário às práticas humanizadas que pautam sua atuação profissional, mas observando os processos envoltos nas etapas invisíveis do campo da tecnologias e/ou dos softwares. “A transdisciplinaridade e o pensamento computacional são abordados como elementos facilitadores para superar os obstáculos encontrados por profissionais de RP diretamente envolvidos com tecnologia” (VERGILI, 2014) e, para que isso ocorra, é prevista uma sequência de regras para a execução das ações.

A sequência finita de regras, instruções bem definidas e não ambíguas, cada uma das quais devendo ser executadas mecânica ou eletronicamente em um intervalo de tempo finito e com uma quantidade de esforço finita que podem gerar infinitas combinações. Tal como a mente é capaz de realizar computações sobre os pensamentos, os computadores são capazes de realizar indexações que permitam a recuperação de documentos úteis ao usuário, eliminando o ruído e o silêncio, problemas da linguagem natural “imperfeita”. (COELHO, 2019, p.104)

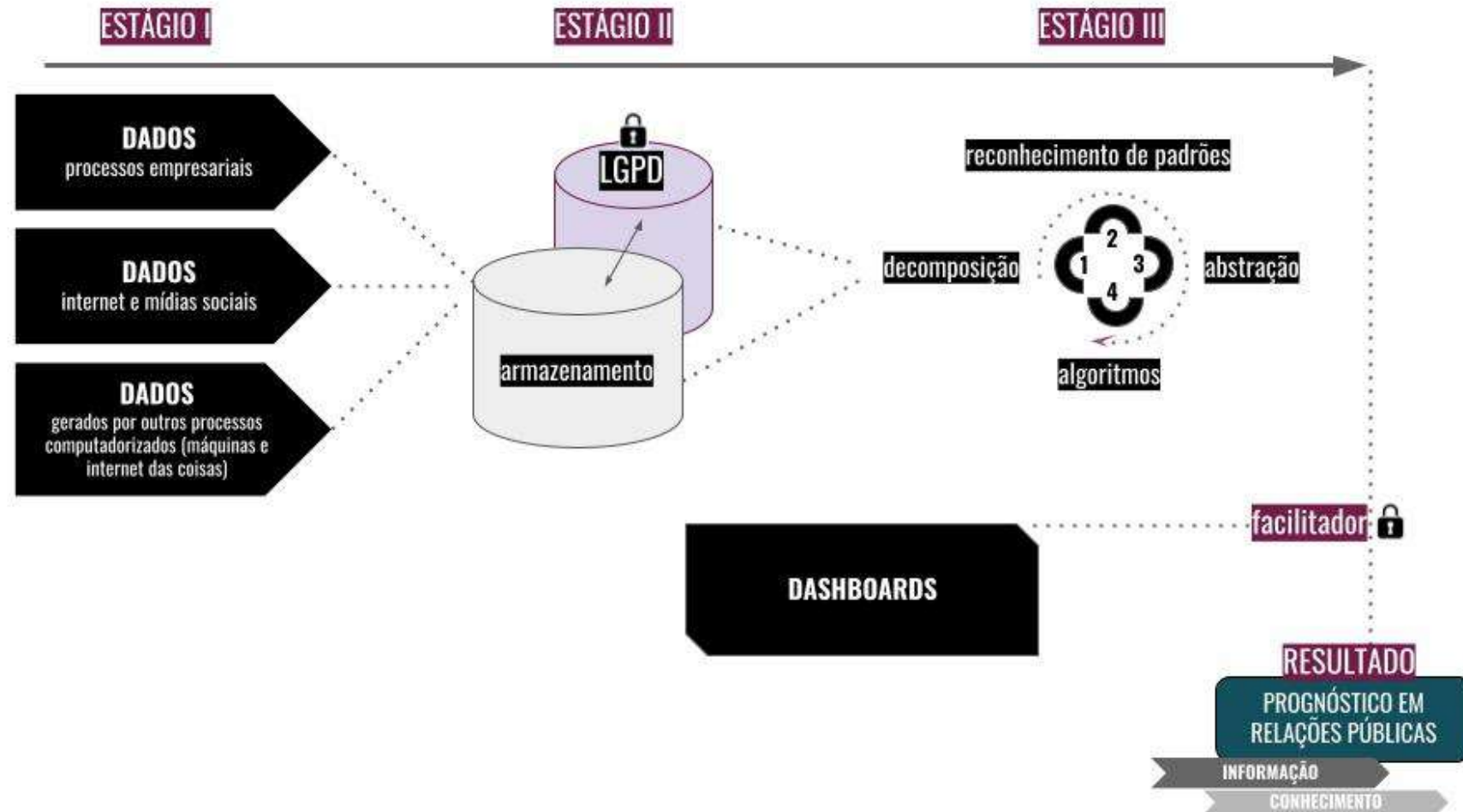
Em virtude dos fatos mencionados, ainda pode-se articular o pensamento computacional às Relações Públicas aproximando da perspectiva de Simões (1995), quando aborda os designativos polissêmicos para a expressão Relações Públicas. O autor (1995) inclui tecnologia de Relações Públicas, definida por ele como:

Por tecnologia de Relações Públicas entendem-se três significados do termo: a) a tecnologia de projetos de Relações Públicas, isto é, conjunto de conhecimentos necessários para que, dadas as especificações de um certo programa, consiga-se gerar uma sequência de operações sociais, capaz de produzir aquele programa dentro das especificações desejadas; b) a tecnologia de manufatura de Relações Públicas, que é o conjunto de conhecimentos e recursos necessários para que, a partir da especificação de um programa, consiga-se produzi-lo em qualidade, custo e quantidade desejadas; c) a tecnologia do uso de Relações Públicas, que visa a utilização da infra-estrutura mais adequada a um eficiente e eficaz resultado de um programa estabelecido. (SIMÕES, 1995, p.48)

Assim, a tecnologia de que trata esta aproximação está, principalmente, em “b” e em “c”. O conhecimento, presente em “b”, pode ser visualizado através das diretrizes do pensamento computacional, enquanto que a infraestrutura de que trata o “c”, encontra-se no uso de dashboards para a visualização de dados e o prognóstico em Relações Públicas.

Este olhar aproximativo e aplicado sobre a tecnologia de Relações Públicas está demonstrado na imagem 25, que apresenta a proposta de modelo de prognóstico em Relações Públicas para uma sociedade contemporânea. Nele, não se tensiona somente o pensamento computacional às Relações Públicas, mas resgata outros conceitos que, interseccionados, embasam o modelo proposto.

Imagem 25: proposta do modelo de prognóstico em Relações Públicas



Fonte: desenvolvido pelo autor (2020)

Dividido em três estágios e mais o resultado, a proposta de modelo inicia no objeto formal da atividade de Relações Públicas, que são os dados, e termina neste mesmo objeto, porém transformado em conhecimento. Como a proposta é um modelo de prognóstico em Relações Públicas, parte-se do seu objeto formal a partir do estágio I.

Considerando que a origem dos dados pode ser diversa, na projeção do modelo são representadas algumas possibilidades de entrada, incluindo dados resultantes de processos empresariais, de internet e mídias sociais ou, até mesmo, gerados pela inteligência artificial, entretanto destaca-se que quaisquer outras fontes também poderiam ser inseridas. Ao exemplificar a aplicação com base no dashboard da ABRAPCORP, os dados utilizados referem-se aos artigos publicados nos anais dos congressos realizados pela associação, no período de 2007 a 2019, nos capítulos do GT de Comunicação Digital, Inovação e Tecnologias.

Definidos quais dados são matéria-prima para a análise, avança-se ao estágio II. Nesta etapa, os dados precisam ser armazenados, isto é, reunidos num ambiente que permita o seu agrupamento e utilização. No exemplo da ABRAPCORP, eles estão originalmente disponíveis no portal web da associação e, ao serem agrupados, foram unificados numa única planilha em excel¹⁶⁹ e imediatamente armazenados na nuvem do Google.

Antes de avançar para o estágio III, há uma segunda interação no armazenamento. Além de receber os dados, nele também ocorre a verificação dos aspectos de segurança estabelecidos pela LGPD. No modelo, esta representação pode ser visualmente observada pela utilização de um ícone de cadeado.

Como a LGPD trata da proteção de dados e o ponto de partida do prognóstico são eles, o quadro 51 rearticula as sete unidades de registro definidas na estratégia metodológica da AC e utilizadas inicialmente na análise do webinar do CONFERP e do vídeo da ABERJE. Aqui, já reorganizadas e em síntese com base nos levantamentos realizados, elas passam a denominar-se unidades do prognóstico, pois agora são adotadas em novas situações. Mesmo com uma nova nomenclatura, mantém sua estrutura a partir da base das antigas unidades de

¹⁶⁹ Disponível no apêndice D;

registro, isto é, pela matriz 5w2h¹⁷⁰.

Quadro 51: unidades do prognóstico

Unidades do prognóstico	
O quê?	<ul style="list-style-type: none"> - trata de dados pessoais; - dado é considerado qualquer coisa que possa servir para identificar uma pessoa (natural ou jurídica); - há uma responsabilidade conjunta pelo proteção dos dados;
Onde?	<ul style="list-style-type: none"> - no Brasil;
Quem?	<ul style="list-style-type: none"> - direciona-se a todos os setores da sociedade; - apresenta nomenclatura próprias, como controlador, titular e agente dos dados;
Por quê?	<ul style="list-style-type: none"> - uma demanda mundial; - considera a realidade de cada organização e/ou usuário; - facilita a sistematização de processos;
Quando?	<ul style="list-style-type: none"> - agosto de 2018; - permanente, veio para ficar;
Como?	<ul style="list-style-type: none"> - analisar as hipóteses que envolvem dados; - revisar políticas; - canais de contato e relacionamento disponíveis ao titular dos dados; - lida com a proteção; - consentimento para uso dos dados; - local de armazenamento dos dados e proposta de segurança;
Quanto?	<ul style="list-style-type: none"> - orçamento não é um limitador; - a desorganização pode custar caro;

Fonte: desenvolvido pelo autor (2020)

Observados pela ótica do dashboard dos anais da ABRAPCORP, cada uma das sínteses acima será exemplificada, iniciando pela unidade do “o quê?”. O dashboard trata de dados pessoais, representados através da produção científica e dos interesses pesquisados. Através deles, por exemplo, pode-se observar quem são os pesquisadores, o que faz com que sejam identificados os autores e, com isto, a noção da LGPD acerca daquilo que seja um dado é visualizada.

Para outras situações, deve-se observar quais dados estão autorizados e

¹⁷⁰ A matriz 5w2h refere-se a sete perguntas que permitem a visualização da maioria dos itens necessários à compreensão de qualquer temática. Há mais elementos sobre ela no capítulo um, quando refere-se a estratégia metodológica da análise de conteúdo;

podem ser utilizados, tendo em vista a sensibilidade deles. Definido o objeto com que se trabalhará, antes do manuseio de qualquer ferramenta ou compartilhamento com outro agente de dados, é necessária a observação dos itens de segurança e proteção destes dados, reafirmando a responsabilidade conjunta pela proteção.

Já para o reduto do “onde?” o espaço geográfico em que se caracteriza é o Brasil, já que não somente a LGPD como a própria ABRAPCORP tratam de realidades brasileiras. Dessa maneira, o dashboard utiliza a língua portuguesa como padrão e está armazenado em um ambiente web normatizado pela legislação brasileira, condição válida para qualquer outra aplicação.

Nos registros do “quem?”, pode-se aceitar que o dashboard direciona-se a todos aqueles que tenham interesse nos dados apresentados, pois assim como a LGPD é uma lei geral, o papel da ABRAPCORP está em promover nacionalmente discussões sobre as áreas de Relações Públicas e da Comunicação Organizacional para além dos círculos profissionais. Também é possível articular as nomenclaturas utilizadas pela Lei, definindo que os titulares dos dados são os autores dos artigos, o controlador é a ABRAPCORP, enquanto que o desenvolvedor do dashboard pode ser considerado tanto um parceiro do controlador ou um agente de dados.

Quando aplicado a outras situações, é importante determinar o escopo de leitura dos dados. Isto é, compreender o público que terá acesso ao material, assim como a relação com quem fornece os dados, entendendo a natureza deles. Em outras palavras, o “quem” deve ser nomeado de acordo com as categorias que a LGPD estabelece, entendendo e registrando quem é o titular, o controlador e, quando existente, o agente dos dados.

Com a matriz do “por quê?” é reforçada uma demanda mundial pelo acesso facilitado aos dados, de forma que novas visualizações possam ser obtidas. Por isso, o dashboard da ABRAPCORP estabelece diferentes formas de visualização dos dados, considerando a necessidade da organização variando de acordo com cada leitor. Logo, o modelo desenvolvido foi pensado para atender as necessidades de pesquisa documental decorrentes do capítulo 5.2, incluindo exclusivamente os aspectos necessários ao levantamento estado da arte.

Quando aplicado a outras realidades, deve-se observar qual demanda ele busca solucionar e, com isso, considerar as condições técnicas e operacionais que

a instituição, que é a controladora do dashboard, dispõe. A ideia, neste sentido, é de que o dashboard contribua com o processo de organização e a sistematização de processos, apoiando a tomada de decisões.

A unidade do “quando?” reforça o início da LGPD no ano de 2018 e sintetiza que a mesma veio para ficar. Esta data é o que justifica o desenvolvimento do dashboard à luz da Lei, já que a base dele são dados pessoais e estes estão sob tutela da LGPD.

Ainda refletindo sobre as unidades do prognóstico, o “como?” reafirma a obrigatoriedade de se observar o que a LGPD solicita. Assim, o dashboard dos anais da ABRAPCORP só é desenvolvido pois há um termo de autorização de publicidade destes dados, em que o titular deles permite a utilização pelo controlador ou seus parceiros. Considerando ainda que a LGPD garante mecanismos de contato entre o titular e o controlador e/ou o agente, na contracapa do dashboard foi incluída uma orientação destacando o canal que pode ser acionado.

Numa outra aplicação da proposta deve-se levar em conta o desenvolvimento de um checklist pelo qual os profissionais que estarão lidando com a ferramenta possam se guiar. Nele, a primeira ação a ser realizada é a identificação das origens dos dados e se as políticas permitem a sua reprodução. Na sequência é preciso estruturar um canal para que os titulares dos dados (quando o dashboard for público) acionem os controladores, solicitando que qualquer um de seus dados seja excluído da base, como garante a LGPD.

Outro aspecto é a proteção dos dados a partir do local do armazenamento. No dashboard dos anais das ABRAPCORP optou-se pela utilização de ferramentas do Google, através do Google Data Studio e da nuvem, ambas integrantes de uma rede de servidores com características avançadas de segurança, mantidas pelo próprio Google. Agora, na aplicação para qualquer outro modelo, o checklist proposto adverte que se deva atentar com a proteção dos dados, para que então possa ser definida a biblioteca que receberá tanto as bases de dados quanto o painel do dashboard. Este ponto é primordial.

Por fim, a unidade do “quanto?” também pode ser observada no desenvolvimento do dashboard. Recorrendo à estrutura do Google Data Studio, que

é uma ferramenta gratuita, o investimento utilizado foi do tempo gasto para o domínio das suas funcionalidades. Logo, não há um custo financeiro diretamente relacionado ao desenvolvimento do dashboard e, para outros modelos, a escolha pelo facilitador a ser utilizado é uma definição estratégica, permanecendo aberta.

Interseccionados estes tópicos, verifica-se no nível da LGPD uma relação extensa de itens que precisam ser observados e atendidos antes que os dados fluam para o estágio III. Desta revisão, há condições suficientemente seguras e de proteção para que sejam conduzidos de maneira adequada no fluxo proposto.

Logo, a partir da interação entre o armazenamento e a LGPD é desencadeado o estágio III. Nele se observa a lógica do pensamento computacional aproximando-se, portanto, das Relações Públicas. É nesta etapa que reside o desafio mais amplo: o olhar para os dados e o entendimento sobre estarem ou não estruturados (SHARDA; DELEN, 2019).

Depois que os dados já passaram pelo crivo protecional da LGPD, transitam do armazenamento para um dimensão que perpassa a decomposição (1), o reconhecimento de padrões (2), indo em direção à abstração (3) até que ocorra a algoritmização (4).

O Pensamento Computacional envolve identificar um problema complexo e quebrá-lo em pedaços menores e mais fáceis de gerenciar (DECOMPOSIÇÃO). Cada um desses problemas menores pode ser analisado individualmente com maior profundidade, identificando problemas parecidos que já foram solucionados anteriormente (RECONHECIMENTO DE PADRÕES), focando apenas nos detalhes que são importantes, enquanto informações irrelevantes são ignoradas (ABSTRAÇÃO). Por último, passos ou regras simples podem ser criados para resolver cada um dos subproblemas encontrados (ALGORITMOS). (BRACKMANN, 2017, p.33)

Para o dashboard dos anais da ABRAPCORP, o processo de decomposição iniciou na redução do problema, isto é, não foram todos os GTs que compõem a estrutura dos Congressos que foram analisados, mas apenas o que trata da Comunicação digital, Inovação e Tecnologias. Logo, isto fez com que o objeto fosse delimitado, permitindo formas mais fáceis de gerenciamento do corpus. Uma vez decomposto os dados, foram reconhecidos padrões entre eles.

Na aplicação para outra realidade, o processo é o mesmo. Na decomposição se reduz o problema em partes menores, facilitando as formas de lidar com o objeto analisado.

Através da base de dados em excel que abastece ao dashboard, os artigos foram agrupados através de categorias, como a edição dos congressos, o ano em que ocorreram, o tipo de atividade (se GTEs, MTs, GPs ou GTs) e o nome dela. Os dados são agrupados a partir dos resultados destas categorias, em que todos os artigos de um determinado ano ficam aproximados, assim como o tipo de atividade, edição do congresso e nome. O objetivo é reconhecer padrões.

Para a replicação do modelo em outras situações, a direção é buscar por proximidades, criando categorias pelas quais os dados possam ser agrupados. Assim, estabelece-se alguma característica que seja comum a todos os elementos desta mesma categoria.

Reconhecidos os padrões, na etapa de abstração (3) ocorre uma segunda leitura, onde os padrões que já haviam sido identificados são novamente abstraídos e mantêm-se somente as categorias mais importantes para a resolução do problema. Portanto, das categorias retratadas no apêndice D, o dashboard dos anais da ABRAPCORP manteve apenas uma, que é a do ano de ocorrência do congresso. Por fim, após a abstração é o momento da aplicação dos algoritmos (4), quando são articuladas as regras para que o dashboard seja operacionalizado.

Na etapa algorítmica estão consideradas as condições para a visualização dos dados. Isto é, o dado somente será buscado do estágio I, percorrerá o II e será visualizado no dashboard à medida que ocorrer uma condição, estabelecida através do “se”. Isto vale tanto para outras situações em que o modelo for aplicado quanto para a exemplificação do dashboard da ABRAPCORP.

Para a exemplificação deste modelo, considerou-se:

- a) os dados serão visualizados, “se” uma variável de **tempo** for selecionada, podendo reunir somente um ano ou agrupar mais de um (até o total de 13 anos que é a base dos dados);

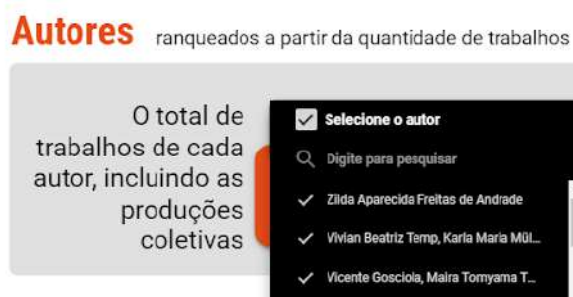
Imagem 26: variável do ano de realização do congresso



Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) e disponível no dashboard dos Anais da ABRAPCORP (2020)

- b) os dados serão visualizados, “se” uma variável de **autor** for selecionada, podendo selecionar somente um ou realizar um filtro específico, incluindo mais de um (até o total de 62 autores que é a base dos dados);

Imagem 27: variável do autor dos artigos



Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) e disponível no dashboard dos Anais da ABRAPCORP (2020)

- c) os dados serão visualizados, “se” uma variável **editável no título** for preenchida, permitindo a busca por termos que sejam iguais, contenham ou comecem com o termo indicado pelo leitor, quando inserido no campo do valor;

Imagem 28: variável editável no título dos artigos



Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) e disponível no dashboard dos Anais da ABRAPCORP (2020)

Ramos e Espadeiro (2014, p.5) reforçam que “a essência do pensamento computacional é pensar acerca de dados e de ideias e combinar estes recursos para resolver problemas”. Por isso, podem surgir menos ou mais decomposições, padrões, abstrações ou algoritmos, a depender do problema que está sendo resolvido.

Ainda sobre o estágio III, pode-se observar que a operação e o manuseio dos dados é facilitada com o apoio computacional, e que ao profissional recai a etapa de planejamento destes quatro elementos, integrando-os a partir de habilidades criativas e analíticas pertencentes aos profissionais. Isto é, as máquinas não executam as atividades sozinhas caso não haja o interesse humano envolvido.

Desta forma, a partir da decomposição, reconhecimento de padrões, abstração e algoritmos, os dados que iniciaram o fluxo deste modelo estão estruturados e prontos para serem materializados a partir de facilitadores. Por isto, do estágio III se avança para a visualização dos dados a partir do facilitador definido, aqui exemplificado como o dashboard dos anais da ABRAPCORP.

Na visão de Sharda, Delen e Turban (2019)¹⁷¹ existem diferentes facilitadores para a análise de dados preditiva, considerada a mais aproximada da função do prognóstico em Relações Públicas. O dashboard é selecionado pelas características visuais de seus componentes, facilidade de uso, possibilidade de leituras unificadas e resumidas, além de navegações e triangulações de dados a partir da mesma tela.

Ao observar novamente a imagem 25, no facilitador também há a presença

¹⁷¹ Disponível no quadro 10;

do ícone do cadeado, que representa a proteção da LGPD. Isto significa que, mesmo que os dados já tenham sido observados em estágios anteriores pela ótica da legislação, quando são materializados e novamente expostos, os mesmos filtros devem ser retomados, realizando um novo exame que ateste a concordância entre o conteúdo apresentado e o que solicita a lei.

Como o próprio termo sugere, “facilitadores” auxiliam de alguma forma e podem se referir a quaisquer dimensões, contribuindo de forma positiva com a situação em que são utilizados. Neste sentido, destacam-se alguns elementos utilizados neste dashboard.

A primeira questão observada foi a compreensão do público, isto é, para quem se direciona o conteúdo deste dashboard e quais análises podem ser traçadas a partir dele. Há um indicativo de empatia, colocando-se no lugar do outro para que a visualização possa ser estratégica.

Com o reconhecimento do público, foram definidos os gráficos e diagramas mais adequados. Tratando-se de um conteúdo disponível publicamente - o que permite o alcance a uma variedade de leitores - , os gráficos utilizados são de nível básico, conforme a taxonomia¹⁷² apresentada por Sharda, Delen e Turban (2019).

Assim como o pensamento computacional não é uma premissa de Relações Públicas mas uma aproximação com a tecnologia, com os elementos relacionados ao design ocorre algo próximo. Simões (1995, p.48) defende que se trata da arte de Relações Públicas.

Por arte de Relações Públicas entende-se a capacidade do profissional de fazer incidir sua subjetividade na criação de projetos, programas e instrumentos que mantenham ou alterem a estrutura do processo, uma das qualidades que irá diferenciar um profissional do outro.

Estar atento aos recursos de cores e combinações entre elas, imagens, fontes e outros elementos visuais que possam levar a interpretações equivocadas ou dificuldades de leitura faz parte desta capacidade profissional. Inclua-se também a diversão, pois encontrar um estilo visual mais adequado também integra o processo de diferenciar-se profissionalmente e diante dos públicos.

¹⁷² Disponível no quadro 11;

Quando você se encontrar em uma situação na qual não tem certeza de como proceder, quase sempre recomendo a mesma estratégia: considere seu público. O que você precisa que ele saiba ou faça? Que história pretende contar a ele? Frequentemente, respondendo a essas perguntas, um bom caminho para como apresentar seus dados se tornará claro. Caso contrário, tente várias visões e busque opiniões. (KNAFLIC, 2019)

Por fim, após todas estas etapas percorridas reside um único objetivo: o resultado e, neste modelo, trata-se do prognóstico em Relações Públicas. É aqui o momento em que os dados iniciantes do processo são levados ao nível da informação e do conhecimento. A partir deles podem ser articuladas projeções precisas de eventos sequentes, prognosticando o futuro do sistema organização-públicos.

Dito isto, com base no dashboard dos anais da ABRAPCORP, pode-se questionar o que ocorrerá com o GT de Comunicação Digital, Inovação e Tecnologias em médio prazo? Para este prognóstico são considerados os dados históricos já informados na base que abastece o dashboard e não há evidência de eventos externos que possam alterar esta realidade. Também se pontua, novamente, que este dashboard está sendo adotado como exemplo, e que para outras situações em que o prognóstico é relevante, a realidade da situação carece de análises mais apuradas.

Dessa maneira, ao retomar os níveis de possibilidade que Simões (1995) estabelece e tendo por base o dashboard dos anais dos congressos da ABRAPCORP, pode-se afirmar:

cenário a) o que é **pouco provável** de acontecer com a produção de artigos científicos em médio prazo:

Considerando o número total de artigos apresentados nos últimos quatro anos do congresso (2016 com 10, 2017 com 11, 2018 com 12 e 2019 com 13) é pouco provável que o número de artigos para as edições seguintes seja inferior à média simples¹⁷³ do período, que é de 11,5 artigos, já que há uma projeção de crescimento. Esta afirmativa pode ser verificada através da imagem 29.

¹⁷³ A média aritmética simples resulta da divisão entre a soma dos números de uma lista e a quantidade de números somados;

Imagem 29: prognóstico pouco provável



Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) e disponível no dashboard dos Anais da ABRAPCORP (2020)

cenário b) o que é **provável** de acontecer com a produção de artigos científicos que utilizem em suas palavras-chave os termos “relações públicas” e “sociais” em médio prazo:

Primeiro se observa que para o termo Relações Públicas há 20 artigos que incluem a temática em suas palavras-chave (isto no período total - 2007 a 2019). Também toma-se como referência que o ano de 2008 representou o pico de artigos que utilizam o termo e, desde então, o interesse pela temática passa por estágios de queda e recuperação no total de artigos publicados. Desde 2015 há oscilações que apontam a retomada da discussão, entretanto, a tendência é de que permaneçam entre 01 a 02 artigos por edição do congresso, já que a média simples das últimas quatro edições (2016 a 2019) é de 1,75 artigos. Tais dados podem ser observados na imagem 30.

Imagem 30: prognóstico provável - termo “Relações Públicas”

Total de artigos apresentados no período

20



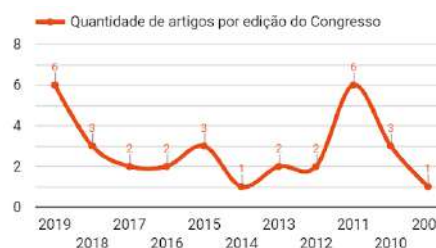
Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) e disponível no dashboard dos Anais da ABRAPCORP (2020)

Em contrapartida, quando observada a condição de “sociais” na variável de palavra-chave, o total de artigos apresentado alcança a marca de 31. Diferentemente de Relações Públicas, a média dos últimos quatro anos aponta 3,25 artigos por edição do congresso, com indicativos de crescimentos, já que a curva desde 2017 tem aumentado e, se comparado 2019 a 2018, há um aumento de 100% em relação ao período anterior.

Imagem 31: prognóstico possível - termo “sociais”

**Total de
artigos
apresentados
no período**

31



Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) e disponível no dashboard dos Anais da ABRAPCORP (2020)

Portanto, é provável que a produção de artigos que utilize entre suas palavras-chave o termo “sociais” continue crescendo enquanto que “relações públicas” permaneça com a mesma média histórica.

cenário c) o que é **bastante provável** acontecer na frequência com que os autores publicam artigos em médio prazo:

Considerando o intervalo total (13 anos) é bastante provável que a profa. Dr^a Carolina Frazon Terra permaneça publicando artigos no atual GT, já que de todas as edições, a autora não teve um artigo publicado somente no ano de 2013.

Imagem 32: prognóstico muito possível - frequência de autores



Fonte: desenvolvido pelo autor (2020) e disponível no dashboard dos Anais da ABRAPCORP (2020)

Vale a ressalva que, a partir das concepções estabelecidas por Simões (1995) sobre os níveis de probabilidade, o dashboard não apresenta o resultado visualmente e de forma objetiva, mas permite diferentes interpretações sobre os dados, por onde se estabelece o prognóstico. A leitura e a interpretação dependem do esforço profissional.

Assim, o prognóstico em Relações Públicas pode atender a inúmeros objetivos, tensionar diferentes dados ou trabalhar em níveis mais amplos de complexidade. Mas para quaisquer que sejam estas dimensões, a proposição é que este modelo seja adequado às características da cultura de cada organização, como reforça Dreyer (2017).

No quadro 52, Knaflic (2019) reúne uma série de verbos que indicam as ações e objetivos passíveis de ocorrer com a visualização de dados e, por conseguinte, alcançar através do estabelecimento adequado da função do prognóstico. Cada um destes sentidos pode ser empregado na manutenção da harmonia no interior do núcleo do sistema organização-públicos.

Quadro 52: indicativos de uso do prognóstico

aceitar	acreditar	apoiar	aprender	assegurar
autorizar	buscar	colaborar	começar	concordar
criar	defender	demonstrar empatia	desejar	diferenciar
empoderar	encorajar	engajar	entender	estabelecer
estimular	examinar	facilitar	familiarizar	fazer
formar	gostar	implementar	incluir	influenciar
iniciar	investir	lembrar	mudar	persuadir
planejar	promover	receber	recomendar	
simplificar	tentar	validar	saber	

Fonte: Knafllic (2019)

Assim, com a demonstração dos resultados através do prognóstico, o fluxo proposto na imagem 25 é concluído e, por conseguinte, a proposta do modelo também. E, como afirma Simões (2001), tem data de validade, contexto e uma pretensão:

Contribuir com mais um embrião para sedimentar as bases da atividade e iniciar a conscientização dos aspectos ideológicos que venham a motivar aqueles que com ela tratam. Relações Públicas existem por e para uma sociedade mais justa. É preciso dizer isso. (SIMÕES, 2001, p.97)

Com isto, o capítulo seis é finalizado e o próximo tópico trata das conclusões desta dissertação, além de encaminhamentos para estudos complementares.

CONCLUSÕES

A proposta de um estudo com a convergência de temáticas contemporâneas respalda a necessidade da transversalidade de diferentes saberes que, por sua vez, encontram espaço na releitura da Teoria da Função Política de Relações Públicas (SIMÕES, 1995, 2001, 2006). Neste sentido, esta dissertação é resultado da soma de olhares sobre o atual contexto em que está situada a atividade e o processo de Relações Públicas.

Ao estudar o prognóstico em Relações Públicas, foram consideradas não somente as contribuições documentais ou bibliográficas, mas também observadas suas aplicações práticas. Com o interesse de responder como os dados podem ser utilizados no prognóstico em Relações Públicas e materializados em dashboards com base na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, a resposta é obtida com a proposição de um modelo para o prognóstico.

Amparado pelas estratégias metodológicas das pesquisas Bibliográfica e Documental e da Análise de Conteúdo, a dissertação demonstra um panorama da sociedade contemporânea, avançando para o papel dos dados e dos dashboards, para que, então, fossem expressos conceitos de Relações Públicas. Somente diante destas evidências é que foi introduzida a discussão sobre a LGPD.

As reflexões sobre a sociedade apontam para uma realidade que não mais se identifica exclusivamente por estruturas autônomas e puramente racionais, com propriedades e características fixas no tempo e no espaço, mas sim resultado de uma variação sintomática de diferentes épocas e revoluções. Através de cada um desses avanços foram registrados evoluções quanto à automação de muitos aspectos da vida.

Através do advento do primeiro computador, uma série de outras tecnologias são inauguradas, uma delas é a internet. Entre muitas de suas características, destaca-se a massificação do processo de comunicação sem fio, proporcionando a adequação do modelo de redes até então experienciado, migrando para o de rede distribuída (BARAN, 1964), onde a maioria das nações já se encontra atualmente.

Considerado como o elo que conecta “Relações Públicas” ao “Prognóstico em Relações Públicas” ao “dashboard” e a “LGPD”, os dados desempenham papel

central nesta dissertação. Mesmo não se tratando de uma pauta recente, eles são continuamente ressignificados, embasando conceitualmente modelos econômicos e, inclusive, religiosos. A religiosidade é usada metaforicamente quando Castells (2018) sugere a existência do Dataísmo, através da qual os dados desempenham um papel dogmático e de validador das ações humanas. Já pela perspectiva econômica, vislumbra-se o capitalismo dadocêntrico, apontado por Morozov (2018).

Nesta dissertação e pela ótica teórica de Relações Públicas, afirma-se que os dados podem ser utilizados no prognóstico e materializados em dashboards com base na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Para isso, precisam observar: primeiro, os tópicos solicitados pela LGPD para qualquer operação que envolva os dados; segundo, o objeto que se deseja prognosticar, verificando as condições técnicas para que o modelo mais adequado seja empregado e; terceiro, os impactos que os dados podem gerar ao sistema organização-públicos.

Mesmo com evidências empíricas que apontam para a centralidade dos dados no processo e na atividade de Relações Públicas, o que se constatou através das reflexões e do levantamento do estado da arte é que ainda são indícios incipientes. Se somado o período das análises realizadas no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES e nos anais dos Congressos da ABRAPCORP, o intervalo é de 24 anos e 321 documentos localizados. Neste sentido, a expectativa pessoal era de localizar uma quantidade de artigos, teses e dissertações que tratassem da temática dos dados e/ou suas pautas adjacentes superior ao que se observou.

Os resultados envolvendo temáticas sobre dados estão presentes somente em artigos da ABRAPCORP e nos dois objetos utilizados na estratégia metodológica da Análise de Conteúdo. A ausência na base da CAPES pode ser tanto um indício da relevância desta dissertação, quanto da urgência da discussão pelos pesquisadores sobre o assunto.

Ao revisitar as estratégias metodológicas, retoma-se o conteúdo apresentado no quadro 04, sobre as categorias de significado, porém já com o olhar direcionado aos resultados obtidos a partir da aplicação das estratégias metodológicas. Além de apoiarem o desenvolvimento da pesquisa documental, os termos que compõem a categoria de significado também têm relação direta com o modelo proposto para o prognóstico.

Somando-se ao termo “dados”, que é central nesta dissertação, a atividade de Relações Públicas evidencia uma associação já antes demonstrada: o destaque está no “digital e/ou digitais” que foram termos localizados através das três estratégias metodológicas adotadas. Ao mesmo instante, “prognóstico, data studio, pensamento computacional, tecnológicos, inovação, inovações” não foram encontrados em uma base. “LGPD ou Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais” são citados somente nos documentos da Análise de Conteúdo enquanto que “big data” encontra-se na ABRAPCORP.

As lacunas do diálogo da atividade de Relações Públicas com outras áreas do conhecimento, demonstradas de forma mais incisiva no capítulo cinco, ficam ainda mais evidentes. Com isto, são expostas algumas constatações que também podem ser lidas enquanto incentivos a área.

- a) É tanto uma força quanto uma fraqueza, mas sobretudo uma preocupação, que o prognóstico não tenha sido localizado em alguma base analisada. Ele, que é um tópico presente no arcabouço teórico de Relações Públicas desde, pelo menos, 1995, tem sido silenciado. Entretanto, pode ser visualizado como uma oportunidade, já que no decorrer da dissertação seu papel estratégico para a atividade de Relações Públicas foi refletido e, com isto, espera-se ter retomado ao menos de forma inicial, as reflexões acerca dele;
- b) A inobservância de documentos com os termos “data studio” e “pensamento computacional” era previsível, já que há um distanciamento entre Relações Públicas e as áreas de origem deles. A oportunidade encontra-se na utilização destes conceitos para o desenvolvimento das estratégias de Relações Públicas, extraindo da prática dos dois termos a expertise obtida através do diálogo com a sociedade contemporânea, algo que pode contribuir com a aproximação da atividade aos tempos presentes;
- c) A ausência de pesquisas que abordam “inovação e/ou inovações” como tema e não o resultado de um outro processo é outra oportunidade. Observar que inovação é algo necessário ao dia a dia

profissional de Relações Públicas reafirma a necessidade de um olhar sobre a práxis da atividade;

- d) Torna-se inquietante o fato de que, para todas as bases consultadas, os termos “digital e/ou digitais” foram localizados, entretanto há pouca conexão com os demais que também compõem a categoria de significado, cujo sentido é bastante aproximado. Com isso, constata-se que há um caminho ainda a ser percorrido com a temática do “digital”, incluindo outras formas de observar e pesquisar o tema, diferente das que habitualmente têm sido demonstradas;

Além destas conclusões, também pode-se observar que a perspectiva de um sistema-aberto, proposta por Simões (1995, 2001, 2006), através do qual o sistema organização-públicos interage com outras dimensões tem sido pouco explorada. Pois, caso estivesse sendo refletida, as lacunas observadas seriam menos evidenciadas e não se estaria reforçando a síndrome das fronteiras limitantes que vêm sendo mantidas pelas áreas, inclusive a de Relações Públicas (SIMÕES, DORNELLES, 2012).

Logo, o espaço da atividade de Relações Públicas na sociedade contemporânea não deveria ser compreendido, exclusivamente, pelas técnicas e teorias da área, mas continuamente atento aos movimentos e interesses das organizações e dos públicos. Afinal, no instante em que o sistema organização-públicos é sensibilizado, os reflexos são observados pela atividade, indiferente de qual área de conhecimento, teoria ou dimensão tenha causado tal situação.

Isto não significa que os resultados desta dissertação suponham que Relações Públicas assuma aquilo que não é de sua competência, mas sim que enquanto uma ciência dialogue abertamente com estes outros saberes, desenvolvendo uma rede de parceria, que dará conta da harmonia nos relacionamentos. Tanto é que, a partir da articulação das discussões realizadas em cada um dos capítulos da dissertação, a proposta de modelo do prognóstico em Relações Públicas foi concebida.

Demonstrado no capítulo seis, o modelo sintetiza uma das formas estratégicas que os dados podem ser utilizados, proporcionando projeções precisas de eventos futuros e resultados finais através da utilização de dashboards. Considerados como facilitadores na visualização dos dados, eles são uma realidade no mundo dos negócios e podem contribuir com a função do prognóstico em Relações Públicas, já que através de suas interfaces multimídia proporcionam ao profissional a possibilidade de desenvolver outras habilidades voltadas à criatividade e à humanização na interpretação dos dados.

Nesta linha da convergência dos saberes mais uma área foi aproximada, desta vez trata-se do Direito. Pelo contexto em que se vive, não há como observar a temática dos dados sem que, atualmente, também se observe o que trata a LGPD. A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, portanto, é o fio condutor para se estudar os dados, que nesta dissertação foram organizados e utilizados no prognóstico em Relações Públicas através de dashboards.

Na presente pesquisa, a LGPD foi estudada através da estratégia metodológica da Análise de Conteúdo, que imprimiu um olhar técnico da área do Direito, mas ao mesmo tempo permitiu a transposição para a realidade de Relações Públicas, a partir das inferências realizadas. Por isso, o resultado da leitura foi o desenvolvimento não somente de uma proposta de modelo, mas também da exemplificação daquilo que, teoricamente, estava sendo apresentado.

Da aplicação do modelo-teste com o dashboards dos Anais da ABRAPCORP, constata-se que as três previsões prognosticadas pelo modelo foram validadas. Isto pois, ao recorrer aos dados preliminares¹⁷⁴ da edição de 2020 do Congresso, disponibilizados no portal da associação, visualizou-se que:

- do **cenário A**, que questiona o que é **pouco provável** de acontecer com a produção de artigos científicos em médio prazo. A previsão apontada foi de que seria pouco provável que nas edições futuras a quantidade de artigos publicados fosse inferior a 11. Na edição de 2020, o total de artigos publicados foi de 21, valor superior a 11 como o modelo predizia.

¹⁷⁴ Até a data de defesa desta dissertação os anais ainda não haviam sido publicados oficialmente.

- do **cenário B**, questionando o que é **provável** de acontecer com a produção de artigos científicos que utilizam em suas palavras-chave os termos “relações públicas” e “sociais” em médio prazo. A previsão apontava a permanência entre 1 e 2 para a palavra-chave “relações públicas”, além do crescimento, no comparativo de uma edição para outra, dos artigos contendo “sociais”. Ambas previsões também validadas, uma vez que na edição de 2020, para o GT de Comunicação digital, Inovações e Tecnologias, houve dois artigos com “relações públicas” e, no comparativo entre a edição de 2019 e a de 2020, registra-se crescimento de 50% (de 6 para 9) no total de artigos com o termo “sociais”.
- do **cenário C**, questionando o que é **bastante provável** de acontecer na frequência com que os autores publicam artigos em médio prazo. Na previsão apontou-se que a profa. Dr^a Carolina Frazon Terra permaneceria publicando artigos no GT. Prognóstico também confirmado, já que na edição de 2020, de fato, a autora apresentou um artigo em parceria com Raposo e Silva.

Diante destes resultados, sugere-se que seja levado em consideração duas situações. Uma é de que o modelo demonstrado e a forma como foi construído suscita aplicabilidade técnica e, segunda, que isto não significa que ele esteja pronto. A lógica proposta pela Teoria de Simões (1995), de que ela possuiria prazo de validade, é a mesma com que se concebeu este modelo. Ele necessita da constância de observações e atualizações, das trocas ocorridas no sistema organização-públicos e, sobremaneira, externas a ele, para que possa se constituir num modelo continuamente aplicável ao prognóstico de Relações Públicas.

Dessa maneira, não é a ferramenta que determinará a assertividade da predição, mas a observação contextualizada que deverá ocorrer na interpretação dos dados, o que sugere que o profissional de Relações Públicas articule-se teórica e tecnicamente, mantendo seu *status quo* enquanto gestor dos dashboards. Outro ponto a ser resgatado é quanto a utilização de Simões (1995, 2001, 2006) e seu arcabouço teórico.

Foram escolhas estratégicas diante do silenciamento da discussão sobre a função do prognóstico em Relações Públicas. E que, ao observar que o objetivo de estudar o prognóstico foi alcançado, outras problemáticas podem ser ampliadas como sugestões de continuidade desta.

Compreende-se, assim como Simões (1995) e outros autores preconizam, que a educação é uma via efetiva para que sejam atingidas as revoluções de que a sociedade necessita. Para que consigamos diminuir os distanciamentos que ainda nos mantêm afastados da Revolução Digital defendida por Fava (2018), uma alternativa encontra-se na formação acadêmica, capaz de desenvolver novas competências profissionais. Para tanto, a articulação com outras tecnologias por vezes ainda pouco discutidas, é um ponto de atenção para uma aproximar as expectativas do mercado de trabalho com aquilo que é discutido em sala de aula.

Além das articulações relacionadas anteriormente, também são sugeridos como estudos complementares:

- outros modelos de análises de dados, como a do tipo prescritiva;
- aspectos relacionados à comunicação visual de dashboards;
- operações matemáticas que constituem variáveis para a tomada da decisão baseada no prognóstico;
- processos de cognição e memória, utilizando o conhecimento da neurociência para a leitura e interpretação do prognóstico;
- fomento de uma cultura organizacional voltada a dados;
- desenvolvimento de práticas compartilhadas entre as equipes, buscando a sinergia para o entendimento do contexto organizacional pela perspectiva da LGPD;

Se tratando de um estudo pioneiro na área, esta pesquisa poderá ser acessada como referência para outros autores com interesses sobre as mudanças e dinâmicas que envolvem a temática do prognóstico. Já que, interessado em compreender como os dados poderiam ser utilizados no prognóstico em Relações e materializados em dashboards com base na Lei Geral de Proteção de Dados

Pessoais, encerra-se esta dissertação afirmando que eles são elementos centrais do processo.

Por fim, retoma-se o problema desta dissertação, que indaga sobre como os dados poderiam ser utilizados no prognóstico de Relações Públicas com base na LGPD. Conclui-se, respondendo que os dados são parte indissociável do processo como o elemento ativador do fluxo de informações para um prognóstico em Relações Públicas, que agora contém mais uma camada de proteção baseada na adequação à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

REFERÊNCIAS

ABRAPCORP. **Edições anteriores dos congressos**. Disponível em: <https://abrapcorp.org.br/edicoes-anteriores/>. Acesso em: 04 jan 2020.

ANATEL. **Estatísticas de celulares no Brasil**. Disponível em: <https://www.teleco.com.br/ncel.asp>. Acesso em 22 dez 2020.

ALDA, Martin. Transtorno bipolar. In: **Revista Brasileira de Psiquiatria**. Brasília, v.21, n.2, out-1999, Scielo Brasil. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-44461999000600005. Acesso em: 05 jan 2021.

ANDRADE, Zilda Aparecida Freitas De. **Interatividade e Relacionamento Virtual: um Estudo Em Home Pages De Consultorias De Relações Públicas**. 2001. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social - Universidade Federal do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2001.

AZEVEDO, S.G. Relações Interpessoais e Trabalho. In: DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk (Org.). **Relações Públicas: Construindo relacionamentos estratégicos**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2012. p.53-62.

BALDISSERA, Rudimar. Por uma compreensão da comunicação organizacional. In: SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. (Org.). **O diálogo possível: comunicação organizacional e paradigma da complexidade**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. p.31-50.

BASEGGIO, Ana Luisa. **O diagnóstico aplicado às Relações Públicas: uma análise de seus aspectos teóricos e empíricos**. 2008. 292 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008. Versões impressa e eletrônica. A versão eletrônica com texto completo. Disponível em: <https://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/2196>. Acesso em: 11 jan 2021.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARRICHELLO, E.M.R. et al. Estendendo as práticas de Relações Públicas sob a perspectiva teórica da ecologia das mídias. In: RUBLESCKI, A.; BARRICHELLO, E. M. R. (Orgs.). **Ecologia da Mídia**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2013.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BRACKMANN, Christian Puhlmann. **Desenvolvimento do pensamento computacional através de atividades desplugadas no ensino básico**. 2017. 226 f. Tese (Doutorado em Informática na Educação) Universidade Federal do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2017. Versões impressa e eletrônica. A versão

eletrônica com texto completo. Disponível em:
<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/172208>. Acesso em 03 mar 2020.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 02 jan 2021.

_____. **Lei Complementar nº 105, de 10 de janeiro de 2001**. Dispõe sobre o sigilo das operações de instituições financeiras e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 2001. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp105.htm. Acesso em: 03 jan 2021.

_____. **Lei nº 12.527, de 11 de novembro de 2011**. Ou a Lei de Acesso à Informação (LAI), regula o acesso a informações e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 2011. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%2012.527%2C%20DE%2018%20DE%20NOVEMBRO%20DE%202011.&text=Regula%20o%20acesso%20a%20informa%C3%A7%C3%B5es%20previsto%20no%20inciso%20XXXIII%20do%20art.&text=216%20da%20Constitui%C3%A7%C3%A3o%20Federal%3B%20altera,1991%3B%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%A7%C3%A3es. Acesso em: 03 jan 2021.

_____. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Ou a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) que regula as atividades de tratamento de dados pessoais no país e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm. Acesso em: 03 jan 2021.

_____. **Lei nº 13.853, de 8 de julho de 2019**. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e para criar a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 2019. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/l13853.htm. Acesso em: 03 jan 2021.

_____. **Lei nº 14.010, de 10 de junho de 2020**. Dispõe sobre o Regime Jurídico Emergencial e Transitório das relações jurídicas de Direito Privado (RJET) no período da pandemia do coronavírus (Covid-19). Brasília, DF: Presidência da República, 2020. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/L14010.htm. Acesso em: 04 jan 2021.

BOARINI, Dulce Margareth. **O planejamento da comunicação on-line: como a velocidade no uso da informação altera a forma de planejar**. 2016. 191 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Metodista de São Paulo: São Paulo, 2016. Versões impressa e eletrônica. A versão eletrônica com texto completo. Disponível em:

https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=3808343. Acesso em: 06 mai 2020.

BOARINI, Dulce Margareth. Big data e inteligência artificial são a nova onda disruptiva a desafiar os profissionais. *In: Anais do Congresso Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - ABRAPCORP*. 12, 2018, Goiania. Disponível em: http://portal.abrapcorp.org.br/wp-content/uploads/2019/02/Anais_Abrapcorp_2018_GPs_ISBN.pdf. Acesso em 10 abr 2020.

_____. Big Data e Inteligência Artificial - Aliados na Detecção de Oportunidades e Crises. *In: Anais do Congresso Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - ABRAPCORP*. 13, 2019, São Paulo. Disponível em: [http://abrapcorp.org.br/site/manager/arq/\(cod2_22753\)DulceBoarini_GT6_Abrapcorp_2019.pdf](http://abrapcorp.org.br/site/manager/arq/(cod2_22753)DulceBoarini_GT6_Abrapcorp_2019.pdf). Acesso em: 10 abr 2020.

BRUM, TARCISIO COSTA. **Oportunidade da aplicação de ferramentas de gestão na avaliação de políticas públicas: o caso da política nacional de resíduos sólidos para a construção civil. 2013**. 72 f. Monografia (Engenharia de Produção). Universidade Federal de Juiz de Fora: Juiz de Fora, 2013. A versão eletrônica com texto completo. Disponível em: https://www.ufjf.br/engenhariadeproducao/files/2014/09/2012_3_Tarcisio.pdf. Acesso em: 14 dez 2020.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

_____. **O poder da comunicação**. Tradução de Vera Lúcia Mello Joscelyne. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2017.

_____. **O poder da identidade**. Tradução de Klauss Brandini Gerhardt. 9ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2018.

_____. **Ruptura: a crise da democracia liberal**. 1ª Ed. Zahar, 2019. *E-book Kindle*. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Ruptura-democracia-liberal-Manuel-Castells/dp/8537817643>. Acesso em: out 2020.

CAMPOS, Claudinei José Gomes. Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde *In: Revista Brasileira de Enfermagem*. Brasília, v.57, n.5, out-2004, Scielo Brasil.

CARDOSO, Oscar Valente. **Legislação Sobre a Proteção de Dados Pessoais**. Ed. Oscar Valente Cardoso, 2020. *E-book Kindle*. Disponível em: https://www.amazon.com.br/Legisla%C3%A7%C3%A3o-Sobre-Prote%C3%A7%C3%A3o-Dados-Pessoais-ebook/dp/B08JKWTYRS/ref=sr_1_1?__mk_pt_BR=%C3%8

[5M%3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=Legisla%C3%A7%C3%A3o+Sobre+a+Prote%C3%A7%C3%A3o+de+Dados+Pessoais&qid=1614747606&s=books&sr=1-1](https://books.google.com.br/books?id=5M%3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=Legisla%C3%A7%C3%A3o+Sobre+a+Prote%C3%A7%C3%A3o+de+Dados+Pessoais&qid=1614747606&s=books&sr=1-1). Acesso em: out 2020.

CANALTECH. App Store e Play Store batem recorde com 37 bilhões de downloads no 2º trimestre. Disponível em: <https://canaltech.com.br/apps/app-store-play-store-recorde-segundo-trimestre-168351/>. Acesso em: 12 fev 2021.

CESCA, Cleuza G. Gimenes. Relações públicas: públicos, mercado e nomenclaturas. In: CESCA, Cleuza G. Gimenes. (Org.). **Relações Públicas e suas interfaces**. São Paulo: Summus, 2006. p.17-36.

CECHETTI, Leandro. **O desenvolvimento sustentável no Rio Grande do Sul : um estudo do período 1997 a 2005 com base no dashboard of sustainability**. 2009. 98 f. Dissertação (Mestrado em Economia do Desenvolvimento). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2009. A versão eletrônica com texto completo. Disponível em: <http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/3872>. Acesso em: 12 jan 2021

CETIC. **Pesquisa TIC Domicílios**. Disponível em: <https://cetic.br/pesquisa/domicilios/#anos-anteriores>. Acesso em: 6 jan 2021

CHAMON, José Eduardo. **Gráficos em Dashboard para Microsoft Excel 2013**. São Paulo: Érica. 2013. *E-book*. Disponível em: <http://primo-pmtna01.hosted.exlibrisgroup.com/PUC01:PUC01:sfx26800000000058510> . Acesso em: 10 jan 2021

COSTA, Christiane Gonçalves. **Relações Públicas e tecnologia:a história das relações públicas no Brasil sob o enfoque da Internet**. 2006. 97 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade de Brasília: Brasília, 2006.

CORRÊA, Elizabeth S.; BERTOCCHI, Daniela. A cena cibercultural do jornalismo contemporâneo: web semântica, algoritmos, aplicativos e curadoria. In: **Revista Matrizes**. Ano 5 - n° 2/jan./jun. 2012, São Paulo - Brasil, pp. 123-144. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/38329/41185/45203>
Acesso em: 19 jan 2021

COELHO, RAQUEL LUISE PRET. **Do quê se trata? Documento, indexação e produção de sentido nos arquivos da universidade**. Tese (Doutorado em Ciência da Informação). Universidade Federal Fluminense: Niterói, 2019 A versão eletrônica com texto completo. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/3292>. Acesso em 10 mai 2020.

CRISTIAN, Brian. **Algoritmos para viver: a ciência exata das decisões humanas**. 1ª Ed. Companhia das Letras. 2017. E-book Kindle. Disponível em: https://www.amazon.com.br/Algoritmos-para-viver-ci%C3%Aancia-decis%C3%B5es/dp/8535929304/ref=sr_1_1?__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95

[%C3%91&dchild=1&keywords=Algoritmos+para+viver%3A+a+ci%C3%AAncia+exat+a+das+decis%C3%B5es+humanas.&qid=1614748578&s=books&sr=1-1](#). Acesso em: jul 2020.

DENADAI, Wilson. Prefácio. In: CESCA, Cleuza G. Gimenes. (Org.). **Relações Públicas e suas interfaces**. São Paulo: Summus, 2006. p.9-12.

DIMA, Yarovsky. **Obra “I Agree”**. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/cultura-digital,designer-israelense-ganha-a-internet-com-obra-que-questiona-contratos-de-facebook-e-tinder,70002309973>. Acesso em 06 jan 2021.

DI FELICE, Massimo. As formas digitais do social e os novos dinamismos da sociabilidade contemporânea *In: Anais do Congresso Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - ABRAPCORP*. 1, 2007, São Paulo. Disponível em: http://www.abrapcorp.org.br/anais2007/trabalhos/gt3/gt3_felice.pdf. Acesso em 10 jun 2020.

DREYER, Bianca Marder. **Relações Públicas na gestão das estratégias de comunicação organizacional na sociedade digitalizada: um estudo de caso da Nestlé Brasil S/A**. 2014. 251 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade de São Paulo: São Paulo, 2014. A versão eletrônica com texto completo. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-13112014-111159/publico/BIANCAMARDERDREYER.pdf>. Acesso em: 10 jun 2020.

_____. De que forma as Relações Públicas podem ser estratégicas na contemporaneidade? Uma proposta de modelo estratégico para a atividade. **Anais do Congresso Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - ABRAPCORP**. 11, 2017a, Belo Horizonte. Disponível em: <https://editora.pucrs.br/edipucrs/acessolivre//anais/abrapcorp/assets/edicoes/2017/comp-lista-docs.html>. Acesso em: 10 jun 2020.

_____. **Relações Públicas na contemporaneidade. Contexto, modelos e estratégias**. São Paulo: Summus Editorial, 2017b. *Ebook Kindle*. Disponível em: https://www.amazon.com.br/Rela%C3%A7%C3%B5es-P%C3%ABlicas-Contemporaneidade-Contexto-Estrat%C3%A9gias/dp/8532310605/ref=sr_1_1?__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=Rela%C3%A7%C3%B5es+P%C3%ABlicas+na+contemporaneidade.+Contexto%2C+modelos+e+estrat%C3%A9gias.&qid=1614749459&s=books&sr=1-1 Acesso em: out 2020.

EMPOLI, Giuliano da. **Os engenheiros do caos: Como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições**. Vestígio, 1ª ed. 2019. *Ebook Kindle*. Disponível em: https://www.amazon.com.br/engenheiros-caos-conspira%C3%A7%C3%A3o-algoritmos-influenciar/dp/8554126602/ref=sr_1_1?__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=Os+engenheiros+do+caos%3A+Como+as+fake+news%2C+as+teorias+da+conspira%C3%A7%C3%A3o+e+os+algoritmos

[os+est%C3%A3o+sendo+utilizados+para+disseminar+%C3%B3dio%2C+medo+e+influenciar+elei%C3%A7%C3%B5es.&qid=1614749526&s=books&sr=1-1](#) Acesso em: out 2020.

FACEBOOK. **Facebook Reports First quarter 2020 results**. Disponível em https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_financials/2020/q1/Q1'20-FB-Financial-Results-Press-Release.pdf. Acesso em: fev 2021.

FAVA, Rui. **Trabalho, educação e inteligência artificial: a era do indivíduo versátil**. Porto Alegre: Penso, 2018.

FAGUNDES, Esnel; MOURA, Cláudia Peixoto de. Comunicação, teorias, ensino: registros da trajetória de um grupo de pesquisa *In: Revista Organicom*. Ano 17, Número 32. Abril/2020. São Paulo: Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/download/170938/161264/>. Acesso em: 20 nov 2020.

FERRARI, Maria Aparecida. Novos aportes das relações públicas para o século XXI. *In: Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 24, n. 39, p.53-65, 1º sem. 2003. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/download/4839/4089>. Acesso em dez 2020.

FERNANDES, Anita Maria da Rocha. **Inteligência artificial: noções gerais**. Florianópolis: Visual Books, 2003.

FISCHETTI, Mark. **REMEMBERING THE DAY THE WORLD WIDE WEB WAS BORN**. 2009. Entrevista concedida a Larry Greenemeier. Disponível em <https://www.scientificamerican.com/article/day-the-web-was-born/>. Acesso em: 16 out 2020.

OLIVEIRA FILHO, Kepler de Sousa. **Astrologia não é ciência**. Disponível em: <https://www.if.ufrgs.br/ast/astrologia.htm>. Acesso em: 20 fev 2021.

FGV. **Pesquisa anual de uso de tecnologia da informação nas empresas**. Disponível em: <https://eaesp.fgv.br/producao-intelectual/pesquisa-anual-uso-ti>. Acesso em 26 jan 2021.

FONSECA, Mayara de Souza Guimarães. **Relações Públicas e Mídias Sociais: uma análise de suas aplicações no relacionamento organizacional**. 2011. 116 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal do Amazonas: Amazonas, 2011. A versão eletrônica com texto completo. Disponível em: <https://tede.ufam.edu.br/bitstream/tede/2758/1/MAYARA%20DE%20SOUSA%20GUIMAR%c3%83ES.pdf> Acesso em: 10 jun 2020.

FORTIM, I. As relações amorosas via Internet. *In: FORTIM, Ivelise; FARAH, Maria (Org.). Relacionamentos na era digital*. São Paulo: Giz, 2007. p.21-24.

FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan; SILVA, Andressa Hennig. Análise de conteúdo: exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos. In: **Revista Qualit@s**, Eletrônica, Vol.17. No 1. 2015. Disponível em: <http://revista.uepb.edu.br/index.php/qualitas/article/view/2113> Acesso em: 04 fev 2021.

FRANCHON, Ana Maria. **A inclusão digital como estratégia e política de gestão de Relações Públicas em organizações privadas**. 2009. 122f. Dissertação. (Mestrado em Comunicação). Universidade de São Paulo: São Paulo, 2009. A versão eletrônica com texto completo. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-20072009-082002/publico/final.pdf>. Acesso em: 10 jun 2020.

FRANCO, Maria Laura Puglisi Barbosa. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Brasília: Líber Livro, 2008

FRANÇA, Fábio. **Públicos – Como identificá-los em uma nova visão estratégica**. São Paulo: Difusão, 2004.

FREIRE, Paulo. **Cartas a Cristina**. São Paulo: Editora Unesp 2ª edição revista, 2002.

FORESTI, F.; GREGORIO, V.; GODOY VIEIRA, A. F. Ubiquidade e ciência da informação. In: **Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação**, v. 12, n. 1, p. 191-216, 19 nov. 2018. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/RICI/article/view/19106>. Acesso em: 15 dez 2020.

FUNDAÇÃO LEMANN. **Resumo Técnico - Censo da educação básica**. Disponível em <https://www.qedu.org.br/brasil/censo-escolar?year=2018&dependence=0&localizacao=0&item=> . Acesso em: 23 jan 2021.

GABRIEL, Martha. **Marketing na Era Digital**. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

GARDNER, Dan. **Superprevisões: a arte e a ciência de antecipar o futuro**. Objetiva, 2ª ed. 2016. *Ebook Kindle*. Disponível em: https://www.amazon.com.br/Superprevis%C3%B5es-arte-ci%C3%Aancia-antecipar-futuro-ebook/dp/B01B41G7UK/ref=sr_1_1?__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=Superprevis%C3%B5es%3A+a+arte+e+a+ci%C3%Aancia+de+antecipar+o+futuro.&qid=1614749902&s=books&sr=1-1 Acesso em: dez 2020.

GAVIOLLI, Fabiana Moreira. **O diagnóstico como instrumento estratégico para valoração da comunicação organizacional: teorias e práticas**. Dissertação (Mestrado em comunicação Social). 230 f. Universidade Metodista de São Paulo: São Paulo, 2017. A versão eletrônica com texto completo. Disponível em: <http://tede.metodista.br/jspui/handle/tede/1720> Acesso em: 10 jun 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GPEPCOM. **Banco de Dados Acadêmicos em Relações Públicas**. Disponível em <http://claudiamoura.pro.br/gpepcom/banco-de-dados/>. Acesso em: 16 dez 2020.

GOOGLE FOR EDUCATION. **What is Computational Thinking? Computational Thinking for Educators**. Disponível em: <https://edu.google.com/resources/programs/exploring-computational-thinking/>. Acesso em: 03 set 2020.

GOOGLE TRENDS. **Busca comparativa entre os termos dados, informação e conhecimento**. Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=all&geo=BR&q=dados,informa%C3%A7%C3%A3o,conhecimento>. Acesso em: 03 set 2020.

GOOGLE. **Google revela os assuntos mais buscados no Brasil em 2019**. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/12/google-revela-os-assuntos-mais-buscados-no-brasil-em-2019.ghtml>. Acesso em: 03 set 2020.

GOOGLE. **Conheça o Google Data Studio**. Disponível em: <https://support.google.com/datastudio/answer/6283323?hl=pt-BR#:~:text=Ver%20se%20dados,de%20compartilhar%20e%20totalmente%20personaliz%C3%A1veis>. Acesso em: 14 fev 2021.

GONTARZ, Poliane De Souza Brandalize. **A conexão da organização, do RRPP e seus públicos por meio do blog - o caso do blog Mamie Bella - O Boticário**. 2011. Dissertação. (Mestrado em Comunicação). Universidade Tuiuti do Paraná: Paraná, 2011. 133 f. A versão eletrônica com texto completo. Disponível em: <https://alunosppgcomutp.wixsite.com/ppgcomutp/cdissertacoes-2011> Acesso em: 10 jun 2020.

GUAZZELLI, Denize Aparecida. **Serviço ao consumidor a prática brasileira do relacionamento on-line**. 1997. Dissertação. (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 1997.

HARARI, Yuval Noah. **Sapiens: uma breve história da humanidade**. Tradução Paulo Geiger. 1ª Ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

_____. **Homo Deus: uma breve história do amanhã**. Tradução Paulo Geiger. 1ª Ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. Org. **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 15 ed. Petrópolis: Vozes, 2015

INEP. **Sinopses estatísticas da Educação Superior - graduação**. Disponível em <http://inep.gov.br/sinopses-estatisticas-da-educacao-superior>. Acesso em: 08 jan 2021.

INEP. **Censo Escolar 2019**. Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/areas-de-atuacao/pesquisas-estatisticas-e-indicadores/censo-escolar>. Acesso em 12 out 2020.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução Susana Alexandria. 2ª Edição. São Paulo: ALEPH, 2009.

KNAFLIC, Cole Nussbaumer. **Storytelling com Dados: um Guia Sobre Visualização de Dados Para Profissionais de Negócios**. Ed. Alta Books, 2ª Ed. 2019. Ebook Kindle. Disponível em: https://www.amazon.com.br/Storytelling-com-Dados-Visualiza%C3%A7%C3%A3o-Profissionais/dp/8550804681/ref=sr_1_1?__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=Storytelling+com+Dados%3A+um+Guia+Sobre+Visualiza%C3%A7%C3%A3o+de+Dados+Para+Profissionais+de+Neg%C3%B3cios.&qid=1614750899&s=books&sr=1-1 Acesso em: dez 2020.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 8ª ed. Grupo Gen - Atlas, 2017. Disponível em: <http://primo-pmtna01.hosted.exlibrisgroup.com/PUC01:PUC01:sfx378000000501112> Acesso em: set 2020.

LASTA, Elisângela. **A práxis reflexiva das Relações Públicas na sociedade midiática: mediação estratégica comunicacional nos blogs corporativos**. 2015. Tese (Doutorado em Comunicação). Universidade Federal de Santa Maria: Santa Maria, 2015. 258 f. A versão eletrônica com texto completo. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/3430/LASTA%2c%20ELISANGELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em: 10 jun 2020.

LEITÃO, Míriam. **História do futuro: o horizonte do Brasil no século XXI**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015.

LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS. Publicado por CONFERP, [S.l.:s.n.], 29 jun 2020. (02h 04 min 55 seg). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PUCvAU-fDk0&t=852s>. Acesso em: 29 jun 2020.

LIEDKE, Enó Dagô. As tecnologias de informação e comunicação e o público essencial - tendências detectadas. In: **Anais do Congresso Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - ABRAPCORP**. 4, 2010, Porto Alegre: Disponível em: http://www.abrapcorp.org.br/anais2010/GT3/GT3_Liedke.pdf. Acesso em: 10 jun 2020.

MARX, Melvin; HILLIX, William A. **Sistemas e teorias em psicologia**. São Paulo: Cultrix, 1976.

MARTINS, Marta Terezinha Motta Campos. **Relações públicas na era da informação abordagens das mídias audiovisuais e digitais em cursos superiores**. 2003. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade de São Paulo: São Paulo, 2003. A versão eletrônica com texto completo. Disponível em: <https://repositorio.usp.br/item/001323343> Acesso em: 10 jun 2020.

MARTINO SÁ, Luís Mauro. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes**. Petrópolis, RJ : Vozes, 2014.

MATTOS, Tiago. **Vai lá e faz: como empreender na era digital e tirar ideias do papel**. Caxias do Sul: Belas Letras, 2017.

MAXQDA. **Qualitative Data Analysis Software**. Disponível em <https://www.maxqda.com/>. Acesso em: dez 2020.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Resumo Técnico - Censo da educação básica**. Disponível em: http://portal.inep.gov.br/informacao-da-publicacao/-/asset_publisher/6JYIsGMAMkW1/document/id/6874720. Acesso em: 8 fev 2020.

MOROZOV, Evgency. **Big tech: a ascensão dos dados e a morte da política**. Ubu Editora. 1ª Ed. 2018. Ebook Kindle. Disponível em: https://www.amazon.com.br/Big-Tech-ascens%C3%A3o-dados-pol%C3%ADtica/dp/8571260125/ref=sr_1_1?__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=Big+tech%3A+a+ascens%C3%A3o+dos+dados+e+a+morte+da+pol%C3%ADtica.&qid=1614751373&s=books&sr=1-1 Acesso em: jan 2021

MORAES, Dênis de; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da comunicação**. São Paulo: Boitempo, 2013.

MONTEIRO, Diego; AZARITE, Ricardo. **Monitoramento e métricas de mídias sociais: do estagiário ao CEO. Um modelo prático para toda a empresa usar mídias sociais com eficiência e de forma estratégica**. São Paulo: DVS Editora, 2012.

NIETZSCHE, Friedrich. **A Gaia Ciência**. 1882.

NASCIMENTO, Hugo José; MARTINS, Herbert Gomes; VICTER, Eline Flores. Aplicativos para dispositivo móvel: entendendo o conceito de função matemática. *In*: **18º Congresso Internacional ABED de Educação a distância**. 18, 2013, Duque de Caxias. Disponível em: <http://www.abed.org.br/congresso2013/cd/242.pdf> Acesso em: 10 nov 2020.

NODARI, Felipe; SOARES, Mauren do Couto; WIEDENHOFT, Guilherme Costa; OLIVEIRA, Mírian. Contribuição do Maxqda e do NVivo para a Realização da Análise de Conteúdo. In: **XXXVIII Encontro da ANPAD**. Rio de Janeiro: 2014. Disponível em: http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2014_EnANPAD_EPQ929.pdf. Acesso em: 30 dez 2020.

NUNES, Juliane Vargas; WOLOSZYNN, Maíra; GONÇALVES, Berenice Santos; PINTO, Marli Dias de Souza. A pesquisa qualitativa apoiada por *softwares* de análise de dados: uma investigação a partir de exemplos. In: **revista Fronteiras – estudos midiáticos**, set. 2017. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/12995/0>. Acesso em: 20 jan 2021.

O QUE É A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS?

Publicado por ABERJE, [S.l.:s.n], 25 nov 2020. (5 min 10 seg). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XtU0PA4Etlw&t=3s>. Acesso em: 26 nov 2020.

O GLOBO. **Mercado da Internet das coisas deve triplicar para US\$ 1,7 trilhões até 2020, afirma IDC**. Disponível em:

<https://oglobo.globo.com/economia/mercado-da-internet-das-coisas-deve-triplicar-para-us-17-trilhoes-ate-2020-afirma-idc-16333772>. Acesso em: 20 jan 2021/

ONU. **População mundial atingiu 7,6 bilhões de habitantes**. Disponível em

<https://news.un.org/pt/story/2017/06/1589091-populacao-mundial-atingiu-76-bilhoes-de-habitantes>. Acesso em: 04 dez 2020.

PEREIRA, Miriam Tomioto; LOPES, Janete Leige; PONTILI, Rosangela Maria.

Renda, escolaridade e gênero dos trabalhadores formais inseridos no setor de serviços de Campo Mourão. In: **II Seminário dos Cursos de Ciências Sociais Aplicadas da Fecilcam**. Campos Mourão: 2016. Disponível em:

http://www.fecilcam.br/anais/vii_enppex/PDF/economia/23-economia.pdf. Acesso em: 28 fev 2021.

PINTO, Andrea S. **O misticismo em tempos incertos**. Disponível em:

https://www.linkedin.com/pulse/o-misticismo-em-tempos-incertos-andrea-s-pinto/?trk=public_profile_article_view. Acesso em: 20 fev 2021.

PORTAL DA REVISTA FORBES. **Marcas mais valiosas no mundo**. Disponível em:

<https://forbes.com.br/listas/2020/07/as-marcas-mais-valiosas-do-mundo-em-2020/>. Acesso em 16 jan 2021.

PRANDI, Reginaldo. **Herdeiras do axé**. São Paulo: Hucitec, 1996.

PROVOST, Foster; FAWCETT, Tom. **Data Science para negócios: o que você precisa saber sobre mineração de dados e pensamento analítico de dados**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.

RAMOS, José Luís; ESPADEIRO, Rui Gonçalo. Os futuros professores e os professores do futuro. In: **Os desafios da introdução ao pensamento computacional na escola, no currículo e na aprendizagem**. 2014. Ebook. Disponível em: <https://eft.educom.pt/index.php/eft/article/view/462> Acesso em: 27 jan 2021.

REBOLLO, Regina Andrés. O legado hipocrático e sua fortuna no período greco-romano: de Cós a Galeno. In: **Scientiae studia**. vol.4 no.1 São Paulo Jan./Mar. 2006. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-31662006000100003 Acesso em: 11 de jan 2021.

REIS, Angela Pintor Dos. **Comunicação e organização empresariais na cibercultura: mudanças na comunicação interna na era da glocalização**. 2010. Dissertação. (Mestrado em Comunicação e Semiótica). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo: São Paulo, 2010. 98 f. A versão eletrônica com texto completo. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/5320> Acesso em: 10 jun 2020.

RAPOSO E SILVA, João Francisco. Reflexões sobre comunicação, visibilidade e organizações na era dos dados. In: **Anais do Congresso Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - ABRAPCORP**. 13, 2019, São Paulo. Disponível em: [http://abrapcorp.org.br/site/manager/arq/\(cod2_22666\)JoaoFranciscoRaposoSilva_G T6_Abrapcorp2019.pdf](http://abrapcorp.org.br/site/manager/arq/(cod2_22666)JoaoFranciscoRaposoSilva_G T6_Abrapcorp2019.pdf). Acesso em: 10 jun 2020.

REZENDE, JM. **À sombra do plátano: crônicas de história da medicina**. São Paulo: Editora Unifesp, 2009. pp. 111-119.

RHODEN, Valmor. **O Ensino Superior de Relações Públicas: formação digital, práticas e desafios na UFSM**. 2013. Tese (Doutorado em Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2013. 331 f. A versão eletrônica com texto completo. Disponível em: <http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/4558> Acesso em: 10 jun 2020.

ROGERS, Yvone; SHARP, Helen; PREECE, Jennifer. **Design de interação: além da interação humano-computador**. Trad. Isabela Gasparini. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.

SAAD CORRÊA, Elizabeth. **SEMINÁRIO COMUNICAÇÃO CONTEMPORÂNEA E AS PRÁTICAS DIGITAS: REFLEXÕES E IMPACTOS NAS ORGANIZAÇÕES**. Porto Alegre: PUCRS, 2020.

SANTOS, Akiko. Complexidade e transdisciplinaridade em educação: cinco princípios para resgatar o elo perdido. In: **Revista Brasileira de Educação**. v. 13 n. 37 jan./abr. 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rbedu/v13n37/07.pdf> Acesso em: 03 fev 2020.

SANTOS, Thaína Saldanha dos. **Softwares educacionais e a formação de professores : as percepções de licenciandos sobre a informática na educação**. 2016. Tese (Doutorado em Ciência da Computação). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2016. 71 f. A versão eletrônica com texto completo. Disponível em: <http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/6937> Acesso em: 10 jun 2020.

SCHNEIDER, Carla. **A interação e o relacionamento nas "Pílulas da Qualidade": um caso de Relações Públicas na internet**. 2008. Dissertação. (Mestrado em Comunicação). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2008. 182 f. A versão eletrônica com texto completo. <http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/4341> Disponível em: Acesso em: 10 jun 2020.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23 ed. São Paulo: CORTEZ, 2007.

SHARDA, Ramesh; DELEN, Dursun; TURBAN, Efraim. **Business Intelligence e análise de dados para gestão do negócio**. Trad. Ronald Saraiva de Menezes. 4ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

SILVA, Claudia Palma da. **As práticas de Relações Públicas na cultura digital: uma análise da narrativa transmídia do Magazine Luiza através da personagem Lu**. 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2015. 140 f. A versão eletrônica com texto completo. Disponível em: <http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/6001> Acesso em: 10 jun 2020.

SILVA, Bruno César. **DASHBOARD DOS ANAIS DOS CONGRESSOS DA ABRAPCORP**. 2020. Disponível em: <https://datastudio.google.com/reporting/d4be7124-21dd-4d90-a606-daa6c7381f99>>

SIMÕES, Roberto Porto; DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk. O mercado oculto de Relações Públicas. In: DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk (Org.) Et al. **Relações Públicas: Construindo relacionamentos estratégicos**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2012. p.13-28.

SIMÕES, Roberto Porto; Rahde, V. L. (2008). Os equívocos no uso do termo Relações Públicas: um título mais extenso que o conteúdo. **Revista FAMECOS**, 10(21), 144-147. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3223> Acesso em: 8 dez 2020.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas: função política**. São Paulo: Summus, 1995.

_____. **Relações Públicas e Micropolítica**. São Paulo: Summus, 2001.

_____. **Informação, inteligência e utopia. Contribuições à teoria de Relações Públicas.** São Paulo: Summus, 2006.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede.** Petrópolis: Editora Vozes, 2008.

SROUR, Robert. O lugar das organizações. In: SROUR, Robert Henry. **Poder, Cultura e Ética nas Organizações.** 3ª Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2012.

STASIAK, Daiana. **Estratégias comunicacionais e práticas de WebRP: o processo de legitimação na sociedade midiaticizada.** 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Santa Maria: Santa Maria, 2009. 229 f. A versão eletrônica com texto completo. Disponível em: [https://repositorio.ufsm.br/handle/1/6291#:~:text=O%20texto%20est%C3%A1%20dividido%20em,o%20receptor%20\(E%2DM%2DR\)%20para%20um](https://repositorio.ufsm.br/handle/1/6291#:~:text=O%20texto%20est%C3%A1%20dividido%20em,o%20receptor%20(E%2DM%2DR)%20para%20um) Acesso em: 10 jun 2020.

STATISTA. **Number of available applications in the Google Play Store from December 2009 to December 2020.** Disponível em <https://www.statista.com/statistics/266210/number-of-available-applications-in-the-google-play-store/>. Acesso em: 14 fev 2021.

TAVARES, Marcelo de Barros. **O caráter educativo da práxis de Relações Públicas: uma leitura humanista da atividade.** 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2018. 138 f. A versão eletrônica com texto completo. Disponível em: <http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/8160> Acesso em: 10 jun 2020.

TECNOBLOG. **A história do ENIAC, o primeiro computador do mundo.** Disponível em <https://tecnoblog.net/56910/eniac-primeiro-computador-do-mundo-completa-65-anos/> Acesso em: 5 out 2020.

TERRA, Carolina Frazon. **Comunicação Corporativa Digital: o futuro das relações públicas na rede.** 2006. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade de São Paulo: São Paulo, 2006. 173 f. A versão eletrônica com texto completo. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-02072007-144237/publico/CarolinaTerra.pdf> Acesso em: 10 jun 2020.

_____. A comunicação bidirecional, direta e instantânea como o padrão dos relacionamentos das Relações Públicas Digitais. In: **Anais do Congresso Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - ABRAPCORP.** 1, 2007, São Paulo. Disponível em: http://www.abrapcorp.org.br/anais2007/trabalhos/gt3/gt3_terra.pdf. Acesso em: 10 jun 2020.

_____. Tudo em tempo real: estamos vivendo a era das Relações Públicas do imediatismo? *In: Anais do Congresso Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - ABRAPCORP*. 9, 2015, Campinas. Disponível em: <http://www.carolterra.com.br/wp-content/uploads/2015/06/Artigo-RP-do-Imediatismo.pdf>. Acesso em: 10 jun 2020.

_____. O algoritmo do Facebook impulsiona estratégias de Relações Públicas Digitais? *In: Anais do Congresso Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - ABRAPCORP*. 12, 2018, Goiania. Disponível em: http://portal.abrapcorp.org.br/wp-content/uploads/2019/02/Anais_Abrapcorp_2018_GPs_ISBN.pdf. Acesso em: 10 jun 2020.

TIC DOMICÍLIOS. **Brasil tem 134 milhões de usuários de internet, aponta pesquisa**. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa>. Acesso em: 7 nov 2020.

TORRES, Tércia Zavaglia Torres; PEREIRA, Nadir Rodrigues; GÂMBARO, Bruno. Comunicação Digital nas redes de pesquisa *In: Anais do Congresso Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - ABRAPCORP*. 6, 2012, São Luís. Disponível em: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:sxpAFcJw1XUJ:www.abrapcorp.org.br/anais2012/trabalhos/MT/MT27.tercia_zavaglia_torres_nadir_rodrigues_pereira_bruno_gambaro.doc+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br. Acesso em: 10 jun 2020.

TRIVINHO, Eugênio. **A dromocracia cibercultural: lógica da vida humana na civilização mediática avançada**. São Paulo: Paulus, 2007.

TSE. **Pesquisa revela que compra de votos ainda é realidade no país**. Disponível em <https://tse.jusbrasil.com.br/noticias/164515520/pesquisa-revela-que-compra-de-votos-ainda-e-realidade-no-pais>. Acesso em: 28 dez 2020.

UOL NOTÍCIAS. **Claro anuncia lançamento de novos serviços avançados de dados**. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultnot/2004/08/02/ult29u35312.jhtm>. Acesso em 29 dez 2020.

VERGILI, Rafael. **Relações Públicas: mercado e redes sociais**. São Paulo: Summus Editorial, 2014. Ebook Kindle: Disponível em: https://www.amazon.com.br/Rela%C3%A7%C3%B5es-P%C3%ABlicas-Mercado-Redes-Sociais/dp/853230947X/ref=sr_1_1?__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=Rela%C3%A7%C3%B5es+P%C3%ABlicas%3A+mercado+e+redes+sociais.&qid=1614752687&sr=8-1 Acesso em: ago 2020.

_____. **Literacias digitais nos cursos de Graduação em Relações Públicas: disciplinas de tecnologia nas matrizes curriculares de universidades brasileiras.** 2017. 511 f. Tese (Doutorado em Comunicação). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017. A versão eletrônica com texto completo. <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-31052017-115431/pt-br.php>
Disponível em: Acesso em: 10 jun 2020.

WAGNER, Adriano. **Modelos de diagnóstico e análise de performance organizacional baseado nos preceitos da gestão de design.** 2018. 292 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2018. A versão eletrônica com texto completo. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/191142/PEPS5701-T.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>. Acesso em: 10 jun 2020.

YOUNG, P. **The nature of information.** Nova York: Praeger, 1987.

APÉNDICES

APÊNDICE A

Dashboard do BDRP para o período de 2013 a 2019



GPEPcom -
Grupo de Pesquisa Ensino e Prática de
Comunicação
PPGCOM - PUCRS

Banco de dados da produção acadêmica em

relações públicas

stricto sensu / 2013 - 2019

Brasil, 2020

APRESENTAÇÃO

Sobre o GPEPcom

O GPEPcom reúne **pesquisadores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social – PPGCOM**, em nível de doutorado e mestrado, na Escola de Comunicação, Artes e Design – FAMECOS, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS, e tem como objetivo geral apropriar-se dos **princípios teóricos-metodológicos para o ensino e a pesquisa em Comunicação**, envolvendo **práticas acadêmicas e profissionais**.

Sobre o Banco de Dados

O grupo de pesquisa tem uma trajetória de **investigações em temáticas que envolvem o ensino e as práticas de Relações Públicas**. No atual momento, o interesse do GP está na produção acadêmica representada por pesquisas desenvolvidas **em teses de doutorado e em dissertações de mestrado**, identificadas com a área, defendidas nas últimas duas décadas. A demanda emerge dos questionamentos e debates que acompanham os membros do grupo de pesquisa, desde 2018. O objetivo do presente projeto é construir um banco de dados com a produção acadêmica existente, sendo sua elaboração direcionada pela seguinte questão: **quais enfoques e correntes teóricas são ou foram predominantes no ensino e na prática de Relações Públicas no Brasil?**

Sobre os pesquisadores

Bruno César Silva – Relações-públicas e Mestrando em Comunicação Social

Liliane Fraga da Silva - Bacharel em Relações Públicas e Mestranda em Comunicação Social

Marcelo de Barros Tavares – Relações-públicas, Mestre e Doutorando em Comunicação Social

Manuella Noschang Lopes da Silva – Bacharel em Relações Públicas e Mestranda em Comunicação Social

Scarlet Alencastro Vanin Dutra de Souza – Relações-públicas e Mestranda em Comunicação Social

Coordenação e orientação:

Prof^a Dr^a Cláudia Peixoto de Moura

Sobre a busca

Fonte: Plataforma Sucupira, disponibilizada pela CAPES

Período: dos anos 2010 a 2020

Etapa 1 (desenvolvida em 2019): busca da produção acadêmica dos anos de 2013 a 2018;

Etapa 2 (desenvolvida em 2020): busca da produção acadêmica do ano de 2019;

Etapa 3 (em desenvolvimento 2020/2021): busca da produção acadêmica dos anos 2010 a 2012 e do ano de 2020, assim como a inclusão das estratégias metodológicas do intervalo total (2010-2020);

Critérios de busca:

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas

Área: Comunicação

Sub-área: "Relações Públicas" - com o termo existente nos títulos, ou nas palavras-chave, ou nos resumos.

Selecione o ano de defesa

Selecione a IES

Total de pesquisas defendidas no período

73

dissertação de mestrado

55

tese de doutorado

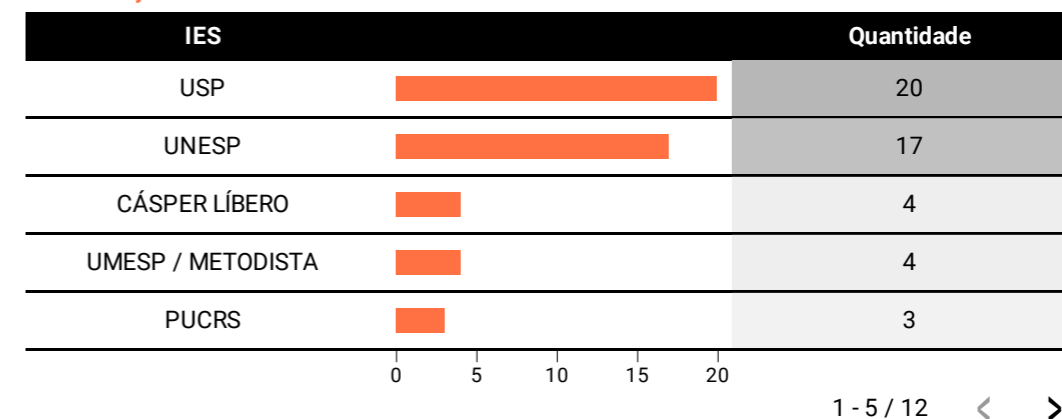
18

Instituições de Ensino Superior e os PPGs vinculados às produções acadêmicas

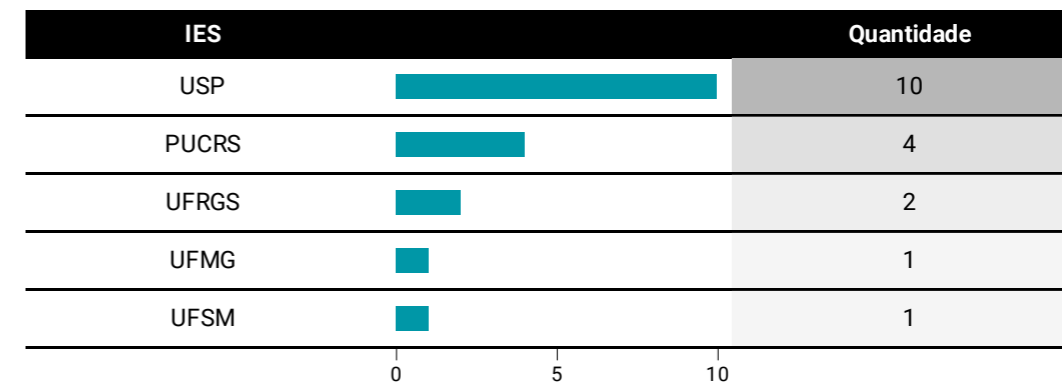
IES	Nome do PPG	Quantidade de pesquisas realizadas
USP	Ciências da Comunicação	30
UNESP	Comunicação	17
PUCRS	Comunicação Social	7
CÁSPER LÍBERO	Comunicação	4

1 - 5 / 13 < >

Produção acadêmica em nível de Dissertação de Mestrado



Produção acadêmica em nível de Tese de Doutorado



Selecione o ano de defesa

Selecione o nível acadêmico

Selecione o(a) professor(a) o...

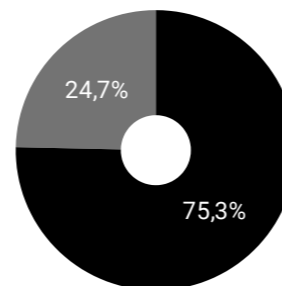
Selecione a IES

Professores orientadores e os trabalhos orientados no período

Professores(as) orientadores(as)	Quantidade de trabalhos orientados
Dr ^a Roseane Andrelo	9
Dr ^a Maria Aparecida Ferrari	8
Dr ^o Paulo Roberto Nassar de Oliveira	8
Dr ^a Cláudia Peixoto de Moura	6
Dr ^o Luiz Alberto Beserra de Farias	6

1 - 5 / 34 < >

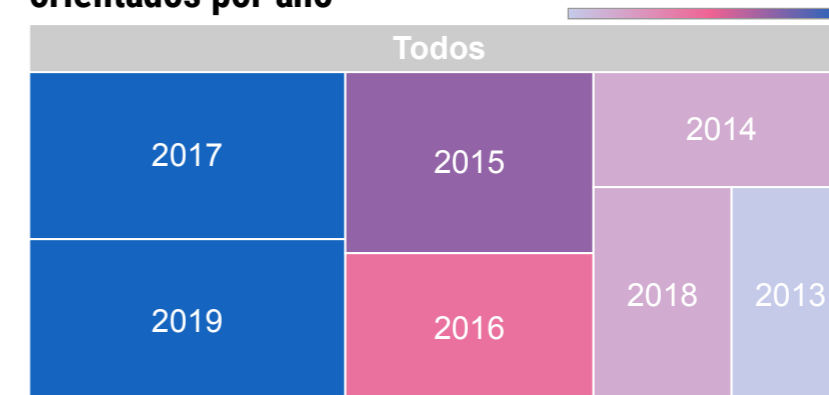
Porcentagem de trabalhos orientados por professor(a) no período



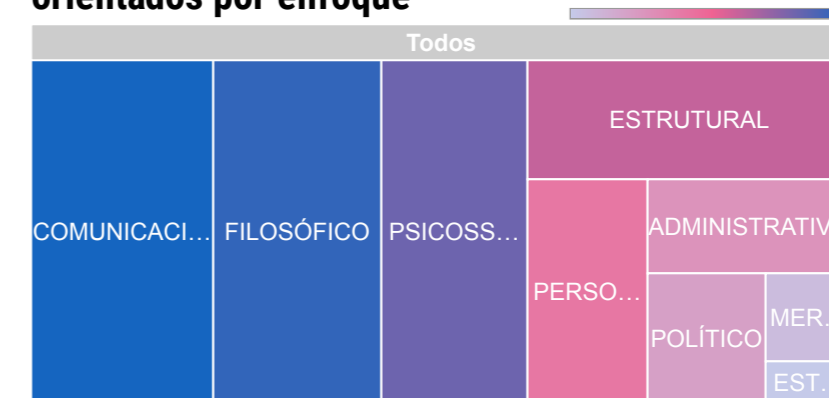
	Professores(as) orientadores(as)	Título dos trabalhos orientados	Nível Acadêmico
1.	Dr ^o Murilo César Soares	Os eventos como estratégia de comunicação em movimentos sociais: um estudo de caso sobre a Parada da Diversidade de Bauru	Mestrado
2.	Dr ^a Simonetta Persichetti	'Voz do Brasil': proposta de jornalismo de interesse do cidadão que virou peça de Relações Públicas do Governo	Mestrado
3.	Dr ^a Cláudia Peixoto de Moura	O ensino superior de Relações Públicas: formação digital, práticas e desafios na UFSM	Doutorado

1 - 5 / 73 < >

Quantidade de trabalhos orientados por ano



Quantidade de trabalhos orientados por enfoque



Selecione o ano de defesa ▼

Selecione o nível acadêmico ▼

Selecione o(a) professor(a) orientador(a) ▼

Selecione o (a) autor(a) ▼

Busque por palavra ou palavras-chave ▼

Busque por um termo no título*
 Igual a ▼

Busque por um termo no resumo*
 Igual a ▼

Documentos localizados
73

Documentos localizados
73

Título	Ano	Autor	Resumo	Link de acesso
1. Os eventos como estratégia de comunicação em movimentos sociais: um estudo de caso sobre a Parada da Diversidade de Bauru	2013	MORAES, Elaine Cristina Gomes de	Este estudo tem como tema o papel dos eventos em movimentos sociais e, nesta perspectiva, analisou sua importância como estratégia de comunicação nas lutas da cidadania. Como corpus de análise, foi realizada uma pesquisa sobre a 5ª Parada da Diversidade de Bauru, evento realizado anualmente pela Associação Bauru pela Diversidade (ABD). O objetivo do trabalho foi analisar como o evento representa as lutas do movimento, considerando o caráter espetacular e festivo inerente às paradas. Para isso, foi desenvolvido um estudo de caso, com a utilização de três métodos distintos: observação sistemática presencial, para que pudéssemos identificar os principais aspectos que sobressaíram no evento; análise das matérias jornalísticas impressas, para compreender como esses jornais representaram a Parada; e entrevistas com os organizadores, para compreender os propósitos da mobilização. Para isso, foram estabelecidas quatro categorias de análise: espetáculo, festa, argumentação e organização. Os resultados obtidos com cada um dos métodos contribuíram para responder as questões de pesquisa que nortearam este trabalho e, em seguida, foram comparados por meio de uma triangulação para identificar se houve uma convergência de evidências para se responder ao problema de pesquisa proposto. Diante disso, identificamos que há uma convergência parcial de evidências, uma vez que os organizadores ressaltaram os propósitos da mobilização, enquanto os jornais impressos enfatizaram os aspectos espetacular e festivo da parada. A observação sistemática presencial, por sua vez, nos permitiu inferir que o impacto visual promovido pelo espetáculo e pela participação do público se sobrepõe aos propósitos da mobilização, que ficam restritos a alguns momentos.	https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=107921

* O termo deve ser digitado em caixa baixa e com a grafia correta, inclusive com o uso de acentos.

Selecione o ano de defesa

Selecione o nível acadêmico

Selecione o(a) autor(a)

Selecione o enfoque teórico

Ano de defesa	Nível Acadêmico	Palavras-chave	Autor	Professor(a) orientador(a)	Enfoques	IES	Link de acesso
1. 2019	Mestrado	Ensino superior; Espaços de ensino-aprendizagem; Formação publicitária; Práticas pedagógicas; Publicidade e Propaganda	ZACHI, Barbara Doro	Drª Sandra Maria Ribeiro de Souza	PERSONALÍSTICO	USP	https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-08012020-161711/pt-br.php
2. 2019	Doutorado	Comunicação Organizacional; Saber; Prática discursiva; Análise arqueológica; Epistemologia	GENEROSO, Isaura Mourão	Drº Rudimar Baldissera	ADMINISTRATIVO	UFRGS	https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=7780211
3. 2019	Mestrado	Mídia-educação; Comunicação; Educação Intercultural; Agronegócio; Interculturalidade	LIMA, Isabella Pinto de Barros	Drª Roseane Andrelo	ADMINISTRATIVO	UNESP	https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=7774762
4. 2019	Mestrado	Resposta Social; Comunicação Organizacional; Diversidade; Mídias Sociais; Discurso; C&A	OLIVEIRA, Anne Cristine Ferraz de	Drª Roseane Andrelo	ADMINISTRATIVO	UNESP	https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=7753718
5. 2019	Mestrado	Rio Media Center; Jogos Olímpicos; Citybranding; Megavento; Marca	MOREIRA, Adriana Guimaraes	Drº Ricardo Ferreira Freitas	COMUNICACIONAL	UERJ	https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=7846872
6. 2019	Mestrado	Comunicação Intercultural; Interculturalidade; Treinamento Intercultural; Competências Interculturais	GOMES, Alana Carolina	Drª Raquel Cabral	FILOSÓFICO	UNESP	https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=7753915
7. 2019	Doutorado	Comunicação; Relações públicas; Opinião pública; Produção literária; Produção acadêmica	BECKER, Gustavo Eugenio Hasse	Drª Cláudia Peixoto de Moura	PSICOSSOCIOLÓGICO	PUCRS	https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=7950869
8. 2019	Mestrado	Jornalismo para a paz; Refugiados; Síria; Miêlênia	SALHANI, Jorge Antonio Salgado	Drª Raquel Cabral	FILOSÓFICO	UNESP	https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=7950869

Se precisar, fale conosco

gpepcom@gmail.com

Esta versão foi
atualizada em
01/12/2020, pela equipe
do GPEPcom

GPEPcom -
Grupo de Pesquisa Ensino e Prática de
Comunicação
PPGCOM - PUCRS

Banco de dados da produção acadêmica em

**relações
públicas**

stricto sensu / 2013 - 2019

Brasil, 2020

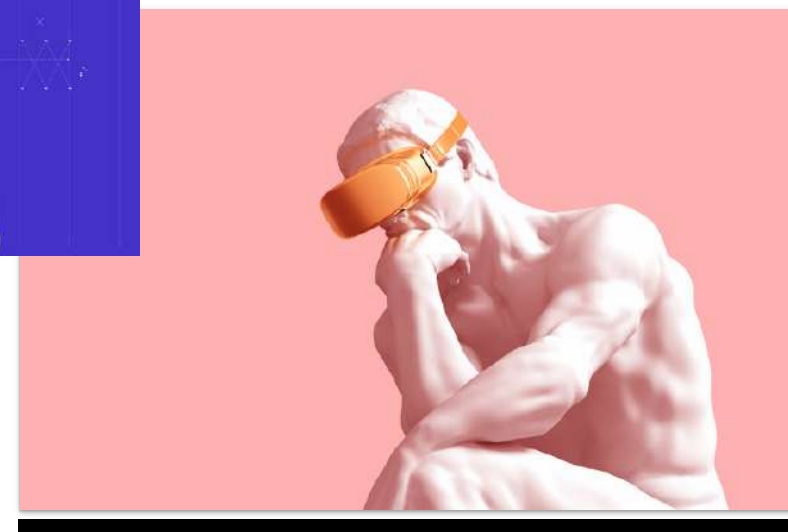
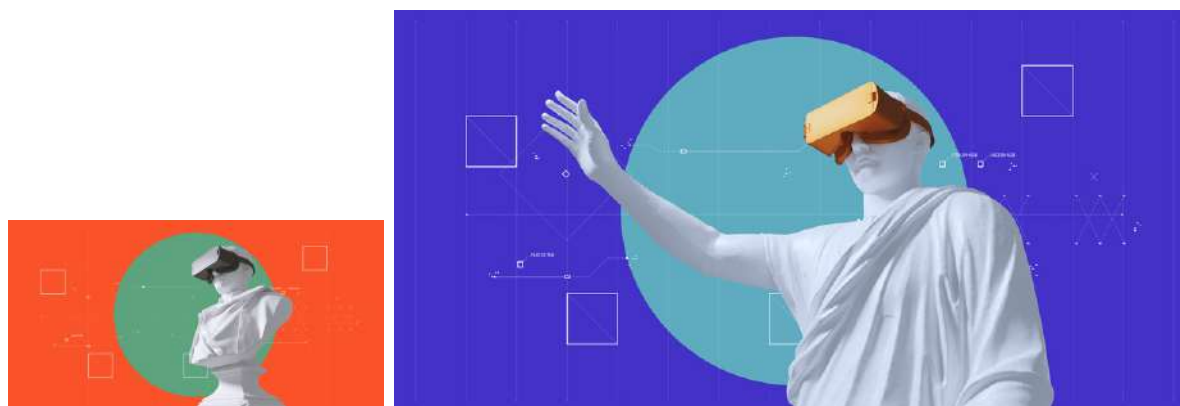
APÊNDICE B

Memória do atual GT de Comunicação digital, Inovação e Tecnologias

Edições do Congresso:	2007 a 2010		2011	2012	2013	2014 a 2018				2019
Tipo de atividade:	Grupos Temáticos		Mesa Temática	Mesa Temática	Mesa Temática	Grupo de Pesquisa				Grupo de Trabalho
Nome da atividade:	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações		Comunicação organizacional sob o impacto das mídias digitais e das redes sociais	Comunicação digital, novas tecnologias e mídias sociais	Comunicação, Tecnologia e Organizações	Comunicação, Inovação e Tecnologia	Comunicação, Inovação e Tecnologias		Comunicação, Inovação e Tecnologia	Comunicação digital, Inovação e Tecnologia
Período/edição de utilização da ementa e da coordenação da atividade:	2007 e 2008	2009 e 2010	2011	2012	2013	2014	2015 e 2016	2017	2018	2019
Coordenação:	Profª Drª. Elisabeth Corrêa Saad		Profª Drª Eugênia Mariano da Rocha Barichello	Profª Drª Ana Lúcia Coelho Romero Novelli		Não dá dados		Profª Drª Tiago Mainieri de Oliveira	Profª. Drª. Carolina Terra (Recuperado através da ferramenta WebArchive, pois o portal oficial encontra-se indisponível)	Profª. Drª. Carolina Terra
Ementa:	Não constam os dados sobre a ementa no portal oficial do Congresso e nem nos Anais. Portanto: Não há dados	Enfoca os estudos e as práticas que tratam do uso das ferramentas, tecnologias e sistemas digitais de informação e comunicação aplicados aos diferentes processos de comunicação em ambientes organizacionais. Propõe-se a discutir temas transversais que correlacionam os principais conceitos da comunicação digital - como interatividade, hipermedialidade e multimedialidade, ações de mídia social, propaganda interativa - com os processos de comunicação vigentes nos ambientes das organizações. Acolhe trabalhos fruto de reflexão teórica, artigos, ensaios, estudos de caso, estudos comparativos e análises de tendências. São aceitas comunicações resultantes de pesquisa em andamento ou concluídas, baseadas em metodologias de pesquisa científica.	Não constam os dados sobre a ementa no portal oficial do Congresso e nem nos Anais. Portanto: Não há dados	Não constam os dados sobre a ementa no portal oficial do Congresso e nem nos Anais. Portanto: Não há dados	O portal oficial do Congresso encontra-se indisponível para acesso. Desta forma, recorreu-se a ferramenta WebArchive para visualizar os dados disponíveis no portal. Entretanto nenhuma das informações foi localizada, nem mesmo nos Anais do Congresso. Portanto: Não há dados	(Recuperado através da ferramenta WebArchive, pois o portal oficial encontra-se indisponível)	O portal oficial do Congresso encontra-se indisponível para acesso e, nem mesmo são apresentados os links de acesso para a tentativa de busca da memória visual do portal através da ferramenta WebArchive. Portanto: Não há dados	Não constam os dados sobre a ementa no portal oficial do Congresso e nem nos Anais. Portanto: Não há dados	O portal oficial do Congresso encontra-se indisponível para acesso. Desta forma, recorreu-se a ferramenta WebArchive para visualizar os dados disponíveis no portal. Através da ferramenta foi possível a visualização, entretanto não foi localizada a ementa, nem mesmo nos Anais do Congresso. Portanto: Não há dados	Teorizações, pesquisas, práticas e metodologias de Comunicação Organizacional e Relações Públicas no âmbito digital. As possibilidades de comunicação a partir de diferentes plataformas de tecnologias de informação e comunicação (TICs) e de seus impactos no processo de gestão e relacionamento nos ambientes organizacionais. Inovações tecnológicas e formas dinâmicas de expressão e comunicação nas organizações. Produção e gestão do conhecimento nas organizações e o papel da comunicação no processo de inovação. Estratégias, políticas e aplicações de comunicação e RP digitais no contexto das organizações. Redes e mídias sociais. A comunicação organizacional contemporânea, seus novos atores sociais e formas de relação com as marcas. Estudo dos influenciadores digitais e das novas tendências relacionadas à apropriação tecnológica na comunicação organizacional e nos relacionamentos com seus públicos.

APÊNDICE C

Dashboard dos Anais dos Congressos da ABRAPCORP



Dashboard dos Anais dos Congressos da
ABRAPCORP

DADOS DE 2007 A 2019
// GT de Comunicação digital, Inovação e Tecnologias

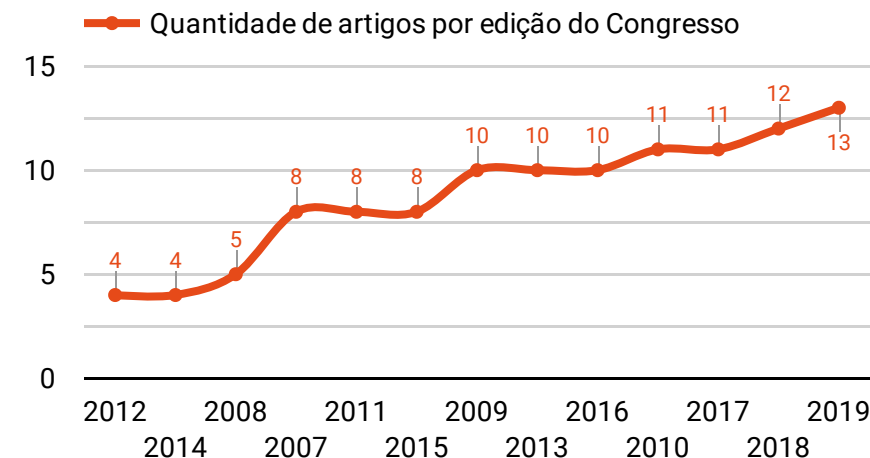
Ano de realização do Congresso

Palavras-chave

Autor

Total de artigos apresentados no período

114



Autores

ranqueados a partir da quantidade de trabalhos

O total de trabalhos de cada autor, incluindo as produções coletivas

Selecione o autor

114

Autoria individual	Total de artigos
1. Carolina Frazon Terra	12
2. Elisangela Lasta	3
3. Bianca Marder Dreyer	3
4. Dulce Margareth Boarini	2
5. Daiana Stasiak	2

1 - 5 / 62 < >

Autoria coletiva	Total de artigos
1. Alessandra de Castilho, Mariella Batarra Mian	1
2. Alessandra de Figueredo Porto, Leonardo José Barreto de Mattos Amato	1
3. André Luiz Dias de França, Josilene Ribeiro de Oliveira, Felipe Franklin Anacleto da Costa; Karen Cristina Rodrigues, Soares, Maria Maysa Romão Bezerra, Tairine Vieira Ferraz, Gustavo David Araújo Freire	1
4. Angela Lovato Dellazzana, Taís Steffenello Ghisleni	1
5. Angela Lovato Dellazzana, Thaís Steffenello Ghisleni, Vanessa	1

1 - 5 / 35 < >

Ano de realização do Congresso ▾

Autor ▾

Pesquisar por palavras-chave ▾

Pesquisar no título

Igual a ▾

Insira um valor

Título	Autor	Palavras-chave	Ano
Aplicação de Recursos Tecnológicos para Criação e Manutenção de Relacionamentos da Organização com os seus Públicos	Zilda Aparecida Freitas de Andrade	internet, recursos tecnológicos, relacionamentos, planejamento.	2007
As formas digitais do social e os novos dinamismos da sociabilidade contemporânea	Massimo Di Felice	Não há dados	2007
Ferramentas de Comunicação Organizacional na Era das Mídias Digitais	Monica F. Carniello, Luis F. Zulietti	mídias digitais, comunicação, consumidor, ferramentas de comunicação	2007
Comunicação instantânea: uma nova prática sociocultural no contexto organizacional	Vivian Beatriz Temp, Karla Maria Müller	processo de comunicação, tecnologia, comunicação instantânea, organização, cultura	2007
Midiametria : Análise do Desempenho de uma Organização na Mídia com Metodologias e Softwares Bibliométricos	Roberto Penteado, Ubiraci Gomes, Henrique Vilches, Robinson Cipriano, Wilson Fonseca Junior, Luc Quoniam, Eric Boutin	análise de clipping, midiametria, análise da mídia, mineração de textos, mineração de dados	2007
A comunicação bidirecional, direta e instantânea como o padrão dos relacionamentos das Relações Públicas Digitais	Carolina Frazon Terra	comunicação digital, comunicação bidirecional, comunicação organizacional, relações públicas, comunicação corporativa digital	2007
Os sites das emissoras do sistema brasileiro de comunicação à luz de uma proposta de análise da comunicação organizacional virtual	Helenice Carvalho	economia política da comunicação, comunicação organizacional virtual, sítios de tv aberta	2007
Da monografia à web: a interação por um clique - Proposta de criação de site para o curso de Gestão de Processos Comunicacionais (ECA-USP)	Cláudia Maria M. Bredarioli	gestão, comunicação, internet, pós-graduação, educação a distância	2007
Internet, Relações Públicas e estratégias de legitimação institucional	Daiana Stasiak, Eugenia Mariano da Rocha Barichello	relações públicas, estratégias de comunicação, internet, legitimação institucional	2008
Relações Públicas e o uso do personagem virtual como estratégia de aproximação com os públicos	Carla Schneider	relações públicas, públicos, personagens virtuais, mídia digital interação	2008

palavras-chave
digital/digitais

total de artigos localizados

32

Autores que fazem uso das palavras-chave em seus artigos	Total de artigos por autor ▾
Carolina Frazon Terra	7
Bianca Marder Dreyer	2
Elisangela Lasta	2
Monica F. Carniello, Luis F. Z...	1
Carla Schneider	1
	1 - 5 / 24 < >

Artigos dos quais se identifica o uso das palavras-chave	Autor(es)	Ano
Ferramentas de Comunicação Organizacional na Era das Mídias Digitais	Monica F. Carniello, Luis F. Zulletti	2007
A comunicação bidirecional, direta e instantânea como o padrão dos relacionamentos das Relações Públicas Digitais	Carolina Frazon Terra	2007
Relações Públicas e o uso do personagem virtual como estratégia de aproximação com os públicos de interesse institucional	Carla Schneider	2008
Blogs de empresas: a bola da vez da comunicação corporativa digital?	Carolina Frazon Terra	2008
Desafios e oportunidades para as marcas no contexto da era digital: a campanha de Barack Obama como referência	Lívia Lancia Noronha Bellato	2009
Visibilidade mediática no processo de interação da comunicação organizacional na economia digitalizada	Lucio Flavio Franco	2009
Transdisciplinaridade: um estudo de caso do portal Nós da Comunicação	Cristina Mello, Flavia Galindo	2009
A Implantação de um Projeto de Gestão de Comunicação e Conteúdo Digital na Faculdade Cásper Líbero	Daniela Osvald Ramos	2010
Comunicação Digital inserida na Comunicação Organizacional: uma abordagem a partir do Paradigma Relacional no Portal Copa 2014	Ana Isaía Barreto	2010
A TV digital e uma dúvida no ar: qual a percepção dos jovens da classe C de Porto Alegre em relação ao novo sistema?	Belisa Zoehler Giorgis	2010

palavras-chave
prognóstico;
dados;
big data;
pensamento
computacional;
algoritmo;
LGPD.

total de artigos localizados

5

Autores que fazem uso das palavras-chave em seus artigos	Total de artigos por autor ▾
Dulce Margareth Boarini	2
Roberto Penteado, Ubiraci G...	1
Carolina Frazon Terra	1
Joao Francisco Raposo E Sil...	1

1 - 4 / 4 < >

Artigos dos quais se identifica o uso das palavras-chave	Autor(es)	Ano
Midiametria : Análise do Desempenho de uma Organização na Mídia com Metodologias e Softwares Bibliométricos	Roberto Penteado, Ubiraci Gomes, Henrique Vilches, Robinson Cipriano, Wilson Fonseca Junior, Luc Quoniam, Eric Boutin	2007
O algoritmo do Facebook impulsiona estratégias de Relações Públicas Digitais?	Carolina Frazon Terra	2018
Big data e inteligência artificial são a nova onda disruptiva a desafiar os profissionais	Dulce Margareth Boarini	2018
Big Data e Inteligência Artificial - Aliados na Detecção de Oportunidades e Crises	Dulce Margareth Boarini	2019
Reflexões sobre comunicação, visibilidade e organizações na era dos dados	Joao Francisco Raposo E Silva	2019

1 - 5 / 5 < >

palavras-chave
**tecnologia;
tecnologias;
tecnológicos.**

total de artigos localizados
8

Autores que fazem uso das palavras-chave em seus artigos	Total de artigos por autor ▾
Zilda Aparecida Freitas de A...	1
Vivian Beatriz Temp, Karla M...	1
Candice Habeyche	1
Angela Lovato Dellazzana, T...	1
Enói Dagô Liedke	1
	1 - 5 / 8 < >

Artigos dos quais se identifica o uso das palavras-chave	Autor(es)	Ano
Aplicação de Recursos Tecnológicos para Criação e Manutenção de Relacionamentos da Organização com os seus Públicos	Zilda Aparecida Freitas de Andrade	2007
Comunicação instantânea: uma nova prática sociocultural no contexto organizacional	Vivian Beatriz Temp, Karla Maria Müller	2007
Os blogs educacionais - um estudo preliminar	Candice Habeyche	2009
Comunicação organizacional on-line: perfil do Centro Universitário Franciscano	Angela Lovato Dellazzana, Taís Steffenello Ghisleni	2009
As tecnologias de informação e comunicação e o público essencial - tendências detectadas	Enói Dagô Liedke	2010
As implicações das mídias sociais na comunicação organizacional	Tiago Mainieri, Eva Ribeiro	2011
Comunicação Digital nas redes de pesquisa	Tércia Zavaglia Torres, Nadir Rodrigues Pereira, Bruno Gâmbaro	2012
A dinâmica relacional tecnológica das organizações por meio da materialização da retórica nos ambientes digitais	Elisangela Lasta	2018

palavras-chave
**inovação;
inovações;**

total de artigos localizados
3

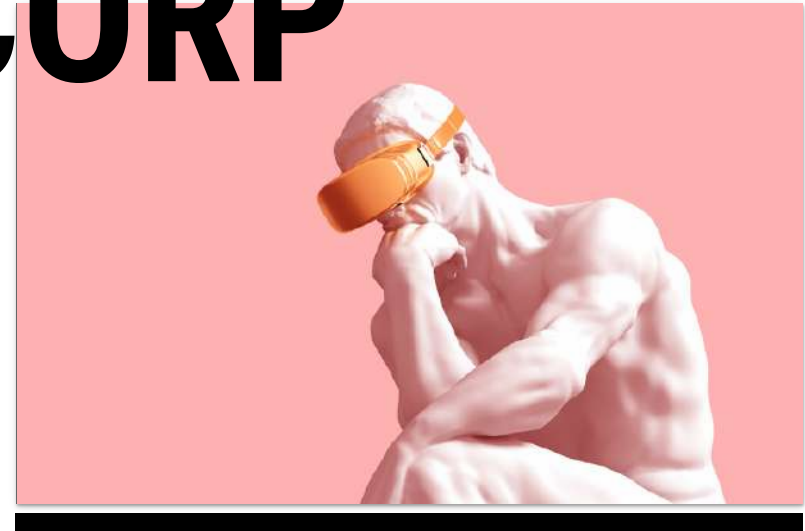
Autores que fazem uso das palavras-chave em seus artigos	Total de artigos por autor ▾
Roseane Andrelo, Célia Mari...	1
Leila Gasparindo	1
Luciano Nunes Suminski	1

1 - 3 / 3 < >

Artigos dos quais se identifica o uso das palavras-chave	Autor(es)	Ano
A comunicação organizacional como elemento constitutivo do processo de inovação nas organizações	Roseane Andrelo, Célia Maria Retz Godoy dos Santos, Maria Eugênicia Porém	2014
A gestão da comunicação no estímulo a cultura de inovação nas empresas brasileiras da indústria criativa	Leila Gasparindo	2016
Mensuração de resultados em comunicação na inovação: humanização e sustentabilidade	Luciano Nunes Suminski	2018

1 - 3 / 3 < >

Dashboard dos Anais dos Congressos da
ABRAPCORP



**SEUS DADOS SÃO UTILIZADOS NESTE RELATÓRIO
POIS ESTÃO DISPONÍVEIS PUBLICAMENTE NO PORTAL DA ABRAPCORP.**

Caso haja necessidade de contato,
o mesmo pode ser realizado através do e-mail::
contatodobrunocesar@gmail.com.br

// GT de Comunicação digital, Inovação e Tecnologias

APÊNDICE D

Banco de dados dos artigos dos Anais da ABRAPCORP em Excel

Edição do Congresso	Ano	Tipo de atividade	Nome da atividade	Título do artigo	Autor	Palavras-chave
I ABRAPCORP	2007	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Aplicação de Recursos Tecnológicos para Criação e Manutenção de Relacionamentos da Organização com os seus Públicos	Zilda Aparecida Freitas de Andrade	internet, recursos tecnológicos, relacionamentos, planejamento.
I ABRAPCORP	2007	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	As formas digitais do social e os novos dinamismos da sociabilidade contemporânea	Massimo Di Felice	
I ABRAPCORP	2007	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Ferramentas de Comunicação Organizacional na Era das Mídias Digitais	Monica F. Carniello, Luis F. Zulietti	mídias digitais, comunicação, consumidor, ferramentas de comunicação
I ABRAPCORP	2007	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Comunicação instantânea: uma nova prática sociocultural no contexto organizacional	Vivian Beatriz Temp, Karla Maria Müller	processo de comunicação, tecnologia, comunicação instantânea, organização, cultura
I ABRAPCORP	2007	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Midiometria : Análise do Desempenho de uma Organização na Mídia com Metodologias e Softwares Bibliométricos	Roberto Penteado, Ubiraci Gomes, Henrique Vilches, Robinson Cipriano, Wilson Fonseca Junior, Luc Quoniam, Eric Boutin	análise de clipping, midiometria, análise da mídia, mineração de textos, mineração de dados
I ABRAPCORP	2007	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	A comunicação bidirecional, direta e instantânea como o padrão dos relacionamentos das Relações Públicas Digitais	Carolina Frazon Terra	comunicação digital, comunicação bidirecional, comunicação organizacional, relações públicas, comunicação corporativa digital
I ABRAPCORP	2007	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Os sites das emissoras do sistema brasileiro de comunicação à luz de uma proposta de análise da comunicação organizacional virtual	Helenice Carvalho	economia política da comunicação, comunicação organizacional virtual, sítios de tv aberta
I ABRAPCORP	2007	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Da monografia à web: a interação por um clique - Proposta de criação de site para o curso de Gestão de Processos Comunicacionais (ECA-USP)	Cláudia Maria M. Bredarioli	gestão, comunicação, internet, pós-graduação, educação a distância
II ABRAPCORP	2008	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Internet, Relações Públicas e estratégias de legitimação institucional	Daiana Stasiak, Eugenia Mariano da Rocha Barichello	relações públicas, estratégias de comunicação, internet, legitimação institucional
II ABRAPCORP	2008	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Relações Públicas e o uso do personagem virtual como estratégia de aproximação com os públicos de interesse institucional	Carla Schneider	relações públicas, públicos, personagens virtuais, mídia digital, interação
II ABRAPCORP	2008	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Blogs de empresas: a bola da vez da comunicação corporativa digital?	Carolina Frazon Terra	blogs, comunicação digital, relações públicas, comunicação organizacional
II ABRAPCORP	2008	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Conteúdo na web: desafios na construção de site para organização pública municipal	Sonia Virgínia Moreira, Maria das Graças Costa Cruz Louzada	blogs, internet, conteúdo, informação, conhecimento, site organizacional
II ABRAPCORP	2008	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	E-administração e Relações Públicas: tecnologias da comunicação ao serviço dos cidadãos	Ana Almansa Martinez	relações públicas, e-administração, comunicação

Edição do Congresso	Ano	Tipo de atividade	Nome da atividade	Título do artigo	Autor	Palavras-chave
III ABRAPCORP	2009	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Os blogs educacionais - um estudo preliminar	Candice Habeyche	educação, novas tecnologias, blogs, comunicação
III ABRAPCORP	2009	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	A sociedade em rede e a segunda geração da internet: reflexões para o campo da comunicação organizacional	Carina Ferreira Gomes Rufino	sociedade em rede, comunicação organizacional, internet, interatividade
III ABRAPCORP	2009	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Usuário-mídia: O quinto poder. Um estudo sobre as influências do internauta na comunicação organizacional	Carolina Frazon Terra	comunicação organizacional, relações públicas, redes sociais online, usuário-mídia, quinto poder
III ABRAPCORP	2009	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Comunicação organizacional on-line: perfil do Centro Universitário Franciscano	Angela Lovato Dellazzana, Taís Steffanello Ghisleni	comunicação organizacional, novas tecnologias, complexidade
III ABRAPCORP	2009	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Carnaval, Internet e estratégias organizativas: O surgimento da liga das escolas de samba virtuais e seus desfiles	José Mauricio C. Moreira da Silva	carnaval, internet, comunicação, organizações virtuais
III ABRAPCORP	2009	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Desafios e oportunidades para as marcas no contexto da era digital: a campanha de Barack Obama como referência	Lívia Lancia Noronha Bellato	era digital, marcas, estratégia de comunicação
III ABRAPCORP	2009	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Visibilidade mediática no processo de interação da comunicação organizacional na economia digitalizada	Lucio Flavio Franco	visibilidade mediática, comunicação organizacional, economia digitalizada
III ABRAPCORP	2009	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Transdisciplinaridade: um estudo de caso do portal Nós da Comunicação	Cristina Mello, Flavia Galindo	comunicação corporativa, transdisciplinaridade, comunicação digital
III ABRAPCORP	2009	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Intranet 2.0: proposição de jornalismo participativo na Embrapa	Joanicy Maria Brito Gonçalves de Sousa, Ana Valéria M. Mendonça	intranet, comunicação interna, gestão do conhecimento, webjornalismo participativo
III ABRAPCORP	2009	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Interações comunicacionais no contexto organizacional: As novas mídias no processo de trabalho de call centers	Valéria Raimundo	comunicação organizacional, novas mídias, interações comunicacionais, processo de trabalho
IV ABRAPCORP	2010	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	As tecnologias de informação e comunicação e o público essencial - tendências detectadas	Enoi Dagô Liedke	comunicação organizacional, público essencial, tecnologias de informação e comunicação
IV ABRAPCORP	2010	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	A Implantação de um Projeto de Gestão de Comunicação e Conteúdo Digital na Faculdade Cásper Líbero	Daniela Osvald Ramos	Faculdade Cásper Líbero, gestão, gerente de projetos, internet, conteúdos digitais
IV ABRAPCORP	2010	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Os paradoxos nas interações comunicacionais em centrais de relacionamento sob viés de líderes de equipes	Valéria de Fátima Raymundo	autonomia, participação, diálogo, flexibilidade, novas mídias

Edição do Congresso	Ano	Tipo de atividade	Nome da atividade	Título do artigo	Autor	Palavras-chave
IV ABRAPCORP	2010	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Comunicação Digital inserida na Comunicação Organizacional: uma abordagem a partir do Paradigma Relacional no Portal Copa 2014	Ana Isaia Barreto	comunicação digital, comunicação organizacional, paradigma relacional, espetacularização, portal - Copa 2014
IV ABRAPCORP	2010	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	A TV digital e uma dúvida no ar: qual a percepção dos jovens da classe C de Porto Alegre em relação ao novo sistema?	Belisa Zoehler Giorgis	tv digital, jovens, relações públicas, classe c
IV ABRAPCORP	2010	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Espaço ciber: os blogs são entre-lugares ou não-lugares?	Candice Campos Habeiche	entre-lugar, não-lugar, blogs, sujeitos
IV ABRAPCORP	2010	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	CMC e colaboração: a Web20 como possibilidade para alcançar a co-responsabilidade	Rafael Figueiredo Cruz e Silva	comunicação, interação mediada por computador, web 2.0, colaboração, co-responsabilidade
IV ABRAPCORP	2010	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Web 2.0: a Cauda Longa da Agenda Setting	Silvana Maria Sandini	web 2.0, cauda longa, agenda setting, comunicação na web
IV ABRAPCORP	2010	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Comunicação organizacional virtual: o uso de redes sociais pelos cursos de comunicação social	Angela Lovato Dellazzana, Thaís Steffenello Ghisleni, Vanessa Nascimento Schleder	redes sociais, universidades, comunicação organizacional
IV ABRAPCORP	2010	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Grandes corporações nas redes sociais on-line: um estudo sobre a presença das organizações nas mídias	Carolina Frazon Terra	comunicação organizacional, mídias sociais, redes sociais on-line, comunicação organizacional digital
IV ABRAPCORP	2010	Grupos Temáticos	Comunicação digital, inovações tecnológicas e os impactos nas organizações	Redes sociais corporativas: a possibilidade de geração de conteúdo pelo consumidor no ambiente virtual	Helenice Carvalho, Cinara Moura, Mariana Oliveira	comunicação empresarial, redes sociais virtuais, produção de conteúdo
V ABRAPCORP	2011	Mesas Temáticas	Comunicação organizacional sob o impacto das mídias digitais e das redes sociais	O que as organizações precisam fazer para serem bem vistas nas mídias sociais sob a ótica da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas	Carolina Frazon Terra	usuários de mídia social, mídias sociais, redes sociais on-line, comunicação organizacional, relações públicas
V ABRAPCORP	2011	Mesas Temáticas	Comunicação organizacional sob o impacto das mídias digitais e das redes sociais	Midiatização Empresarial: visibilidade x controle nas redes sociais na Internet	Vanessa Bueno Mol	midiatização, organizações, redes sociais
V ABRAPCORP	2011	Mesas Temáticas	Comunicação organizacional sob o impacto das mídias digitais e das redes sociais	Análise de Redes Sociais como Metodologia para a Comunicação no Contexto das Organizações	Lidiane Ferreira Sant'Ana	análise de redes sociais (ars), metodologia de pesquisa, comunicação no contexto das organizações.
V ABRAPCORP	2011	Mesas Temáticas	Comunicação organizacional sob o impacto das mídias digitais e das redes sociais	As implicações das mídias sociais na comunicação organizacional	Tiago Mainieri, Eva Ribeiro	mídias sociais, comunicação organizacional, tecnologias

Edição do Congresso	Ano	Tipo de atividade	Nome da atividade	Título do artigo	Autor	Palavras-chave
V ABRAPCORP	2011	Mesas Temáticas	Comunicação organizacional sob o impacto das mídias digitais e das redes sociais	A perspectiva relacional das redes sociais no contexto da comunicação organizacional	Fernanda de Oliveira Silva Bastos, Fábila Pereira Lima, Rodrigo César S. Neiva	comunicação no contexto organizacional, web 2.0, paradigma relacional
V ABRAPCORP	2011	Mesas Temáticas	Comunicação organizacional sob o impacto das mídias digitais e das redes sociais	A comunicação na era das Redes Sociais: aproximações teóricas	Vanessa Matos dos Santos, Sonia Aparecida Cabestré, Erika de Moraes	comunicação, redes sociais, internet, educação
V ABRAPCORP	2011	Mesas Temáticas	Comunicação organizacional sob o impacto das mídias digitais e das redes sociais	O Desafio das Organizações nas Redes Sociais: Um olhar no Twitter da Natura, da Vivo e do Submarino	Rosane Rosa, Raquel Russel	comunicação organizacional, redes sociais, Twitter
V ABRAPCORP	2011	Mesas Temáticas	Comunicação organizacional sob o impacto das mídias digitais e das redes sociais	Redes sociais na internet: a imposição do diálogo e o horizonte da incomunicação nas organizações educacionais	Rosângela Florczak	comunicação, incomunicação, educação, escolas, universidades
VI ABRAPCORP	2012	Mesas Temáticas	Comunicação digital, novas tecnologias e mídias sociais	Usuário-mídia: O formador de opinião online no ambiente das mídias sociais	Carolina Frazon Terra	usuário-mídia, comunicação organizacional, mídias sociais, redes sociais online, formador de opinião online
VI ABRAPCORP	2012	Mesas Temáticas	Comunicação digital, novas tecnologias e mídias sociais	Notas sobre a aplicação de uma abordagem sistêmica ao fenômeno da difusão de virais na internet	Márcio Carneiro dos Santos	viral, complexidade, redes
VI ABRAPCORP	2012	Mesas Temáticas	Comunicação digital, novas tecnologias e mídias sociais	Comunicação Digital nas redes de pesquisa	Tércia Zavaglia Torres, Nadir Rodrigues Pereira, Bruno Gâmbaro	comunicação, tecnologias digitais, redes de pesquisa, ambientes colaborativos
VI ABRAPCORP	2012	Mesas Temáticas	Comunicação digital, novas tecnologias e mídias sociais	Discurso na crise: repercussão e posicionamento da Chevron na rede social virtual	Lidiane Ferreira Sant'Ana	discurso, redes sociais virtuais, crise organizacional
VII ABRAPCORP	2013	Mesas Temáticas	Comunicação, Tecnologia e Organizações	Interdiscurso na produção científica sobre comunicação digital: mapeamento de citações nos trabalhos publicados nos Anais dos Congressos da Abrapcorp (2007-2012) -	Gisela Maria Santos Ferreira de Sousa	interdiscurso, produção científica, redes sociais, análise dialógica do discurso, comunicação digital nas organizações
VII ABRAPCORP	2013	Mesas Temáticas	Comunicação, Tecnologia e Organizações	A comunicação organizacional sob o viés da midiatização: outros fluxos, novas percepções	Daiana Stasiak	midiatização, fluxos de comunicação, comunicação organizacional, meios de comunicação
VII ABRAPCORP	2013	Mesas Temáticas	Comunicação, Tecnologia e Organizações	A Web 2.0 como Possibilidade de Mudança de Perspectiva na Comunicação no Contexto Interno das Organizações	Luiza Campos	web 2.0, intranets, organizações, interação, empregado
VII ABRAPCORP	2013	Mesas Temáticas	Comunicação, Tecnologia e Organizações	Geolocalização como ferramenta de Relações Públicas	Polianne Merie Espindola, Melissa Villanova	relações públicas, geolocalização, georastros.

Edição do Congresso	Ano	Tipo de atividade	Nome da atividade	Título do artigo	Autor	Palavras-chave
VII ABRAPCORP	2013	Mesas Temáticas	Comunicação, Tecnologia e Organizações	O paradigma narrativo na comunicação organizacional: análise de conteúdo audiovisual e proposta de matriz estruturante em storytelling	Rodrigo Silveira Cogo	comunicação organizacional, memória, paradigma narrativo, storytelling, experiência
VII ABRAPCORP	2013	Mesas Temáticas	Comunicação, Tecnologia e Organizações	De fonte à protagonista: promovendo adesão à pesquisa online	André Luiz Dias de França, Josilene Ribeiro de Oliveira, Felipe Franklin Anacleto da Costa; Karen Cristina Rodrigues, Soares, Maria Maysa Romão Bezerra, Tairine Vieira Ferraz, Gustavo David Araújo Freire	metodologia, pesquisa online, internet, relações públicas, protagonismo
VII ABRAPCORP	2013	Mesas Temáticas	Comunicação, Tecnologia e Organizações	As 'Novas' possibilidades de (in) comunicação virtual dos Hospitais Universitários Brasileiros: as mídias sociais	Cleusa Maria Andrade Scroferneker, Lidiane Ramirez Amorim, Gabriela Sarmento, Rebeca Escobar	-
VII ABRAPCORP	2013	Mesas Temáticas	Comunicação, Tecnologia e Organizações	A Análise Multifocal: contribuições metodológicas aos estudos de comunicação para mobilização online na plataforma Facebook	Frederico Vieira	comunicação e mobilização social, combate à corrupção, campanha Ficha Limpa, Facebook, análise multifocal
VII ABRAPCORP	2013	Mesas Temáticas	Comunicação, Tecnologia e Organizações	As linguagens convergentes e líquidas do "Gabinete Digital": estratégias que possibilitam a expansão da participação política civil	Luciana Saraiva de Oliveira Jerônimo	mídia digital, convergência de linguagens, ubiquidade, comunicação governamental, participação online
VII ABRAPCORP	2013	Mesas Temáticas	Comunicação, Tecnologia e Organizações	Setor Público nas Redes Sociais Digitais: um Estudo com Comunicadores	Lebna Landgraf do Nascimento	redes sociais digitais, setor público, engajamento, comunicação simétrica
VIII ABRAPCORP	2014	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Mídias sociais como estratégia de divulgação e relacionamento da marca: o caso da Chocolates Garoto	Carolina Frazon Terra	comunicação organizacional digital, mídias sociais, Chocolates Garoto
VIII ABRAPCORP	2014	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Visibilidade e interação na era da cibercultura: novas propostas comunicacionais para as organizações	Daiana Stasiak	visibilidade, interação, internet, comunicação organizacional, cibercultura
VIII ABRAPCORP	2014	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Tecnicidade como mediação estrutural no trânsito das audiências: apontamentos para a comunicação organizacional contemporânea	Mônica Pieniz	tecnicidade, trânsito das audiências, emissão/recepção crossmidiática, comunicação organizacional contemporânea
VIII ABRAPCORP	2014	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	A comunicação organizacional como elemento constitutivo do processo de inovação nas organizações	Roseane Andrelo, Célia Maria Retz Godoy dos Santos, Maria Eugênia Porém	comunicação organizacional, inovação, cultura organizacional

Edição do Congresso	Ano	Tipo de atividade	Nome da atividade	Título do artigo	Autor	Palavras-chave
IX ABRAPCORP	2015	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	A trajetória da comunicação organizacional digital e seus desdobramentos na produção científica da ABRAPCORP: uma breve retrospectiva.	Gisela Maria Santos Ferreira de Sousa, Cleusa Maria Andrade Scroferneker	comunicação organizacional digital, campo científico, produção científica
IX ABRAPCORP	2015	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Tudo em tempo real: estamos vivendo a era das Relações Públicas do imediatismo?	Carolina Frazon Terra	comunicação organizacional, relações públicas digitais, tempo real, mídias sociais, memes
IX ABRAPCORP	2015	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Um olhar sobre comunicação e relacionamentos estratégicos a partir da teoria ator-rede	Marcello Chamusca, Márcia Carvalho	comunicação organizacional, relações públicas, teoria ator-rede
IX ABRAPCORP	2015	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Comunicação organizacional: a dimensão da "organização falada" na internet e interferências na gestão hoteleira	Jean Felipe Rossato, Rudimar Baldissera	comunicação organizacional, organização falada, gestão hoteleira, internet, organizações
IX ABRAPCORP	2015	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	A presença das empresas em plataformas de mídias sociais digitais: uma análise da Nestlé Brasil s/a	Bianca Marder Dreyer	comunicação digital, mídias sociais digitais, modelos, interação, relações públicas
IX ABRAPCORP	2015	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	A fan page da Universidade Federal de Goiás: uma análise comparativa	Daiana Stasiak, Rhayssa Fernandes Mendonça	comunicação organizacional, internet, fan page, assessoria de comunicação
IX ABRAPCORP	2015	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	O uso do Whatsapp na comunicação informal entre os empregados	Bruno Carramenha, Thatiana Cappellano, Viviane Regina Mansi	comunicação com empregados, mídiatização, comunicação informal, pertencimento, processos midiáticos
IX ABRAPCORP	2015	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Estratégias de comunicação organizacional digital da EMBRAPA: importância do planejamento, monitoramento e avaliação	Maria Eugênia Ribeiro	comunicação organizacional, comunicação digital, estratégia, mídias sociais, redes sociais
X ABRAPCORP	2016	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	A práxis das Relações Públicas na sociedade mídiatizada: os protocolos enunciativos dos atores das instituições não midiáticas nos blogs corporativos	Elisangela Lasta	práxis das relações públicas, sociedade mídiatizada, protocolos enunciativos, instituições não midiáticas, medium digital
X ABRAPCORP	2016	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	A "buzzfeedização" da comunicação das organizações no ambiente digital	Carolina Frazon Terra	buzzfeedização, listas da internet, espetacularização do conteúdo, comunicação organizacional digital
X ABRAPCORP	2016	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	O campo das Relações Públicas e o conceito de arqueologia da mídia: há relações na contemporaneidade?	Bianca Marder Dreyer	arqueologia da mídia, campo, relações públicas
X ABRAPCORP	2016	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Prosumers e o consumo na sociedade em rede: como a colaboração pode mudar as empresas	João Francisco Raposo e Silva	sociedade em rede, consumo, empresas, colaboração, prosumers
X ABRAPCORP	2016	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Comportamentos e percepções de consumidores em redes de relacionamento digitais organizacionais	Gustavo David Araujo Freire	comunicação organizacional, consumidor, redes sociais digitais, relacionamento

Edição do Congresso	Ano	Tipo de atividade	Nome da atividade	Título do artigo	Autor	Palavras-chave
X ABRAPCORP	2016	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Creative industries and dematerialization of the economy: ideas on communications and public relations	Guilherme Fráguas Nobre	creative industries, (de)(im) materialization of the economy, public relations
X ABRAPCORP	2016	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Crowdfunding: a plataforma Catarse e o fomento da indústria criativa no Brasil	Alessandra de Figueredo Porto, Leonardo José Barreto de Mattos Amato	indústria criativa, catarse, financiamento coletivo, economia criativa, crowdfunding
X ABRAPCORP	2016	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Running e mídias sociais: espetáculo, formas simbólicas e subjetividade na construção do discurso pelos atletas-usuários	Renato Müller da Silva	mídias sociais, comunicação, subjetividade, narrativa, running
X ABRAPCORP	2016	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	A comunicação viral no Twitter para a transformação da tv aberta	Vicente Gosciola, Maira Tomyama Toledo	comunicação viral, reality show, Twitter, convergência, audiência
X ABRAPCORP	2016	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	A gestão da comunicação no estímulo a cultura de inovação nas empresas brasileiras da indústria criativa	Leila Gasparindo	comunicação institucional, cultura de inovação, empresas brasileiras, economia criativa
XI ABRAPCORP	2017	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	(Re)discutindo a assessoria de comunicação no contexto da sociedade midiaticizada	Elisangela Lasta	assessoria de comunicação, instituições midiáticas, media, influenciadores, sociedade midiaticizada
XI ABRAPCORP	2017	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Até onde vai o "conteúdo de oportunidade"? Como o contexto vem ocupando espaço nas mídias sociais e gerando polêmicas	Carolina Frazon Terra	conteúdo de oportunidade, contexto, relações públicas, mídias sociais
XI ABRAPCORP	2017	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Curadoria de conteúdo na comunicação contemporânea: muito além do ctrl+c e ctrl+v	Elizabeth Saad Corrêa, João Francisco Raposo	curadoria, conteúdo, comunicação, contemporânea, digital, curador, informação
XI ABRAPCORP	2017	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	De que forma as Relações Públicas podem ser estratégicas na contemporaneidade? Uma proposta de modelo estratégico para a atividade	Bianca Marder Dreyer	relações públicas, estratégia, convergência, modelos, comunicação digital
XI ABRAPCORP	2017	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Design de experiência: novas abordagens para os estudos de consumo em tempos de conexões digitais	Camila Maciel Campolina Alves Mantovani	-
XI ABRAPCORP	2017	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Inbound pr: a comunicação sincronizada que pode gerar reputação e vendas simultaneamente	Ariane Sefrin Feijó	inbound pr, relações públicas, comunicação sincronizada, personas, marketing
XI ABRAPCORP	2017	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão	Issaaf Karhawi	influenciadores, blogueiros, vlogueiros, comunicação, influência
XI ABRAPCORP	2017	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Novas formas de expressão e comunicação nas organizações: impactos nas relações de trabalho a partir das interações em grupos e do uso da linguagem dos emojis por meio do WhatsApp	Fabiana Moreira Gaviolli	comunicação organizacional, whatsapp, emojis, interação digital mobile, relações de trabalho

Edição do Congresso	Ano	Tipo de atividade	Nome da atividade	Título do artigo	Autor	Palavras-chave
XI ABRAPCORP	2017	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Organizações, cibercultura e memes: uma análise da estratégia de comunicação adotada pela Universidade Federal do ABC no Facebook	Alessandra de Castilho, Mariella Batarra Mian	comunicação organizacional, cibercultura, memes, Universidade Federal do ABC
XI ABRAPCORP	2017	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Produção científica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas: uma breve análise da experiência de busca, navegação e acesso aos anais on-line publicados no site ABRAPCORP	Gisela Maria Santos Ferreira de Sousa, Maria do Carmo Prazeres Silva, Protásio César dos Santos	comunicação organizacional, produção científica, experiência de navegação, anais on-line, ABRAPCORP
XI ABRAPCORP	2017	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologias	Visibilidade organizacional no contexto das mídias sociais digitais: reflexões teóricas e dados sobre a presença da UFSM no Facebook	Daiane Scheid, Eugenia Mariano da Rocha Barichello	visibilidade, mídias sociais digitais, organizações, Facebook, UFSM
XII ABRAPCORP	2018	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologia	Reconfigurações da Comunicação Organizacional na contemporaneidade: protocolos demandados pela mediação estrutural da tecnicidade	Mônica Bertholdo Pieniz	mediação estrutural da tecnicidade, convergência midiática, comunicação organizacional, gestão da comunicação, recepção
XII ABRAPCORP	2018	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologia	A dinâmica relacional tecnológica das organizações por meio da materialização da retórica nos ambientes digitais	Elisangela Lasta	relacionamento tecnológico, dispositivos tecnológicos, ambientes digitais, link contextual, comunicação organizacional
XII ABRAPCORP	2018	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologia	Relacionamentos midiáticos: como estabelecer relações de confiança em tempos de fake news?	Bianca Marder Dreyer, Elizabeth Saad	relacionamento, confiança, fake news, mídias sociais, relações públicas
XII ABRAPCORP	2018	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologia	O Ativismo pela Internet Livre no Brasil: Ecologia Digital de uma Rede Organizacional	Ana Thereza Nogueira Soares	organizações ativistas, internet, comunicação digital, autogestão informacional
XII ABRAPCORP	2018	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologia	Diálogo e a interação no contexto das Ouvidorias Virtuais: algumas aproximações	Francielle Benett Falavigna, Cleusa Maria Andrade Scroferneker	diálogo, interação, ouvidorias virtuais, metodologias de análise
XII ABRAPCORP	2018	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologia	Mensuração de resultados em comunicação na inovação: humanização e sustentabilidade	Luciano Nunes Suminski	cultura organizacional, comunicação empresarial, inovação, mensuração de resultados, startups
XII ABRAPCORP	2018	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologia	O algoritmo do Facebook impulsiona estratégias de Relações Públicas Digitais?	Carolina Frazon Terra	algoritmo, Facebook, relações públicas digitais
XII ABRAPCORP	2018	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologia	Visibilidade do conhecimento nas tecnologias digitais: uma análise das fanpages de universidades federais mineiras	Pedro Augusto Farnese de Lima	comunicação, conhecimento, visibilidade, universidades, redes sociais
XII ABRAPCORP	2018	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologia	Big data e inteligência artificial são a nova onda disruptiva a desafiar os profissionais	Dulce Margareth Boarini	big data, inteligência artificial, comunicação, disruptão
XII ABRAPCORP	2018	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologia	a comunicação organizacional por meio da diversidade midiática no ambiente corporativo: um breve estudo de caso	Luiz Francisco Ananias Junior, Célia Maria Retz Godoy dos Santos	comunicação organizacional, mídia reticular, diversidade midiática, organizações, comunicação interna

Edição do Congresso	Ano	Tipo de atividade	Nome da atividade	Título do artigo	Autor	Palavras-chave
XII ABRAPCORP	2018	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologia	Feminismo, ativismo online e organizações em ambiência digital: análise do uso das hashtags #assédiocrime e #nãoénão em campanhas institucionais no Twitter no carnaval de 2018	Gisela Maria Santos Ferreira de Sousa, Maria do Carmo Prazeres Silva	comunicação organizacional, ativismo online, assédio, Twitter, hashtag
XII ABRAPCORP	2018	Grupos de Pesquisa	Comunicação, Inovação e Tecnologia	Do Real ao Virtual: O Relacionamento de Companhias Brasileiras de Capital Aberto com Investidores – Uma Observação no Uso do Twitter pelo Itaú Unibanco, Petrobras e Vale	Orlando Costa Gonçalves Júnior	relacionamento, mídias sociais, Twitter, companhias de capital aberto, investidores
XIII ABRAPCORP	2019	Grupos de Trabalho	Comunicação, Inovação e Tecnologia	Opinião Pública em tempos de mídias sociais: midiatização, comunicação desintermediada e memes	Carolina Frazon Terra	opinião pública, midiatização, mídias sociais, bolhas informativas, memes
XIII ABRAPCORP	2019	Grupos de Trabalho	Comunicação, Inovação e Tecnologia	Bancos de imagens em conteúdo nas mídias sociais: entre (in)visibilidade e autenticidade	Daniele Cristine Rodrigues, Tarcízio Roberto da Silva	bancos de imagens, mídias sociais, conteúdo para marcas, imagem
XIII ABRAPCORP	2019	Grupos de Trabalho	Comunicação, Inovação e Tecnologia	Big Data e Inteligência Artificial - Aliados na Detecção de Oportunidades e Crises	Dulce Margareth Boarini	comunicação, big data, inteligência artificial, agências de comunicação corporativa
XIII ABRAPCORP	2019	Grupos de Trabalho	Comunicação, Inovação e Tecnologia	A compreensão dos Arquétipos no Instagram	Greta de Oliveira	arquétipos, inconsciente coletivo, Instagram, Jung
XIII ABRAPCORP	2019	Grupos de Trabalho	Comunicação, Inovação e Tecnologia	Crises geradas por influenciadores digitais: propostas para prevenção e gestão de crises	Issaaf Santos Karhawi	gestão de crise, prevenção, reputação, influenciadores digitais, organizações
XIII ABRAPCORP	2019	Grupos de Trabalho	Comunicação, Inovação e Tecnologia	Reflexões sobre comunicação, visibilidade e organizações na era dos dados	Joao Francisco Raposo E Silva	comunicação, visibilidade, organizações, dados
XIII ABRAPCORP	2019	Grupos de Trabalho	Comunicação, Inovação e Tecnologia	De colaboradores a agentes digitais de reputação da marca: o caso "Essa Coca é Fanta, e daí?"	João Guilherme de Melo Peixoto	comunicação interna, endomarketing, mídias digitais, reputação
XIII ABRAPCORP	2019	Grupos de Trabalho	Comunicação, Inovação e Tecnologia	Vitrine virtual: Análise da comunicação de uma marca de moda no Instagram	Orlando Costa Goncalves Junior	comunicação, marca, moda, mídias sociais, Instagram
XIII ABRAPCORP	2019	Grupos de Trabalho	Comunicação, Inovação e Tecnologia	O Uso de Mídias Sociais por Instituições Privadas de Ensino Superior em São Luís-MA: uma Análise de Conteúdo em Fanpages do Facebook	Pablo Ricardo Monteiro Dias	mídias sociais, comunicação organizacional, instituições privadas de ensino superior, relacionamento
XIII ABRAPCORP	2019	Grupos de Trabalho	Comunicação, Inovação e Tecnologia	Opinião Pública, Bots e Lobby: o papel da tecnologia na conversação pública	Patricia Guimarães Gil	opinião pública, bots, lobby, advocacy, inteligência artificial
XIII ABRAPCORP	2019	Grupos de Trabalho	Comunicação, Inovação e Tecnologia	A comunicação Integrada e o varejo: Uma análise das redes sociais de Pão de Açúcar, Carrefour e Mambo.	Pedro Arthur Nogueira	dialogia, varejo, relacionamento, cibercultura, comunicação
XIII ABRAPCORP	2019	Grupos de Trabalho	Comunicação, Inovação e Tecnologia	Sazonalidades e Posicionamento nas Mídias Sociais: Raça, Gênero e Sexualidade no Sistema Conferp	Tais Oliveira	posicionamento, diversidade, interseccionalidade, mídias sociais, comunicação institucional

Edição do Congresso	Ano	Tipo de atividade	Nome da atividade	Título do artigo	Autor	Palavras-chave
XIII ABRAPCORP	2019	Grupos de Trabalho	Comunicação, Inovação e Tecnologia	O Uso de Sites de Redes Sociais Corporativas como Ferramenta para Gestão do Conhecimento nas Organizações	Tonia Keiserman Lempke	compartilhamento do conhecimento, gestão do conhecimento, redes sociais corporativas, comunicação organizacional

APÊNDICE E

Transcrição do webinar do CONFERP

OS EFEITOS E
..Por quê?

OS EFEITOS E
..Por quê?
OS EFEIT

OS EFEITOS E
..O quê?

..O quê?
OS POSSÍVEIS

..Quando?
OS POSSÍVEIS
..Por quê?
O CONTEXTC
OS POSSÍVEIS

..Por quê?
O CONT
..O quê?
O CONTEXTO PAR
..Quando?

O CONTEXTC
..Quem?

- 1 Esse é um tema que, na verdade, emergiu num debate de uma das nossas últimas reuniões. É um tema muito importante, que surgiu então nesse debate: foi a lei 13709/2018, a Lei Geral de Proteção de Dados.
- 2 Ela regulamenta a atividade de tratamento de dados pessoais e também altera o artigo 7º e o artigo 16º do Marco Civil da Internet. E aí nas nossas discussões surgiram dois pontos principais: o principal ponto relevante era atuação do profissional de relações-públicas, na medida em que um profissional de relações-públicas atua na gestão da comunicação, tendo a informação enquanto fonte básica e primária da atividade do gestor da comunicação nas empresas e organizações, sejam elas de primeiro, segundo ou terceiro setor. E nesse ponto o dado é a matéria-prima da informação. Muito salutar à nossa categoria, que a nossa classe de relações-públicas aprendesse ou debatesse um pouco mais sobre essa Lei Geral de Proteção de Dados.
- 3 Mas, o segundo motivo muito primordial também para nosso Sistema Conferp-Conrerps, e também fez que nós estendêssemos a muito de vocês que são conselheiros ou atuantes em Conselhos Profissionais é que enquanto uma Autarquia Federal que todos somos, nós temos uma grande responsabilidade para tratar e lidar com todos os dados pessoais das nossas classes profissionais. Então nós entendemos que é muito importante e salutar essa discussão e, aí resolvemos organizar este webinar.
- 4 Para hoje convidamos a Mariana Cardoso. Ela é advogada sócia na Romero Costa Advogados e mestranda em Direito pela PUCMinas, pós-graduada em Direito e Corporativo e Compliance pela IPB, advogada criminal pela ESA de Minas Gerais e em docência com ênfase em educação jurídica pela Faculdade Arnaldo, além de graduada em Direito pela PUCMinas. Ela tem uma grande experiência nessa área de *compliance* e tem conhecimento de sobra para trabalhar conosco essa discussão. Te agradeço muito, Mariana, por estar aqui conosco. Eu vou te passar a palavra e depois a gente pode seguir na sequência das perguntas feitas.
- 5 Que maravilha, Marcelo. Te agradeço imensamente pela apresentação, pelo convite a você e a todo mundo do Conselho, e a Anitta também, que me indicou para fazer essa palestra aqui, hoje, para vocês. Assim, o tema é realmente de extrema importância. Eu acho que movimentos como esses que vocês estão fazendo é mais que salutar, por que vocês abrem a porta não só para quem é do rp, da área de vocês como para outras pessoas que tem esse interesse. E a LGPD veio para ficar mesmo.
- 6 Uma demanda mundial que tem muita gente falando sobre, e pouca gente entendendo sobre. Então quando a gente traz esse assunto, é realmente com essa vontade de mostrar que ela não é tão complexa assim quanto parece.
- 7 Essa Lei, que é a Lei Geral de Proteção de Dados, tão carinhosamente chamada de LGPD, foi publicada em agosto de 2018. E ela fez umas pequenas alterações no Marco Civil da internet, como o próprio Marcelo já falou com a gente.
- 8 Ela dispõe sobre como tratar os dados e como eles vão ser trabalhados e utilizados por qualquer pessoa, seja física ou jurídica, mesmo se forem utilizados com alguma finalidade específica, principalmente no sentido de trabalho ou jurídico. No sentido de você precisar utilizar uma informação que é de uma outra pessoa para poder fazer alguma outra coisa, inclusive a favor dessa pessoa.

..O quê?
O CONTEXTC

O CONTEXTC
..Por quê?

O CONTEXTC
..Quem?

O CONTEXTC
..Quem?

OS EFEITOS E
..Quem?

..Como?
OS EFEITOS E

OS EFEIT
..Por quê
OS POSS
..Por quê

9 Por exemplo: eu sou advogada, então para eu poder fazer um trabalho para qualquer cliente meu, eu vou ter no
10 mínimo que saber uma informação pessoal dele: o nome dele, o cpf, o endereço. Então, quando a Legislação fala de dados pessoais, ela fala de tudo o que se refere a essa pessoa, não é só o CPF dela, o nome, o registro civil - se ela é casada ou é solteira, se ela é separada - não é só isso. É isso e também qualquer coisa que possa servir de referência para a gente descobrir quem é aquela pessoa.

11 A gente não sabe o tanto que as nossas informações pessoais são valiosas, o quanto elas são importantes para poder tomar decisões, poder abrir contratos, fechar contratos, comprar uma casa, comprar um carro. Assim, muita gente acaba falando, dando os próprios dados pessoais porque os dados são largados aí pelo mundo. Uma coisa legal também a se falar dessa Legislação, é que muita gente tem dúvida e fala assim: "ah mas então só pessoa jurídica que vai ter que ter a preocupação em utilizar essa questão de proteção de dados, de fazer alguma coisa para proteger os dados das pessoas" e não. Não é porque se você é uma pessoa física e está obtendo informações pessoais de alguém, você também precisa se preocupar com a inteira segurança desses dados que está obtendo e que não são seus.

12 Então, eu até gosto de brincar com isso, que inclusive aconteceu comigo. Hoje recebi uma ligação de um banco que eu nunca fui cliente na vida, querendo me vender algum produtos. E aí, logo eu já perguntei para ele: "onde vocês conseguiram esse telefone? Como é que você sabe que esse telefone é meu? Como é que você sabe meu nome? Quais dados meus que vocês têm se eu não passei dado nenhum meu para vocês?" Na mesma hora eles desligaram o telefone. Porque sabem a preocupação que o mundo agora tem com essa questão do tratamento de dados.

13 Por situações como essas que a gente tem que começar a entender como proteger os nossos dados são importantes.

14 A LGPD vai regular qualquer tipo de atividade, principalmente as que envolvam outras pessoas. Às vezes pode ser uma atividade que você não se envolva, mas se tem empregados, se tem cliente, se você tem parceiro, se você fez contrato com alguém: preocupe-se com a proteção de dados dessa pessoa.

15 Geralmente quem mais trata dados são empresas mas não serão somente elas que vão tratar com dados. Igual eu falei, podem ser pessoas jurídicas e pessoas físicas.

16 Coloco aqui o artigo 7º e os pontos mais relevantes:

17 um fornecimento de dado precisa de consentimento do titular, o que significa que a pessoa que esteja te passando aqueles dados dê o consentimento para que sejam utilizados.

18 Deixa eu explicar isso de uma forma melhor: A Mariana, por exemplo, vai prestar serviço para algum cliente que está com problemas jurídicos. Ela vai assinar um contrato com ele e vai falar: - olha eu preciso das suas informações xyz para eu poder proceder com a sua defesa. Nesse caso o cliente vai falar "ok". Eu preciso que ele me dê o consentimento. E a melhor forma que a gente pode fazer para obter esse consentimento do cliente não é a verbal, até porque lá na frente surge um problema, você precisa que o cliente tenha deixado por escrito essa autorização para você utilizar.

19 Basta vocês colocarem no contrato uma cláusula contratual falando que vocês

têm o autorização para utilizar as informações dos dados pessoais do seu cliente para que você consiga prestar esse serviço.

OS EFEITOS E
..Como?

- 20 Para cumprir algum tipo de obrigação legal e regulatória: eu preciso para poder fazer algum tipo de documento que eu tenho que enviar para o governo para poder comprovar alguma coisa ou então se eu tiver que fazer algum tipo de comprovação, principalmente em nome do Conselho que precisa fazer isso. Aviso: use a Lei da Transparência: nesse caso você não precisa do consentimento do titular desse dado para poder utilizá-lo, pois você tem uma obrigação legal ou regulatória que normatiza a apresentação d aquele dado. Com isso, pode fazê-lo sem pedir o consentimento - mas também é somente nesta situação.

OS EFEITOS E
..Como?

- 21 Sempre que possível e que você for tratar algum dado e não tiver o consentimento do titular por que está fazendo por alguma obrigação legal ou se você tiver o consentimento do titular, mas se for possível não colocar forma de identificação daquele dado, como por exemplo: utilizar só o primeiro nome da pessoa e os outros não coloca, ou então o CPF só os dois últimos números, alguma coisa do tipo em que você possa anonimizar aquela informação.

O CONTEXTO
..O quê?

- 22 É muito importante você fazer porque a gente está lidando aqui com proteção! Se a gente está falando de proteção e, mesmo que exista uma obrigação de apresentar o dado, se existir a possibilidade de você apresentar esse dado com uma parte dele anônima, não tem problema.

OS EFEITOS E
..Como?

- 23 Você também pode utilizar esses dados em situações de proteção à vida e a integridade física do titular ou do terceiro. Vamos supor que você tem um cliente, eles não contrataram você para prestar esse serviço, mas vocês foram no evento e aí acontece um acidente nessa festa, e o cliente de vocês simplesmente se machucou, está inconsciente, não tem nenhum familiar dele. Vocês não conseguem entrar em contato com ninguém. Você chama ambulância, chama a polícia e aí a polícia te pede a identificação dos clientes. Só você ali naquele ambiente tem as informações dele. Você tem os dados que ele passou, mas não têm consentimento de passar para polícia. Porém, uma situação de vida, de proteção à vida dele. Então você tem toda autorização para passar essa informação para frente.

OS POSSÍVEIS
..Como?

- 24 Há também casos de administração pública, em que o tratamento e o uso compartilhado de dados necessários à execução de políticas públicas está ligada à questão de cumprimento de obrigação legal. Você sempre vai poder utilizar nos momentos em que precisar da informação e não tiver o consentimento do cliente ou vai ser no caso drástico ou então vai ser alguma questão de obrigação legal que você tem que cumprir.

OS EFEITOS E
..Quando?

- 25 Eu acho importante que vocês informem o cliente que isso foi feito.

- 26 Assim, se vocês tiverem que fazer uma publicização de forma nacional, por exemplo, de algum dado daquele cliente vocês tem autorização para fazer. Eu acho muito válido que a pessoa que é titular desse dado que vai ser publicizado por xyz questões seja informada. Mostra, inclusive, uma transparência, uma boa fé da sua parte.

OS EFEITOS E
..Como?

- 27 Se você fizer dessa forma como eu falei, pode garantir que tenha consentimento do titular. Caso já tenha um contrato, alguém que você lida muito mais tempo e muito antes de falarem da LGPD, o que eu recomendo é a elaboração de um aditivo contratual, onde irá incluir os termos relativos à

OS EFEITOS E
..Como?

proteção de dados. Você vai colocar em uma das cláusulas relativas à proteção que ele está dando pleno consentimento a você de utilizar os dados dele da forma que entender necessárias para que possa prestar o serviço que estiver prestando.

28 Para que você possa fazer a ação que tem necessidade de fazer e caso não tenha algum tipo de contrato, mas que esse cliente veio precisar, não tem problema. Basta acrescentar no contrato.

OS EFEITOS E
..Por quê?

29 Uma questão padrão na vida de todo mundo é que, agora, todos os contratos, independente do tipo que você for firmar, deverão incluir uma cláusula de proteção de dados. Ela auxilia tanto a pessoa que é titular dos dados e que está dando autorização para utilizá-los, como também você a se proteger.

O CONT
..Por quê?
OS EFEIT
..Como?

30 Se o outro for utilizar os dados de vocês é muito importante que coloquem no contato essa questão da LGPD, da proteção de dados. Os dados são importantes, vocês precisam que eles sejam protegidos. Também é importante deixar claro para o titular dos dados, assim como para você, que todas as informações solicitadas são somente as fundamentais para realização do seu trabalho. Eu digo isso porque parece uma coisa óbvia, mas na verdade não é. Vamos supor que estou fechando um contrato com um cliente, que é uma pessoa jurídica. Eu estou resolvendo um problema processual dele que tem a ver com tributação e eu tenho que apresentar uma série de documentação de tributos desse cliente dentro do processo.

31 Se eu falar para o cliente que preciso que ele me mostre todos os pagamentos de tributos realizados nos últimos cinco anos, ele vai falar que não vai fazer isso. Afinal, ele é titular da empresa e não quer te dar autorização para ver esse dado. Eu posso simplesmente falar para ele: - olha, infelizmente não vou conseguir prestar o serviço para você, já que não está me dando autorização para utilizar o seu dado e, sem isso, eu não consigo prestar meu serviço.

OS EFEITOS E
..Como?

32 É só você deixar muito claro para o titular do dado que a informação que se está requerendo, a qualquer tempo que o titular entenda, ele pode não mais querer que você utilize aquela informação. É muito simples: é só deixar tudo isso contratualmente explicado e que não vai ter problema.

OS POSSÍVEIS
..Por quê?

33 Não precisar ter medo de se utilizar um dado.

O CONTEXTC
..O quê?

34 Uma coisa importante a se falar de dado é que a LGPD marcou como digitais. A gente normalmente só fala de dado digital. Isso é um grande erro, porque o dado pode ser tanto digital quanto físico. A gente tem documento físico - seja uma cópia de uma identidade, de um cpf, de um endereço. Todo tipo de dado tem que ser protegido!

OS POSSÍVEIS
..O quê?

35 Não tem que pensar só na proteção de dados que estão no backup de um hd ou dentro de um computador ou numa nuvem. Eles são muito importantes, mas a gente também tem que pensar em uma proteção daquele dado que estava em um documento físico, na mesa do seu sócio, do seu parceiro, do seu estagiário. Tudo isso tem que ser sempre muito bem pensado.

OS EFEITOS E
..O quê?

36 Vou explicar para vocês o que seriam dados sensíveis. Teve muita gente que achava que, por exemplo, dado sensível era uma informação relativa a sexualidade do pessoa. Sim é um dado sensível, mas na verdade eu entendo e assim como muitas pessoas que estão envolvidos com a LGPD, qualquer tipo de

O CONTEXTC

37 dado pode ser sensível. Ele pode ser um nome completo, CPF, a relação que você tem com outra pessoa, um comprovante de endereço, algum dado de pagamento de tributo da sua empresa, a sua opção sexual. Um dado sensível pode ser qualquer coisa.

38 Tem um palestrante dessa área de tecnologia e dados que eu gosto muito. E uma das primeiras palestras que eu assisti sobre LGPD quando começou a se falar dessa legislação foi a dele. Ele explicou o que que era dado sensível de uma forma muito divertida: "um pneu de um veículo tem aquela calota. Desse veículo, em especial, a calota é toda desenhada, o dono daquele veículo resolveu fazer uma pintura divertida e até então isso não é um dado relevante. Até o dia em que a esposa desse homem resolveu ir olhar no Google Maps o lugar que a amiga dela estava morando. Como a amiga dela tinha mudado de casa, ela falou para olhar no Google Maps. Ela resolveu olhar e ao ver o portão da casa da amiga, visualiza um carro estacionado na porta da casa da amiga. A gente sabe que o Google Street View borra placa de carro, já que placa é um dado sensível. Só que o que eles não sabiam que a calota de um pneu de um veículo também poderia ser um dado sensível. Porque na hora que ela viu o carro do marido estacionado na porta da casa da amiga, descobriu que o marido estava traindo-a. Acabou que a calota de um veículo se tornou um dado sensível, o Google teve que borrar aquela imagem e indenizar esse senhor, que teve a calota do veículo aparecendo no Google Maps sem autorização dele.

39 Vão existir dados que não saberemos se são sensíveis e dependendo da situação vai ser muito subjetivo. Vai ser preciso interpretar para entender se aquele dado será considerado ou não. E essa questão do dado sensível você pode utilizá-las seguintes hipóteses: apenas com o consentimento do titular e para finalidades específicas.

40 Vamos supor que você terá que utilizar um dado sensível, de forma que apareça no relatório da Lei de Transparência. Você vai pedir para o titular assinar um termo, destacando o seu conhecimento sobre a utilização daquele dado, e aí ele vai te dar o consentimento.

41 Sempre que a gente for utilizar um dado e for possível a anonimiza-lo de alguma forma, seja parcial ou integralmente, é importante que seja feito. Até acabei falando para vocês o que é dado sensível mas ele pode ser considerado qualquer coisa: cor do olho, endereço, cor da pele, valor do salário, cpf, opinião política. É muito importante vocês terem o treino do tratamento de dados. Quando uma dessas coisas vir a acontecer deverá ser feita a eliminação, exclusão ou devolução dos dados ao titular, quando verificada que a finalidade foi alcançada ou de que os dados deixaram de ser necessários. Isso é muito legal porque, vamos supor, que você assinou contrato com o cliente prestando um serviço para ele, o serviço se encerrou e você tá cheio de documentação dele. Você não precisa mais dessas informações. É necessário, então, comunicar o seu cliente e entregar toda a documentação (indiferente de onde ela estiver) mas você vai falar que está garantido que você tá deletando aquelas informações, que não são mais precisas.

42 Você formaliza ao seu cliente através de um e-mail: - devido ao encerramento do nosso contrato e tudo mais, estou formalizando a você que eu excluí do nosso banco de dados todas as informações suas. Já os documentos que eram

OS EFEITOS E
..Como?

físicos, se o documento for original - uma certidão de nascimento - você devolve o documento que estiver em sua posse.

OS EFEITOS E
..Como?

43 Se o cliente chegar e falar: - olha, eu não quero mais que você tenha a posse desses meus dados. Você tem que deletar aqueles dados ou devolver a documentação para o cliente. Mas nesse caso, se você ainda estiver prestando o serviço, pode alegar que não é possível prestar o serviço sem as informações que você tem em mãos. E, lembrar, que ficou determinado o período para utilização aqueles dados e que quando se encerrar, os dados serão excluídos ou devolvidos.

44 Se você é uma pessoa que já trabalha há muito tempo e você tem na mão dados de clientes de mil novecentos e bolinha, para que que você tá segurando isso? Se se você guarda aquilo sem motivo algum, joga fora, elimina tira da sua vida a gente isso até da faz uma limpeza espiritual.

45 Como é que vai ficar essa história, então: você vai poder ter os documentos? Sim, só que aqueles documentos que você precisa manter que tiverem informações da pessoa ou você vai deletar aquela informação e colocar um monte

46 de x substituindo o número da pessoa ou você pede para o cliente para manter essas documentações específicas no seu banco de dados, ou então você risca essas informações - se for papel físico.

OS EFEITOS E
..Quem?

47 Precisamos desse tipo de precaução. Vamos colocar assim: você vai eliminar quando tiver comunicação do titular e determinação da autoridade nacional que regulamenta a questão da LGPD. A Autoridade Nacional vai ser agência que vai fiscalizar quem está cumprindo a Lei Geral de Proteção de Dados. Então, se ela determinar que você tem que eliminar ou excluir o que tiver, devolver logo pós ler alguma informação, você terá que fazer.

OS EFEITOS E
..Quem?

48 Se for um documento que você precisa manter ou até mesmo para qualquer cque a própria agência nacional de proteção de dados solicitar, você poder manter esse documento. Seja para algum tipo de estudo ou pesquisa também sempre mantendo a possibilidade de organização ou uso exclusivo do controlador, que seria você. Porque se eu, Mariana, sou titular do dado e deixei você utilizá-lo para alguma coisa, nós vamos chamar você de controlador.

OS EFEITOS E
..Quem?

49 Os agentes de tratamento devem adotar medidas de segurança, técnicas e medidas administrativas aptas a proteger os dados pessoais. Como que eu vou conseguir gerar proteção a esses dados? A primeira etapa é você fazer o check list. Eu tenho aqui na empresa um responsável que cuida da minha internet, que cuida do antivírus. Eu tenho esse tipo de medida de proteção instituída digitalmente na minha empresa? Não? Então a gente vai ter que criar.

OS EFEITOS E
..O quê?

50 Com relação ao documento pessoal, você terá que ter uma parte da sua empresa, do seu escritório, onde você guarda toda a

OS EFEITOS E
..Como?


51 documentação dos seus clientes e parceiros, de gente que você utiliza com muita frequência. Tudo de forma física. Para quem que mexer naquela documentação você precisa ter uma espécie de bíblia. Anotar num checklist quem retirou o documento, registrando o dia, a hora, quem o devolveu. É melhor a gente começar a pensar nisso porque o documento físico também é um dado.

OS POSSÍVEIS 
..Por quê?

52 É muito importante que a gente gere uma organização muito maior. Para você começar a ter o máximo de controle possível que puder de quem está utilizando o documento, quem está utilizando. Existem programas, sistemas de computador que são acessíveis, eles vêm com o antivírus e faz esse tipo de checagem. Por exemplo, se eu Mariana estou usando o computador do meu escritório hoje e coloco um pendrive aqui nesse sistema, vai lá para o relatório, para o sistema que gera todo mês.

OS EFEITOS E 
..Como?

53 Tem muita gente que às vezes não têm tanto recurso financeiro para poder implementar isso na empresa, mas já utiliza nuvem. Como por exemplo a do Google. Tem muitas nuvens que vocês compram o pacote e começam a colocar documentos e dados de cliente. Ótimo, porque esses tipos de sistemas colocam um rastro de quem fez alteração, até no documento do estilo Word que tem dentro do Google Drive.

OS POSSÍVEIS 
..Quem?

54 Com a LGPD isso só vem se ampliando. Nada mais é do que um controle seu. Depois que você verificar, fazer o relatório de ameaças e fraquezas, você precisa que o seu TI amplie essa segurança, sempre lembrando dos documentos que são físicos.

OS EFEITOS E 
..Como?

55 Eu acho que através de bibliotecário é a melhor forma, mas se for uma organização menor não tem problema nenhum. Se não tem orçamento, você pode fazer uma documentação formal, sinalizando que ninguém vai pegar o documento que está nos arquivos.

OS EFEITOS E 
..Quanto?

OS EFEITOS E 
..Como?

56 Depois que a gente descobre quais são as nossas fraquezas, que foi buscada a implementação de mais segurança, é preciso fazer a elaboração do manual de segurança de dados, que nada mais é que um manualzinho falando: - olha gente, aqui na empresa agora a gente tem um programa assim, desse e desse jeito. Eles vão funcionar assim, assim e assado. A pessoa responsável por receber o relatório vai essa pessoa. Qualquer questão você irá procurar por essa pessoa, é com ela que irá falar.

OS EFEITOS E 
..Quem?

57 Importante destacar que o problema será resolvido através da elaboração desse manual, e você tem que fazer um treinamento do seu pessoal. Melhor do que ninguém, vocês vão fazer um treinamento desse pessoal para entenderem que esse manual existe, para quem existe, como que ele funciona, quais são os pontos e a importância da organização conseguir mantê-lo funcionando.

OS EFEITOS E 
..Como?

58 Esses treinamentos têm que ser feitos de forma periódica. Saindo e entrando gente da empresa, o treinamento tem que ser refeito. Fazendo alteração deste sistema de segurança o manual vai ser alterado e vai ser preciso um novo treinamento. Isso parece eterno, vai ser uma bolinha de neve o tempo todo: verificando, alterando, fazendo um novo treinamento, atualizando e por aí vai.

OS POSSÍVEIS 
..Como?

59 Para você implementar um programa de proteção de dados, você já tem que estar pensando em um programa de *compliance*, que nada mais é do que implementação de boas práticas e de governança dentro de uma organização.

60 Quando você fala que vai implementar um programa de proteção de dados e não faz uma forma conjunta por um com um programa de boas práticas com políticas decompõe-se nesse sentido. A própria LGPD tem um artigo falando disso, inclusive. Ela estabelece o artigo 50 no parágrafo 2º, inciso primeiro, que

estabelece o que um programa de governança em privacidade tem que ter, no mínimo. Isto é, se não estiver assim, não está bom.

OS EFEITOS E
..Por quê?

61

Esses pontos demonstram o comprometimento do controlador em adotar processos e políticas internas que assegurem o cumprimento, de forma abrangente, de normas e boas práticas relativas à proteção de dados pessoais, seja aplicável a todo o conjunto de dados pessoais que estejam sob seu controle. Independente do modo como se realizou sua coleta, adaptada a estrutura, escala e ao volume de suas operações, bem como a sensibilidade dos dados tratados.

OS POSSÍVEIS
..O quê?

62

Essa política tem o objetivo de estabelecer uma relação de confiança com titular por meio da atuação transparente e que assegure mecanismos de participação do titular e que esteja integrado a sua estrutura geral de governança, aplicando mecanismos de supervisão internos e externos, com planos de resposta a incidentes e remediação.

63

A partir de monitoramento contínuo e avaliações periódicas, o elemental do programa de proteção de dados é que não significa que esteja perfeito, mas que você precisa manter atualizado, para caso haja qualquer situação no seu sistema ele esteja atualizado. Principalmente se, lá na frente, acontecer algum problema, você tiver um vazamento de

64

dados. Na hora em que for se defender desse problema, você precisa mostrar que manteve o melhor programa de proteção de dados, que teve capacidade de mantê-lo atualizado.

65

Sofri um vazamento de dados por hackeamento. E aí o artigo 48 fala dessa questão: o controlador deverá comunicar à autoridade nacional e o titular da ocorrência de incidentes de segurança. Isso tem que ser feito de imediato, não existe um prazo legal nessa legislação, falando: - aconteceu o vazamento de um dado e você descobriu, a partir de agora você

OS EFEITOS E
..Quando?

66

tem sete dias úteis para poder informar. Não, não existe uma data, um prazo certinho. Mas a lei fala em prazo razoável. Em um vazamento, prazo razoável para mim é dentro de 24 horas. Isto é, você descobriu o vazamento, tem

67

que informar no máximo dentro de 24 horas e mostrar tanto para a autoridade nacional quanto para o titular daquele incidente tudo que você está fazendo para resolver aquele problema.

..Como?
OS EFEITOS E

68

Sobre o vazamento, você deverá no mínimo descrever a natureza do dado pessoal que foi afetado. Vamos supor que eu, Mariana, estou aqui com várias informações de identificação do meu cliente e por algum motivo um hacker entrou no meu sistema e pegou dados do cpf e nome completo dele. Se eu identifiquei que foi esse o dado levado, é esse o dado

69

que eu tenho que informar que foi afetado.

..Como?
OS EFEITOS E

70

Além de indicar as medidas técnicas de segurança utilizadas para a proteção dos dados, tenho que informar tanto para a Autoridade Nacional quanto para o meu cliente tudo que eu já foi feito até hoje para proteger seus dados dentro da minha organização. Tenho que mostrar o manual criado, mostrar que todos os meus funcionários e colaboradores foram treinados para entender o manual e utilizá-lo, tenho que mostrar quais foram as medidas tomadas até hoje relacionadas a TI. Se o dado for físico tem que mostrar para ele como que funciona o meu sistema de entrada e saída de documento, e os riscos relacionados ao incidente. Se você consegue descobrir quem foi a pessoa que

pegou aquela informação ou que deixou vaziar informação, para onde a informação foi vazada.

OS EFEITOS E
..Como?

71

A partir do momento de um vazamento de dados, a gente fala de várias possibilidades jurídicas. Uma delas é que a própria Agência Nacional vai instaurar um procedimento contra você para verificar qual foi o erro, se você realmente fazia algo para proteger os dados. Antes dela determinar se você teve culpa no erro, você irá realizar diversas funções sinalizadas pela própria Autoridade Nacional que poderá, caso necessário para a salvaguarda dos direitos dos titulares, determinar ao controlador a adoção de providências, tais como: ampla divulgação do fato nos meios de comunicação e medidas para rever ou mitigar os efeitos. Essa segunda possibilidade é, sem dúvida, a primeira medida que a agência nacional vai mandar você realizar. Já a questão da ampla divulgação é, por exemplo, o que gente já viu em casos na mídia de bancos que tiveram dados roubados por algum hacker e o hacker pediu um pagamento em bitcoins dentro de 48 horas. Isso aconteceu, por exemplo, com o Banco Inter em 2017, quando a gente ainda não tinha a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. O Banco Inter soltou uma nota falando que eles tinham sido hackeados mas que ele já tinham tomado as medidas necessárias para tentar mitigar o problema.

72

Isso é muito importante. Isso é muito preocupante mas é importante. A questão da divulgação em algum meio, dependendo do grau de divulgação da informação, inclusive como no caso do Banco Inter se tornaria difícil você entrar em contato com cada cliente que teve a informação vazada: imagina entrar em contato pessoalmente com milhões de clientes que tiveram informações vazadas? É muito difícil isso acontecer! Mas aí quando se divulga o e-mail em algum meio de comunicação nacional, quem é cliente do banco vai entrar em contato para descobrir se a informação dele, no caso seus dados pessoais, foram alguns dos vazados. E, nesta situação, o Banco é obrigado a informar se era ou não, até porque o titular do dado tem o direito de saber se algum dado foi violado e desprotegido.

73

O Juiz vai avaliar a gravidade do incidente a partir da eventual comprovação de que foram adotadas medidas, técnicas adequadas que tornaram os dados pessoais afetados inteligíveis. Então, tem que deixar o mais claro possível para agência nacional e particular do dado que a gente fez de tudo que era possível, tudo que estava ao nosso alcance a gente fez.

OS POSSÍVEIS
..Como?

74

A gente tem que tentar investigar o dano que vai gerar, seja ele financeiro ou reputacional. De onde for, tem-se que deixar muito claro que tentamos fazer de tudo e mostrar transparência, porque em legislações como essas, a transparência é sempre a manutenção de uma conversa em que não há dúvida se o outro está falando a verdade ou não.

OS EFEITOS E
..Como?

75

Esse é o objetivo das sanções em caso de descumprimento da Lei. Na LGPD os agentes de tratamento de dados, em razão das infrações cometidas ficam sujeitos a sanções administrativas que só a Agência Nacional pode aplicar. Importante: o titular do dado não vai poder aplicar contra alguém que vazou dado. Não, isso é uma determinação que só Agência Nacional pode fazer, porque só ela é autoridade capaz de instaurar um procedimento para verificar se você fez o que deveria ter feito.

OS EFEITOS E
..Como?

76

Se ela entender que sanções são necessárias, a primeira delas é a advertência,

OS EFEITOS E
..Como?

com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas. É a mais branda e na maioria dos países, em todos os casos que acontecem algum vazamento essa advertência vai ser pelo menos a primeira a ser implementada. Porque muitas vezes a empresa vai conseguir comprovar que ela protegeu o dado. Mas, ao fazer isto, a agência tem que fazer algum tipo de punição para que aquela empresa esteja advertida para que não aconteça novamente.

..Quanto?
OS EFEITOS E

77 Muito provavelmente, se essa advertência acontecer pela segunda vez, aí que a coisa já começa a ficar mais apertada. Essa multa simples pode ir de dois por cento do faturamento da pessoa jurídica de direito privado, grupo ou aglomerado no Brasil no seu último exercício. Eles usam essa questão do último exercício o que impede que, caso você esteja violando alguma coisa de legislação, por que é o último exercício que você declarou para Receita. Então é muito mais fácil a multa ser aplicada a algo que é mais recente dentro da sua empresa do que ao seu atual exercício, que ainda não está finalizado. As multas geralmente, assim como na Lei Anticorrupção, sempre vão ser voltadas ao último exercício.

OS EFEITOS E
..Quanto?

78 Aí a gente tem a exclusão dos tributos e limitação na multa por infração de até 50 milhões de reais. Claro, uma multa de 50 milhões de reais estamos falando de multinacional. Não tem como a agência ter uma racionalidade na hora de implementação da multa, ela tem que saber se é uma eireli, uma microempresa ou uma multinacional, um limitada... e por isso também que é baseado no último exercício da empresa.

..Quanto?
OS EFEITOS E

79 Para ela ter noção, a multa vai quebrar o empresa pois são diárias, observando essa questão do limite do valor. Vamos supor que o problema aconteceu: vasou um dado e ele segue sendo utilizado. A empresa ainda não conseguiu controlar o vazamento dos dados e eles seguem sendo utilizados. Toda hora aparece um dado novo em alguma mídia social, algum jornal, alguma coisa do tipo. Aí a Agência Nacional pode aplicar uma multa diária enquanto a empresa não conseguir proteger os dados ou parar aqueles que estejam sendo usados.

..Por quê?
OS POSSÍVEIS

80 Nada nessa vida, principalmente no mundo em que tudo é rede social, nada mais importante do que a reputação. Às vezes uma publicação sobre a infração pode ser até pior do que uma multa simples ou uma multa diária e o bloqueio dos dados pessoais a que se referem a inflação até a sua regularização e isso pode ser feito também. A Agência Nacional pode ter um controle, entrar na empresa e falar: - olha, tais dados foram vazados. A gente tá vendo que vocês ainda não conseguiram regulamentar a questão. Então, estamos bloqueando o uso desses dados até que vocês regulamentem a proteção interna. Caso tenha algum dado físico, eles vão levar tudo embora. Vão bloquear de forma online os sistemas, vão pegar os documentos físicos e vão ficar em posse deles até vocês consigam regulamentar a questão e a eliminação dos dados pessoais.

OS EFEITOS
..Como?

81 A questão da eliminação é muito problemática. Nem sei como é que a agência nacional vai conseguir lidar com isso. Talvez essa seja uma das funções que menos será utilizada, porque a eliminação dos dados implica em diversas questões. A primeira de todas é você não conseguir prestar o serviço que você precisa continuar, se o titular do dado resolveu seguir com o contrato com você mesmo com vazamento de dados. Mas se você tem o dado eliminado e não pode mais utilizar

82 através de decisão, como é que você trabalha? Não trabalha.

83

OS EFEITOS E
..Quem?
OS POSS
..Como?

84 Toda empresa deverá nomear um colaborador para ser o responsável, aquele quem vai cuidar dessa proteção de dados.

85 Esse nome pode ser "responsável por proteção de dados" ou "gerente de proteção de dados". Uma das maiores preocupações das empresas brasileiras: - nossa, então vou ter que contratar mais um funcionário. Olha, sim você vai ter que contratar alguém para fazer isso. Mas você já pode ter alguém dentro da sua empresa e determiná-lo a cuidar desses dados. Tudo o que acontece em relação ao vazamento de dados ou proteção deles tem que ser resolvida por esse profissional.

OS EFEITOS E
..Quem?

86 Esse responsável da empresa pode ser um sócio. Por exemplo, a empresa tem cinco sócios, é legal você ter rotatividade. Assim, a cada ano um sócio assume essa posição.

OS EFEITOS E
..O quê?

87 A Autoridade Nacional de Proteção de Dados não foi criada pela lei. Estava previsto que deveria ser criada pela legislação, mas só foi criada através da medida provisória 869/2019. Ela determina sobre o colaborador, a elaboração de relatórios de impactos à proteção sejam mensais, trimestrais, anuais, semanais: do jeito que a empresa achar que tem que ser. É importante ter algum responsável, por que a qualquer tempo e modo a Autoridade Nacional pode te acionar: - eu quero que em tantos dias você me mande um relatório através do seu controlador de todos os dados que vocês possuem, de como eles estão sendo controlados, quais são as medidas preventivas.

88 A qualquer tempo ela vai poder fazer isso e você não pode não cumprir, você tem que respeitar e é por isso a importância de ter alguém responsável por isso.

89 Afinal, quando será iniciada a vigência desta legislação? Essa é a pergunta que não quer calar! O que a gente precisa entender é que a LGPD não está valendo ainda, ela não entrou em vigência. A medida provisória 869 tinha definido inicialmente que a LGPD começaria a valer 18 meses após a publicação dela - o que seria então fevereiro de 2020. Aí foi modificada essa medida provisória pela lei 3.853, onde então a vigência se daria com 24 meses após a publicação: aí passou para agosto de 2020 e esse agosto de 2020 foi o que mais durou tempo. E aí, de repente somos surpreendidos com uma pandemia pelo mundo. O que começou a se discutir novamente se a vigência ideal era de se começar em agosto desse ano.

90 Aí veio a medida provisória 959/2020 e falou assim: não, ela não vai começar a valer agora em agosto. Tem empresas que não estão preparadas em função da crise econômica, não vai dar para começar. Só em maio de 2021.

91 Uma medida provisória tem um prazo de validade que, se eu não me engano é de 120 ou 180 dias. Contudo a gente tem um impasse: neste momento o senado aprovou o projeto de lei 1.179 de 2020, determinando que a vigência da legislação se mantém em agosto de 2020, com a exceção da aplicação daquelas penalidades só para agosto 2021.

..Quando?
OS EFEITOS E

92 Então a validade vai ser da seguinte forma: agora em agosto de 2020 a LGPD já vai estar funcionando, o que significa que a sua empresa tem que estar muito preocupada e já ter pensado em se proteger. Preocupada com qualquer questão relacionada à proteção de dados, desde fazer os manuais, os treinamentos, buscar ter tudo aquilo que eu falei.

..Quando?
O CONTEXTO

93 Eu não sei de verdade o que que o Congresso Nacional e o Presidente então realmente querendo fazer. Eu acho que a gente já vem adiando há muito e sempre precisa de mais tempo para conseguir resolver, para conseguir entender o que tem que fazer, como proteger e tudo mais. Quanto mais a gente adia mais a gente continua sem fazer nada. Estamos com uma legislação aprovada desde 2018, publicada desde 2018 e tem empresa que só começou a pensar em implementar agora, em 2020, no ano em que ela ia entrar em vigência.

..Como?
OS EFEITOS

94 **Gustavo:** todos os contratos em vigência tem que ter aditivo para incluir as cláusulas da LGPD?

95 - sim todos os contratos. Se você quiser, Gustavo, como talvez não sejam muitos contratos, não é muito difícil a gente entrar em contato com cliente. Agora, se forem grandes quantidades de contratos, para você fazer esse aditivo através do Google perguntas. Você elabora um contrato padrão aditivo, incluindo as questões da proteção de dados e aí você manda para o cliente com o Google Perguntas, perguntando se ele está de acordo com aquelas modificações e pedindo para ele assinar de forma virtual. Aí você imprime e coloca anexado ao contrato original.

OS POSSÍVEIS
..Como?

96 **Maria:** é complicado de fazer contrato quando o órgão é público. Numa realidade de uma autarquia não se tinha muito esclarecimento de como seria essa aplicação da lei, porque a gente demanda de muitos dados para cadastrar pessoas. A gente é um controlador e também às vezes até o próprio tomador dos dados, com uma estrutura bastante limitada no que se refere à relatório de tecnologia de informação. Nem sempre nós temos uma equipe de tecnologia. E aí, como que seria no caso de uma autarquia? Porque algumas multas são referentes a 10% do faturamento em organizações privadas. Mas e quando se trata de uma autarquia?

97
98 - eu entendo muito seu problema. Inclusive, acho que a Legislação foi falha com relação à questão de Administração Pública. Como que a própria Administração Pública vai resolver essa questão? Porque, querendo ou não, são os maiores detentores de qualquer tipo de dado. O vocês podem fazer é pensar em novas formas para tentar se adaptar. Uma possibilidade é fazer uma publicação no site ou através de uma mala direta. Um contato chamando para uma reunião, explicando que estão tentando se adequar, que não tem uma forma de pedir para todos assinarem um aditivo, que já estão implementando um projeto de proteção de dados aqui.

OS EFEITOS
..O quê?

99 **Mara:** no caso dos Conselhos, o que determinaria o término do tratamento dos dados dos inscritos? E o inscrito parou de pagar, excluiu a matrícula, aposentou e às vezes ele exclui por vontade própria. O que ficaria armazenado com o término? - vocês estão no conselho, tem obrigação legal de guardar certos dados, pois se um dia precisar apresentar daqui 30 anos que o conselheiro x que faleceu 30 anos atrás, tinha o número tal no conselho, vocês precisam ter essa informação. Então, entendo que vocês como conselho não tem como deletar dados, mas vocês precisam protegê-los. Agora vamos supor que vocês tinham por algum motivo um documento muito particular dessa pessoa que faleceu. Vocês vão excluir ou devolver o que for, vão ter que ter um controle para saber quais são as informações que vocês vão ter de todo

100 **Vicente:** quando você fala de contrato, pela Lei da Transparência, cada site de conselho tem que ter o link de

101 transparência, onde você tem que publicar um monte de dados que se

OS POSSÍVEIS
..Quanto?

102 chocam com a LGPD. Se você
103 pensar que um Conselho, de quatro em quatro anos, tem uma mudança nos
gestores, fica muito difícil para gente
104 conseguir se adaptar.
- eu entendo sua dor e acho que é a de milhares de organizações,
principalmente as públicas que são muito carentes de recursos. O Governo
Brasileiro se baseou muito em legislações internacionais para fazer a nossa e
deixou de pensar na adequação brasileira. A gente tem que lidar com
empresas de todos os tipos e tem um setor público que sempre carece de
recursos para poder fazer a implementação de programas desse tamanho.
Vocês tem uma obrigação com a Lei de Transparência, então sempre que você
tiver que apresentar dados com as informações pessoais de pessoas por causa
da Lei de Transparência, fiquem tranquilos que estarão resguardados. Se for
possível deixar algum dado de forma mais anônima, faça-o.

..Como?
OS EFEITOS E

105 **Santiago:** é um assunto extremamente complexo. O conselho regional é um
operador ou um controlador? O federal é quem responde? Por exemplo:
trabalhamos muito com currículo lattes. Até que ponto o currículo lattes,
embora seja disponibilizada, mas é uma vida toda profissional do indivíduo. Até
que ponto nós podemos utilizar esse dado para fazer alguma coisa?
106 - o currículo lattes que você falou, você tem acesso porque foi fornecido pelo
titular ou porque foi lá pesquisar sem ele saber? - Sem ele saber. Então é dado
público. Vamos supor que eu dei os meus dados para o Marcelo utilizar para
uma coisa específica do Conselho, e aí você tava precisando dos meus dados
para me processar judicialmente. O Marcelo vai passar os meus dados para
você, mas o Marcelo não tem esse consentimento. Agora, a partir do momento
que eu, Mariana, publicizando os meus dados de forma pública é diferente.

..Quem?
OS EFEITOS E

107 **Anitta:** a gente tem aqui no formato de papel e arquivo uma série de dados,
pastas com fotos, documentos,
108 toda a vida desse profissional. Atualmente, através de resoluções normativas, a
gente já tinham contrato com uma empresa que era uma mistura de um
sistema de informação dos nossos dados. O Conselho Federal também colocou
uma resolução normativa liberando que a gente pudesse pegar esses
documentos no papel e mandar para uma empresa de arquivamento. E essa
empresa vai digitalizando a medida que a gente vai necessitando dessas
informações. Que tipo de comprometimento tenho que ver com esses meus
fornecedores de arquivamento de digitalização de documentos de
cadastramento? Vou ter que pedir de que tipo de compromisso junto comigo
para me segurar? Às vezes foi o parceiro que vazou dado: a responsabilidade é
de quem contratou o fornecedor?
109 - o seu parceiro vai ter que lidar com dados que você forneceu e no seu
contrato com o titular do dado incluir uma cláusula desse estilo, destacando
que ele não vai passar aqueles dados para ninguém e que se compromete a
possuir uma proteção de dados interna. Por mais que tenha que trabalhar em
cima dos dados que você forneceu, também se compromete a manter a
mesma postura- ou melhor - adotada por você em relação à proteção. Porque,
caso algum vazamento de dados ocorra através dele, ele vai ser responsável
junto com você.

110 **Mário:** sobre os próprios empregados dos conselhos possuem seus dados
dispostos nos portais da transparência. Muitos dados que poderiam estar sobre
a égide da proteção da lei. Essa questão dos empregados é um dado público mas

OS POSSÍVEIS
..O quê?

- 111 ao mesmo tempo, se a gente for discutir juridicamente é também o dado pessoal e pode, inclusive, ser sensível.
- 112 - sua pergunta é sensacional e também sem resposta. Acho que esse foi um dos pontos que não se pensou. A gente precisa que a Lei de Transparência siga sendo transparente. Precisamos que ela siga existindo, que exista a publicização do nome, do salário que o servidor recebeu, apesar de ser sim dado sensível. Eu não tenho dúvida de que a divulgação do seu nome
- 113 completo com o salário que você recebeu no mês de abril de 2020 sejam dados sensíveis. Como é o valor que você recebe as pessoas sabem quanto está entrando na sua conta todo mês. Eu tenho certeza que a gente vai ver muita ação judicial de gente querendo bloquear o próprio dado sensível em questões como essas. Mas aí é aquela questão: existem coisas na Legislação que, se o direito a liberdade particular está batendo de frente com a
- 114 liberdade e a necessidade pública, o público vai passar na frente do privado.
- 115 Em regra todo o processo é público, então se é público todo mundo pode ter acesso aquela informação ou exceções dos casos que vão ser sensíveis. Por exemplo, uma ação de família sempre é um caso sensível, então vai ser um caso que sempre vai ter sigilo judicial e só quem é detentor daquela ação pode ter acesso.
- 116 **Raíssa:** a figura desse encarregado pela proteção de dados pessoais pode não ser uma pessoa, mas um grupo, uma comissão?
- 117 - sim, sem problema nenhum. Inclusive tem muita gente que acha que isso é melhor, porque dependendo do tanto de dado que você tem que controlar, talvez seja muita coisa e você não dê conta. Por isso, pode ter um departamento de
- 118 Proteção de Dados se for necessário.
- 119 A partir do momento que você se dispõe a participar de uma coisa que você sabe que está sendo gravada, que tem pessoas do Brasil todo, porque é uma palestra, um seminário. Eu acho que eu não vejo problema em ele se tornar público. E se você tiver pedido o consentimento já está bom. Vamos supor que você estivesse em um lugar físico cheio de gente e tivesse sendo gravado e que fosse transmitido ao vivo também no youtube. Entrando lá se dá um papelzinho pedindo o consentimento da gravação, porque as pessoas também tem direito de falar "eu não quero aparecer ali e pronto" mas ela também tem que entender que se não quer aparecer, vai ter que escolher então não participar.
- 120 O assunto é polêmico e ainda oferece mais dúvidas que soluções na verdade. Nossas leis precisam ser elaboradas para revisão das atividades que serão oferecidas a todos os envolvidos. Verificamos as inconsistências, as dificuldades e as incoerências e divergências. Eu fico muito grata e feliz porque essas dores me fazem, como profissional, pensar em diversas outras coisas que às vezes ainda não tinha pensado.

OS POSSÍVEIS
..O quê?

APÊNDICE F

Transcrição do vídeo da ABERJE

O CONT
..O quê?
OS POSSÍVEIS IMP
..O quê?

O CONTEXTC
..Quem?

O CONTEXTC
..O quê?

..Como?
OS EFEITOS E

OS EFEITOS E
..Por quê?

OS EFEITOS E
..Onde?

OS EFEITOS E
..Como?

OS EFEIT
..Por quê

1 Olá, eu sou Caio Oliveira, mestre em direito pela USP, advogado com atuação especializada em privacidade e proteção de dados pessoais e professor dos cursos da ABERJE.

3 Hoje nós vamos falar sobre um tema muito importante: a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Essa é uma Lei que muita gente se questiona. Será que ela é aplicável ao meu modelo de negócio? Será que ela vai impactar as relações de tratamento de dados pessoais

4 que realizo na minha empresa? E a resposta é que possivelmente sim. Sim porque essa é uma lei geral e o geral se opõe ao setorial. Leis setoriais se aplicam a determinados modelos de negócios, como uma lei setorial para a saúde, uma para área financeira, para a bancária. Essa é uma lei geral: o que significa que vai se aplicar a todos os modelos de negócios que realizam o tratamento de dados pessoais.

5 Quando pensamos em dado pessoal a primeira coisa que vem à nossa cabeça são conceitos como nome, RG, o CPF de uma pessoa. Mas a lei por entender que a gente vive uma economia movida e orientada por dados pessoais, e o mundo em que cada vez mais compartilhamos informações pessoais, ela apresenta o conceito abrangente de dado pessoal.

7 Ela vai dizer que dado pessoal é a informação relacionada a uma pessoa que possa ser identificada. Isso significa que não somente aquela informação que você identifica com a biometria vai ser considerada. Outros dados que levam a identificação de uma pessoa também são considerados como dado pessoal aos olhos da Lei.

8 É necessário que se analise cada hipótese de tratamento que a empresa faça, com muito zelo e com muita atenção"

9 A lei também apresenta um exemplificativo amplo do que seria tratamento dos dados.


10 Então, desde a coleta ao descarte, qualquer operação que você faça com dados pessoais é considerada como a hipótese de tratamento. Recepção, armazenamento ou compartilhamento de qualquer dessas atividades é sim considerada uma hipótese de tratamento. Então, diante desse cenário, é importante que as empresas entendam o ciclo de vida dos dados pessoais.

12 Onde eu recebo meus dados, se meu parceiro está adequado à lei. Se tenho um mecanismos para responder aos titulares questões como: com quem compartilho, onde armazeno... Então, todo esse ciclo da coleta ao descarte é importante.

13 Segundo ponto: é importante que se tenha uma base legal para realizar um tratamento de dados pessoais e fundamentá-lo. Antigamente, no Brasil, somente o consentimento já bastava. Hoje em dia a Lei apresenta bases legais que podem fundamentar o seu tratamento, como cumprimento e execução de contrato por meio de uma obrigação legal.

14 É importante visitar todas as políticas da empresa para ver se elas estão de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados: política de retenção, política de acesso e segurança, plano de governança, os termos de uso, política de privacidade. É muito importante que é esses documentos sejam específicos para a sua empresa e que não sejam "copia e cola" de outra, porque as regras devem se aplicar ao seu modelo de negócio e não de um

15

OS EFEITOS E 
..Por quê?

OS EFEITOS E 
..Como?

OS POSSÍVEIS 
..Por quê?

terceiro.

16 Importante também ter um mecanismo, um canal para atender os direitos dos titulares, onde eles podem solicitar correção, exclusão ou informações sobre com quem você compartilha os dados. É muito

17 importante que você tenha um canal de atendimento para esses titulares.

18 Esse pequeno vídeo não esgota o tema que é muito complexo e longo, mas só umas pílulas de informações que a gente traz aqui para vocês.

APÊNDICE G

Termos citados na unidade “O contexto para criação da LGPD”

Palavra	Frequência	Ranking	Em quantos documentos?	Palavra	Frequência	Ranking	Em quantos documentos?
não	28	1º	2	física	4	17º	1
dados	18	2º	2	Geral	4	17º	2
gente	18	2º	1	importantes	4	17º	1
dado	14	4º	2	informação	4	17º	1
pessoais	10	5º	2	informações	4	17º	1
qualquer	10	5º	1	LGPD	4	17º	1
Lei	8	7º	2	modelos	4	17º	1
mais	8	7º	1	muita	4	17º	1
só	8	7º	1	muito	4	17º	2
está	6	10º	1	negócios	4	17º	1
fala	6	10º	1	nome	4	17º	1
geral	6	10º	1	pessoal	4	17º	1
lei	6	10º	1	precisa	4	17º	1
porque	6	10º	1	principalmente	4	17º	1
sobre	6	10º	1	proteção	4	17º	1
também	6	10º	2	Proteção	4	17º	2
alguém	4	17º	1	publicada	4	17º	1
aquela	4	17º	2	quanto	4	17º	1
atividade	4	17º	1	sensível	4	17º	1
coisa	4	17º	1	setorial	4	17º	1
contratos	4	17º	1	significa	4	17º	1
CPF	4	17º	1	tanto	4	17º	1
Dados	4	17º	2	tipo	4	17º	1
desde	4	17º	1	tudo	4	17º	1
digital	4	17º	1	utilizados	4	17º	1
empresa	4	17º	1				

APÊNDICE H

Termos citados na unidade “Os efeitos e os processos organizacionais a partir da LGPD”

Palavra	Frequência	Ranking	Em quantos documentos?	Palavra	Frequência	Ranking	Em quantos documentos?
dados	106	1º	2	bem	4	80º	1
não	50	2º	2	Brasil	4	80º	2
dado	40	3º	1	cada	4	80º	2
proteção	34	4º	1	Caso	4	80º	1
empresa	26	5º	2	claro	4	80º	1
titular	26	5º	1	cláusula	4	80º	1
muito	24	7º	2	colaborador	4	80º	1
forma	20	8º	1	coleta	4	80º	2
Nacional	20	8º	1	compromete	4	80º	1
à	18	10º	1	contra	4	80º	1
mais	18	10º	1	controle	4	80º	1
consentimento	16	12º	2	delas	4	80º	1
documento	16	12º	1	dentro	4	80º	1
gente	16	12º	1	Depois	4	80º	1
só	16	12º	1	desde	4	80º	2
também	16	12º	2	dessas	4	80º	2
Lei	14	17º	2	dia	4	80º	2
está	12	18º	1	dias	4	80º	1
informação	12	18º	1	direitos	4	80º	2
legal	12	18º	2	dois	4	80º	1
medidas	12	18º	1	eliminação	4	80º	1
porque	12	18º	2	empresas	4	80º	1
tudo	12	18º	1	enquanto	4	80º	1
Agência	10	24º	1	estilo	4	80º	1
aqueles	10	24º	1	exclusão	4	80º	2
até	10	24º	1	execução	4	80º	2
através	10	24º	1	exemplo	4	80º	1

Autoridade	10	24°	1	física	4	80°	1
caso	10	24°	1	forneceu	4	80°	1
coisa	10	24°	1	fraquezas	4	80°	1
documentos	10	24°	2	funcionando	4	80°	1
qualquer	10	24	2	Google	4	80°	1
questão	10	24	1	hora	4	80°	1
responsável	10	24	1	interna	4	80°	1
tenha	10	24	2	irá	4	80°	1
controlador	8	37°	1	lidar	4	80°	1
Dados	8	37°	2	Mariana	4	80°	1
documentação	8	37°	1	medida	4	80°	1
estão	8	37°	2	melhor	4	80°	1
informações	8	37°	2	minha	4	80°	1
pessoa	8	37°	1	modo	4	80°	1
precisa	8	37°	1	momento	4	80°	1
sobre	8	37°	2	muita	4	80°	2
tipo	8	37°	1	Muito	4	80°	1
treinamento	8	37°	1	Não	4	80°	1
vazamento	8	37°	1	necessário	4	80°	2
aditivo	6	48°	1	necessários	4	80°	1
aquele	6	48°	1	ninguém	4	80°	1
comunicação	6	48°	1	nome	4	80°	1
criada	6	48°	1	nosso	4	80°	1
cumprimento	6	48°	2	num	4	80°	1
desse	6	48°	1	olha	4	80°	1
elaboração	6	48°	1	organização	4	80°	1
físicos	6	48°	1	original	4	80°	1
for	6	48°	1	padrão	4	80°	1
Geral	6	55°	2	Porque	4	80°	1
hipótese	6	55°	1	possível	4	80°	1

LGPD	6	55°	1	prazo	4	80°	1
manual	6	55°	1	primeiro	4	80°	1
Marcelo	6	55°	1	procedimento	4	80°	1
multa	6	55°	1	própria	4	80°	1
novo	6	55°	1	pública	4	80°	1
obrigação	6	55°	2	relações-públicas	4	80°	1
onde	6	55°	2	serviço	4	80°	1
pessoal	6	55°	1	significa	4	80°	1
podem	6	55°	2	simples	4	80°	1
política	6	55°	1	sistemas	4	80°	1
políticas	6	55°	2	situação	4	80°	1
posse	6	55°	1	suas	4	80°	1
Proteção	6	55°	2	tais	4	80°	1
quais	6	55°	1	tanto	4	80°	1
relatório	6	55°	1	técnicas	4	80°	1
sanções	6	55°	1	termos	4	80°	2
sócio	6	55°	1	titulares	4	80°	2
te	6	55°	1	Transparência	4	80°	1
terceiro	6	55°	2	treinamentos	4	80°	1
todas	6	55°	2	Tudo	4	80°	1
uso	6	55°	2	agentes	4	80°	1
acesso	4	80°	2	ainda	4	80°	1
acordo	4	80°	2	alguém	4	80°	1
administrativas	4	80°	1	alteração	4	80°	1
adoção	4	80°	1	aquela	4	80°	1
advertência	4	80°	1	Vamos	4	80°	1
vida	4	80°	1				

APÊNDICE I

Termos citados na unidade “Os possíveis impactos sociais resultantes da LGPD”

Palavra	Frequência	Ranking	Em quantos documentos?	Palavra	Frequência	Ranking	Em quantos documentos?
gente	14	1º	2	empresas	4	17º	1
não	14	1º	2	forma	4	17º	1
vai	14	1º	1	informação	4	17º	1
muito	12	4º	2	judicial	4	17º	1
mais	11	5º	1	legislações	4	17º	1
dado	10	6º	1	LGPD	4	17º	1
pode	10	6º	1	liberdade	4	17º	1
frente	8	8º	1	maiores	4	17º	1
público	8	8º	1	muita	4	17º	2
ação	6	10º	1	multa	4	17º	1
até	6	10º	1	Pública	4	17º	1
Lei	6	10º	2	sensível	4	17º	1
porque	6	10º	1	só	4	17º	1
questão	6	10º	1	tipo	4	17º	1
vida	6	10º	1	titular	4	17º	1
dados	5	16º	1	transparência	4	17º	1
à	4	17º	1	Transparência	4	17º	1
acesso	4	17º	1	tudo	4	17º	1
Administração	4	17º	1	verdade	4	17º	1
ainda	4	17º	1	implementação	3	17º	1
aquela	4	17º	1	organização	3	17º	1
autorização	4	17º	1	proteção	3	17º	1
caso	4	17º	1	contratar	4	17º	1
coisas	4	17º	1				



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Pró-Reitoria de Graduação
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar
Porto Alegre - RS - Brasil
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564
E-mail: prograd@pucrs.br
Site: www.pucrs.br