

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – RELAÇÕES PÚBLICAS**

Mariana Beck Moreira

**APROPRIAÇÕES E USO DE *SOFTWARE* NA ÁREA DE
RELAÇÕES PÚBLICAS**

**Santa Maria, RS, Brasil
2018**

Mariana Beck Moreira

**APROPRIAÇÕES E USOS DE *SOFTWARE* NA ÁREA DE RELAÇÕES
PÚBLICAS**

Projeto Experimental apresentado ao Curso de Graduação de Comunicação Social – Relações Públicas, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do grau de **Bacharel em Relações Públicas**.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Carlise Schneider Rudnicki

**Santa Maria, RS, Brasil
2018**

Mariana Beck Moreira

**APROPRIAÇÕES E USOS DE *SOFTWARE* NA ÁREA DE RELAÇÕES
PÚBLICAS**

Projeto Experimental apresentado ao Curso de Comunicação Social - Relações Públicas, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do título de **Bacharel em Comunicação Social - Relações Públicas**.

Aprovada em 04 de Dezembro de 2018:

Carlise Porto Schneider Rudnicki, Dra. (UFSM)
Presidente/Orientadora

Elisângela Mortari, Dr^a (UFSM)

Verenice Zanchi Ms. (UNISC)

**Santa Maria, RS
2018**

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer à Universidade Federal de Santa Maria juntamente com os professores responsáveis pela minha formação profissional, instruindo e compartilhando conhecimento. Em especial, à professora Carlise por ter sido peça fundamental para conclusão desse projeto, auxiliando e colaborando com seu conhecimento teórico e prático e com a sua positividade frente aos problemas e dúvidas ao decorrer do projeto.

Agradeço a toda minha família por ser suporte durante o percurso da graduação e da vida. Em especial à minha mãe, por me propiciar estar concluindo esta etapa e ser exemplo de amor, dedicação, preocupação e assistência.

Aos meus avós, por serem o maior exemplo de amor, cuidado e integridade que tenho. Amo vocês!

Sou grata aos amigos que tenho que sempre estiveram ao meu lado em todos os momentos compartilhando a vida, experiências, dividindo dores e anseios e multiplicando alegrias e conquistas. Minhas colegas que por durante quatro anos dividiram conhecimento e companheirismo ao longo da graduação e se tornaram essenciais para finalizar esse processo. Obrigada pelo companheirismo de todos!

Agradeço ao Núcleo de Divulgação Institucional do CCR, em especial à Alice, que proporcionou durante quatro anos a experiência de trabalhar com uma assessoria e criar minhas primeiras noções práticas da profissão. Também a equipe NDI por dividir momentos, aprendizados, tarefas e risadas. Muito Obrigada!

Agradeço àquele que divide os dias comigo e me faz feliz. Sempre disposto a ajudar e a demonstrar amor. Obrigada por compartilhar a vida, te amo!

RESUMO

APROPRIAÇÕES E USO DE *SOFTWARE* NA ÁREA DE RELAÇÕES PÚBLICAS

AUTORA: Mariana Beck Moreira

ORIENTADORA: Carlise Porto Schneider Rudnicki

Este projeto experimental busca trazer ao debate uma reflexão a respeito da importância do profissional de Relações Públicas perante o uso e as apropriações de *softwares*, em especial no que se refere às atividades de mensuração e organização de dados. A metodologia apresentada neste trabalho é de cunho qualitativo e deu-se através de entrevistas com quatro pessoas da área de relações públicas que utilizam o *software Nvivo* e revisão bibliográfica também feita no *software* sobre a temática da comunicação organizacional, relações públicas e tecnologia. Foi utilizada a ferramenta “Frequência de Palavras” do *Nvivo 12 Pro* que gerou nuvem de 30 palavras mais frequentes em cada um dos projetos (Entrevistas e Revisão bibliográfica) como resultado de mensuração de dados. Os resultados gerados e a experiência própria foram subsídios para repensar na visão que a profissão tem frente ao mercado de trabalho, além de sermos vistos como estrategistas e assessores de comunicação, sermos reconhecidos também como cientista de dados.

Palavras-chave: *Nvivo*; Relações Públicas; Tecnologia.

ABSTRACT

APPROPRIATIONS AND USE OF SOFTWARE FOR THE PUBLIC RELATIONS AREA

AUTHOR: Mariana Beck Moreira

ADVISOR: Carlise Porto Schneider Rudnicki

This experimental project brings to the debate a reflection on the importance of the Public Relations professional have regarding the use and appropriation of support softwares, especially to the activities of measurement and data organization. The methodology presented in this work is qualitative and it was given through interviews with four people in the Public Relations area who use Nvivo software. This work also presents a bibliographic review about this software on the subject of organizational communication, Public Relations and technology. The "Frequency of Words" tool of Nvivo 12 Pro was used, which generated a cloud of 30 most frequent words in each project (Interviews and Bibliographic Review) as a result of data measurement. The results offer an opportunity to rethink the view that the Public Relations professionals has in front of the labor market, besides being seen as strategists and communication advisers, we are also recognized as a scientists.

Keywords: Public Relations; Nvivo; Tecnology.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Criação de Projetos	21
Figura 2 – Adição de arquivos	22
Figura 3 – Importação de arquivos	22
Figura 4 – Arquivos selecionados	23
Figura 5 – Criação de Nó	23
Figura 6 – Descrição de Nó	24
Figura 7 – Codificação de arquivos	24
Figura 8 – Seleção de Nó para codificação	25
Figura 9 – Classificação de caso	25
Figura 10 – Criação de Atributos	26
Figura 11 – Opção de classificação	26
Figura 12 – Atributos de classificação	27
Figura 13 – Valores de Atributos	28
Figura 14 – Seleção de classificação	29
Figura 15 – Aplicação dos Atributos	30
Figura 16 – Ferramenta Frequência de Palavras	30
Figura 17 – Execução de consultas e palavras impedidas	31
Figura 18 – Criação da Nuvem de Palavras	32
Figura 19 – Adição da Nuvem de Palavras ao Projeto	32
Figura 20 – Exportação da Nuvem de Palavras	33
Figura 21 – Relatórios.....	33
Figura 22 – Seleção de itens	34
Figura 23 – Exportação de Relatórios.....	34
Figura 24 – Opção de salvar	35
Figura 25 – Caixa de localização de palavras	36
Figura 26 – Nova Anotação	37
Figura 27 – Frequência de palavras das Anotações	37
Figura 28 – 30 palavras mais frequentes das Entrevistas	39
Figura 29 – 30 palavras mais frequentes da Revisão Bibliográfica	40

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Glossário de Termos	20
--------------------------------------	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
2 PROBLEMA	11
3 OBJETIVOS	12
3.1 OBJETIVO GERAL	12
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
4 JUSTIFICATIVA	13
5 REFERENCIAL TEÓRICO: INSPIRAÇÕES PARA AS ANÁLISES	14
5.1 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	14
5.2 A CONCEPÇÃO DE ESTRATÉGIA E APROPRIAÇÃO DE SENTIDOS PÚBLICOS	15
5.2.1 Tecnologia como estratégia	16
6 MÉTODOLOGIA DO PROJETO EXPERIMENTAL: O USO DO <i>SOFTWARE NVIVO</i>	18
6.1 DESENVOLVIMENTO DA METODOLOGIA	21
6.1.1 Entrevistas	21
6.1.2 Revisão de literatura	36
7 ANÁLISE DOS RESULTADOS	39
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
REFERÊNCIAS	42
APÊNDICES	43
ANEXOS	44

1 INTRODUÇÃO

Em tempos de constantes transformações, as estratégias organizacionais tendem a mudar rapidamente, rompendo com o curso linear dos processos. Um processo que se apresenta como base para a construção e reprodução das ações e papéis assumidos pelas áreas voltadas ao planejamento estratégico é a comunicação, em particular, a comunicação organizacional. Conhecendo seu nível estratégico, as organizações tendem a dar relevância a certos sentidos de caráter social que as legitimem frente à sociedade, autorizando-as a dizer e a praticar certas ações de natureza pública.

As organizações configuram-se como “[...] resultados provisórios (mudam permanentemente) da interação dos diferentes sujeitos-força” que com ela se relacionam (BALDISSERA, 2009a, p. 144). Ou ainda, a comunicação, entendida neste trabalho como “[...] um processo de construção e disputa de sentido” (idem, p. 153) é o pressuposto básico para a existência de toda e qualquer organização. Sua prática, sua gestão e sua existência dependem, impreterivelmente, de sujeitos em relação/interação e esses processos se configuram como de comunicação.

Vivemos e nos relacionamos em espaços “*off*” e “*online*”. Não contraditórios, eles se complementam e interagem em diversas mídias e plataformas, ou seja, temos uma cultura da convergência, conforme Henry Jenkins (2009) ressalta: espaços em que os fluxos de informação e velocidade no ambiente digital que ressignificam as necessidades e possibilidades de estratégias. Desse modo, é importante que o profissional de comunicação, em especial de Relações Públicas (RP), se adapte às mudanças tecnológicas proporcionadas por essas adaptações e fomente seu conhecimento na busca de otimizar tempo e obter resultados mais precisos para suas ações executadas ou em fase de planejamento.

A importância da área de Relações Públicas adentrar nas tecnologias digitais é devido ao fato de que através delas o profissional terá destaque por suas competências adquiridas e habilidades de interpretar e gerar relatórios condizentes com a realidade que a organização se encontra. Para isso, o estudo se justifica pelo interesse em ver os resultados que um Relações Públicas pode contribuir quando implementa uma análise ou um planejamento bem estruturado, multidisciplinar e os executa com êxito, criando, dessa forma, uma valorização da profissão como um cientista de dados.

A metodologia utilizada na construção desse projeto experimental é de cunho qualitativo. Conforme Antônio Gil (2002), a pesquisa qualitativa é aquela em que a análise não tem enfoque de seus resultados na forma numérica, mas em avaliar os resultados gerados por ela, adequado ao estilo e capacidade do pesquisador. Como instrumentos temos entrevistas semi estruturadas (perguntas desenvolvidas previamente para o entrevistado), com o objetivo de obter respostas diversas ou semelhantes sobre um mesmo assunto; em segundo, a análise documental temática, a partir da leitura e fichamento de textos sobre comunicação organizacional, relações públicas e tecnologia no *software Nvivo 12 Pro*.

2 PROBLEMA

Diante do cenário atual, e tendo em vista a hipótese de uma não atualização da área de Relações Públicas, em especial no que diz respeito a sua adaptação quanto a utilização de técnicas de mensuração e de controle de resultados a partir das tecnologias da comunicação e da informação, percebe-se a inconsistência do emprego dessas ferramentas pela área no mercado de trabalho. Emerge como problema as seguintes questões de pesquisa: Como a área de relações públicas vêm se apropriando das ferramentas advindas das novas tecnologias da comunicação e da informação? Que consequências se apresentam para a área?

3 OBJETIVOS

Abaixo segue o objetivo geral e os específicos, tendo em vista a proposta do projeto experimental.

3.1 OBJETIVO GERAL

Compreender como os alunos de comunicação - Relações Públicas têm se apropriado das tecnologias da comunicação e informação e quais as consequências para o seu cotidiano no mercado de trabalho.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

a) Mapear o uso e apropriações dos alunos de comunicação - Relações Públicas das tecnologias da comunicação;

b) Refletir sobre a importância da profissão de Relações Públicas e as novas tecnologias da comunicação e da informação;

c) Apresentar os resultados sobre a temática a partir do *software Nvivo 12 Pro*.

4 JUSTIFICATIVA

A escolha por um Projeto Experimental se deu pelo fato de entendermos que este modelo proporciona tanto a vivência como pesquisador, quanto a reflexão acerca da prática profissional nos mais diversos âmbitos. A reflexão sobre o papel estratégico das Relações Públicas, dado o contexto político e econômico, também se apresenta como relevante, tendo em vista os questionamentos e as adversidades, dentre elas a discussão atual em relação a um possível realocamento dos cursos de comunicação social nas ciências da administração. Outro fator importante se refere à possibilidade de produzir um experimento capaz de servir de subsídio para a área, em especial, pensando nas mudanças curriculares, dado que o profissional de Relações Públicas como um “cientista de dados” pode colaborar tanto para um reposicionamento no mercado de trabalho, quanto em relação às vivências na Universidade. Além disso, acredita-se que a discussão pode, inclusive, subsidiar discussões com o nosso conselho de classe (CONRERP), sendo que a função da área cada vez mais se amplia e carece de debates.

5 REFERENCIAL TEÓRICO: INSPIRAÇÕES PARA AS ANÁLISES

A seguir, apresentamos as teorias que inspiraram o desenvolvimento deste projeto experimental. A ideia não é aprofundar as discussões, por se tratar de uma experimentação, mas explicar e conectar, de forma geral, temas que são importantes para repensarmos a área de Relações Públicas a partir do uso e da apropriação das tecnologias pelos profissionais e da importância para a nossa área. Importante salientar que a proposta foi pensada a partir da própria experiência da autora, no sentido de experimentação da tecnologia, sem experiência anterior, o que representou um desafio. Destaca-se a resistência da utilização de um *software* e, após a apropriação, percebemos a facilidade e os benefícios gerados.

Como temas preponderantes, temos: a) a comunicação organizacional e a comunicação estratégica; b) apropriação de tecnologia e inserção no mercado de trabalho.

5.1 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Um dos caminhos possíveis para compreender a complexidade da Comunicação Organizacional é sugerido por Baldissera (2009, p.116), o qual a entende como “[...] o processo de construção e disputa de sentidos no âmbito das relações organizacionais”. Por ter caráter relacional e se constituir em um sistema aberto, a organização é constantemente tensionada, atravessada e constituída por uma diversidade de forças: do entorno, da sociedade, da cultura, da economia, dentre outras. Se por um lado, essas forças tendem a se exercer em sua (re)construção, por outro, a organização, como força, tende a agir na (re)construção da sociedade. Desse modo, ao mesmo tempo em que ela é produtora da sociedade é por ela produzida. Assim, apesar da sociedade tensionar a organização, nenhuma delas determina a outra por completo. Sempre há elementos-força e significados particulares que escapam/resistem às interferências do outro (BALDISSERA, 2009).

Assim, temos um caráter múltiplo e incerto do universo organizacional, decorrente da imprevisibilidade dos processos interativos, dos fluxos multidirecionais de sentidos que são atribuídos, das interferências de outros sistemas vivos, dentre outros fatores. Em vista disso, refletir sobre a Comunicação Organizacional é caminhar em

um terreno arenoso, incerto e mutável, exigindo, de acordo com Scroferneker (2008), permanente processo de (re)visitar definições e concepções contraditórias e complementares.

Ao observar a cultura organizacional, por exemplo, é possível verificar como essas disputas se exercem e (re)constroem os significados da organização. Os sujeitos, em interação, constroem certos significados que, ao se cristalizarem provisoriamente, tendem a constituir a “teia de significados” da qual fala Geertz (2008). Com base nessa concepção, o sujeito é ao mesmo tempo produtor e produto. Ele tece a “teia de significados” e é por ela tecido. É um processo contínuo de estabelecer normas, regras e valores à organização e, posteriormente, aceitá-los, praticá-los e reproduzi-los. Por isso, a cultura, assim como seus significados, estão em um contínuo processo de (re)construção a cada processo comunicacional. Cremos que a dimensão estratégica, cada vez mais, torna-se um desafio para a área, tendo em vista a vastidão dos dados, sua mensuração (*big date*) e o planejamento de ações nas plataformas digitais.

5.2 A CONCEPÇÃO DE ESTRATÉGIA E A APROPRIAÇÃO DE SENTIDOS PÚBLICOS

As discussões sobre estratégia não são recentes. Sun Tzu e Maquiavel foram precursores nesse debate: o primeiro, com escritos sobre estratégias em campos de batalhas e o segundo, com ensinamentos a esfera política. Mesmo remetendo ao século IV a.c e ao século XIV respectivamente, ambos ainda auxiliam e impactam as práticas de gestores organizacionais. Entretanto, apesar de alguns desses preceitos permanecerem válidos, o contexto contemporâneo exige outra reflexão em torno desse conceito.

Pérez (2006) ao criticar a debilidade teórica e a artificialidade dos modelos empregados para o desenvolvimento de estratégias organizacionais propõe a construção de uma Nova Teoria Estratégica (NTE) capaz de fornecer uma perspectiva mais complexa e abrangente sobre essa prática. Segundo ele, a crença na racionalização e na rigidez dos processos enquadram as estratégias em modelos universais de aplicação, sem considerar as características da sociedade atual, as quais se constituem em uma mistura de ordem e desordem, planejamento e incerteza, construção e reconstrução. Diante desses e de outros fenômenos, o autor afirma que

boa parte das estratégias (aproximadamente cinco em cada sete delas) fracassam em seus objetivos, principalmente, por problemas de incompreensão e de comunicação.

A realidade social, composta por sujeitos e organizações em interação, constitui a base para definição de estratégias de atuação, visto que sua construção depende do modo como os atores interpretam e agem frente à realidade. Assim, como cada um interpreta o mundo de modo distinto, é natural que ocorram diversos sentidos (polissemias) e visões acerca do mundo. Nessa perspectiva, ignorar tal polissemia em detrimento de uma visão monossêmica da vida é outra razão para o fracasso das estratégias comumente desenvolvidas pelas organizações. (PÉREZ, 2006).

Diante disso, as estratégias, de acordo com Pérez (2006), são formas de gerir o futuro, o que significa trabalhar com incertezas, possibilidades e especulações. Frente a isso, é necessário criar e prever, dentro de uma infinidade de futuros possíveis, alguns cenários prováveis e desejáveis. Esse processo exige imaginação, criatividade e inovação, elementos que, muitas vezes, carecem de atenção por parte dos gestores das organizações.

5.2.1 Tecnologia como estratégia

Estamos cercados de tecnologias em nosso cotidiano, e no processo comunicacional, não é diferente. A utilização dos avanços advindos das tecnologias da informação e comunicação são aliadas da comunicação de diversas formas, tanto como meio como ferramenta auxiliadora para estreitar relações, produção de conteúdo, mensuração de dados, entre outras diversas funcionalidades. Pensar tecnologia como estratégia possibilita considerar que sua função está amplamente relacionada com integração e convergência midiática.

Henry Jenkins (2009) considera que a convergência das mídias gera uma nova forma de comunicar, a qual incentiva a prática da comunicação integrada e a aproximação com outras áreas para trabalhar frente às novas mídias e suas demandas. Desse modo, é função do profissional se apropriar do que a tecnologia oferece e a utilizar como estratégia para atingir os objetivos e as demandas que são exigidas pelo mercado de trabalho e até mesmo para assegurar a eficácia da atividade executada.

Frente a isso, os *softwares* são ferramentas que auxiliam e dinamizam o trabalho com a finalidade de promover a praticidade para a realização de uma atividade e

potencializar a geração de resultados mais precisos e abrangentes, como por exemplo o *Nvivo 12 Pro*. Ao mesmo tempo em que as tecnologias se tornam espaços de atuação, refletem, também, espaços propícios ao conflito e a lugares de falar, e não de ouvir. Por esse motivo, mensurar a qualidade das relações, encontrar *gaps* e projetar possibilidades em cenários em constante movimento, se tornou uma tarefa que exige uma nova postura e um investimento em capacitação na área das tecnologias.

6 METODOLOGIA DO PROJETO EXPERIMENTAL: O USO DO SOFTWARE NVIVO

A metodologia deste projeto experimental é uma pesquisa qualitativa em que a análise não tem como objetivo trazer números, mas sim, avaliar os resultados gerados através de entrevistas semi estruturadas e revisão bibliográfica por meio do *software Nvivo 12 Pro* em forma de dois projetos: a) “Entrevistas” e b) “Revisão de Literatura”.

As práticas metodológicas têm apoio do uso da metodologia de informação, mais especificamente da ferramenta "Frequências de Palavras" no *Nvivo 12 Pro*. Este procedimento permite, entre outros recursos, importando bancos de dados estruturados e uso cruzado com material qualitativo. Com o surgimento de CAQDAS – Computer Assisted Qualitative Data Analysis, *software* de Análise de Dados qualitativa, também é possível exibir temas até então escondidos nas pesquisas, como as emoções e sensações. De acordo com Dwyer (2001) e Bazeley e Jackson (2013) tecnologia permite que o pesquisador para aplicar comparações sistemáticas entre as diferentes categorias de dados, permitindo um refinamento na organização e reflexão dos nossos dados. Nessa perspectiva, o desenvolvimento de *softwares* e aplicativos possibilitam a coleta contínua e descentralizada de dados sujeitos a análise para projetos de comunicação e desenvolvimento. Esta se refere à última etapa do projeto, em que os dados de campo são analisados e os relacionamentos são representados graficamente. É a qualidade das relações e seus *gaps* (ou melhor, alertas) que nos interessa mapear.

Quanto à entrevista, as perguntas elaboradas para aplicação foram baseadas na experienciação do uso de *software* para a área, são elas:

1. Você usa algum *software*, se usa, quais e para que?
2. No que é/foi usado o *software* para o desenvolvimento do seu trabalho?
3. Qual a motivação ou objetivo encontrado para trabalhar com o *Nvivo*?
4. Qual o maior desafio encontrado no uso do *Nvivo* ou de algum outro *software*?
5. O resultado gerado é o que você esperava?
6. Qual a credibilidade que o *software* passa para você?
7. Você acredita que é possível um profissional de outra área utilizar essa ferramenta como forma de avaliar métricas comunicacionais?
8. Qual a relevância da utilização da tecnologia (*software*) para a área de RP

9. Você considera relevante o uso dessas tecnologias (*Nvivo* ou *software* em geral?) como forma de gerar resultados?

As entrevistas foram realizadas com quatro mulheres da área de Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) / Faculdade de Comunicação Social (FACOS), sendo duas delas feitas pessoalmente e as outras duas por meio do *WhatsApp*. O número de participantes foi definido pelo aceite em participar do estudo e pela saturação dos dados e o critério de escolha se deu pela proximidade com a pesquisadora e conhecimento do *software*. As entrevistadas assinaram um termo de compromisso concedendo a publicação da entrevista (apêndice 1).

As respostas foram transcritas em arquivos individuais (anexo 1) e adicionadas ao projeto “Entrevista” no *Nvivo 12 Pro* com a criação de um nó denominado “Apropriação da Tecnologia”, com classificação de caso de “Pessoa” e atribuições de sexo (feminino ou masculino), idade (19, 21 ou 22 anos) e área de formação (ciências sociais aplicadas). Através disso, foi gerada uma nuvem de palavras que é a visualização das trinta palavras que aparecem mais frequentemente nos arquivos escolhidos e um relatório gerado automaticamente pelo *software*.

No projeto de Revisão de literatura, foram adicionados sete textos com as temáticas de comunicação organizacional e gestão; gestão estratégica de relacionamentos; redes; relações públicas e sociedade midiática; assessoria de comunicação organizacional e *Nvivo*. Foi criado um nó denominado “Comunicação Estratégica” codificado com textos de autores que falam sobre Comunicação e estratégia, sendo os principais: Rafael Pérez, Maria Helena Weber e Maria Aparecida. E como sub nó “Tecnologia” pois é vista como aparato estratégico e suporte dentro da comunicação estratégica. Quanto às três palavras chaves utilizadas nesse projeto para destacar trechos importantes para realizar a nuvem de palavras e até mesmo para o desenvolvimento e conclusão deste trabalho, foram: relações públicas; estratégia e tecnologia. Além da nuvem, o *software* também gerou relatório a respeito do que foi feito no arquivo do projeto.

Para facilitar o entendimento da execução do projeto dentro do *software*, trazemos abaixo uma tabela com os termos do *Nvivo* e suas descrições de funcionalidade:

Tabela 1 - Glossário de Termos

Termo	Definição
Fontes	Material de pesquisa que será analisado dentro do projeto, podem ser: -Fontes Internas: arquivos salvos no computador; -Fontes Externas: links da internet adicionados ao projeto.
Casos	É o assunto da pesquisa, o objeto de estudo (pessoa, lugar, organização, temática).
Classificações	Informações que descrevem as fontes, os casos e os nós.
Código	Atribui um conteúdo em um nó ou caso.
Anotações	Ferramenta para adicionar observações e comentários.
Nó	Ferramenta que permite coletar conteúdo entre fontes para agrupar material relacionado.
Consulta	Forma de descobrir informações sobre os dados, por exemplo: Frequência de Palavras.
Atributos	Aspectos de uma classificação.

Fonte: NVivo for Windows: glossary of terms

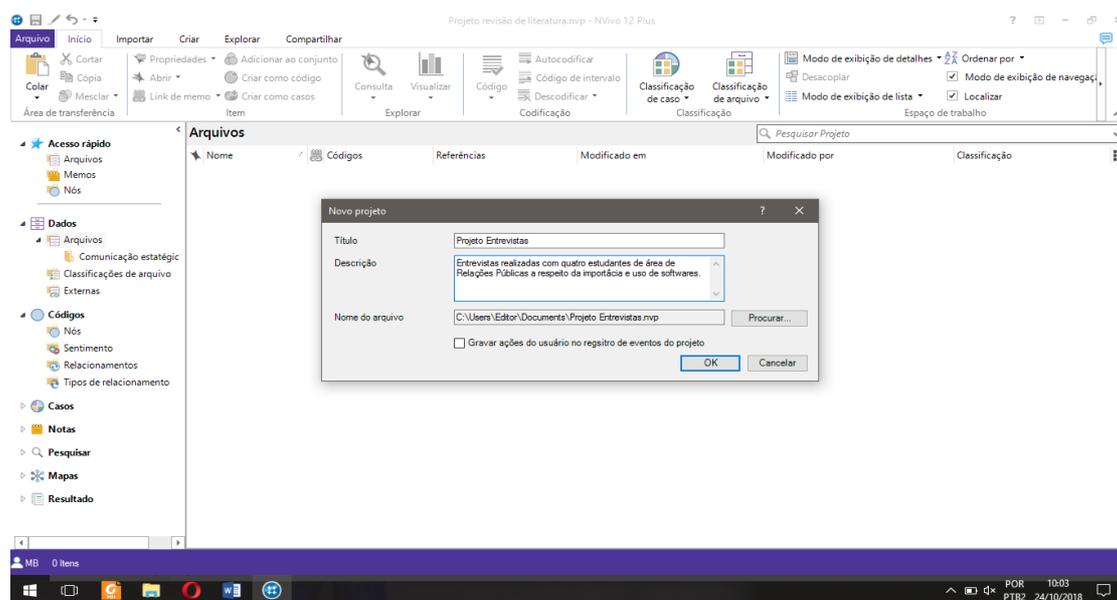
6.1 DESENVOLVIMENTO DA METODOLOGIA

Aqui buscamos ilustrar em forma de passo a passo como funcionou o desenvolvimento dos projetos de Entrevista e Revisão de literatura dentro do *Nvivo 12 Pro*:

6.1.1 Entrevistas

1º Passo: Ao abrir a página inicial do novo projeto no *Nvivo 12 Pro*, uma caixa de ação aparece para ser preenchida de acordo com as informações a respeito do projeto que será iniciado.

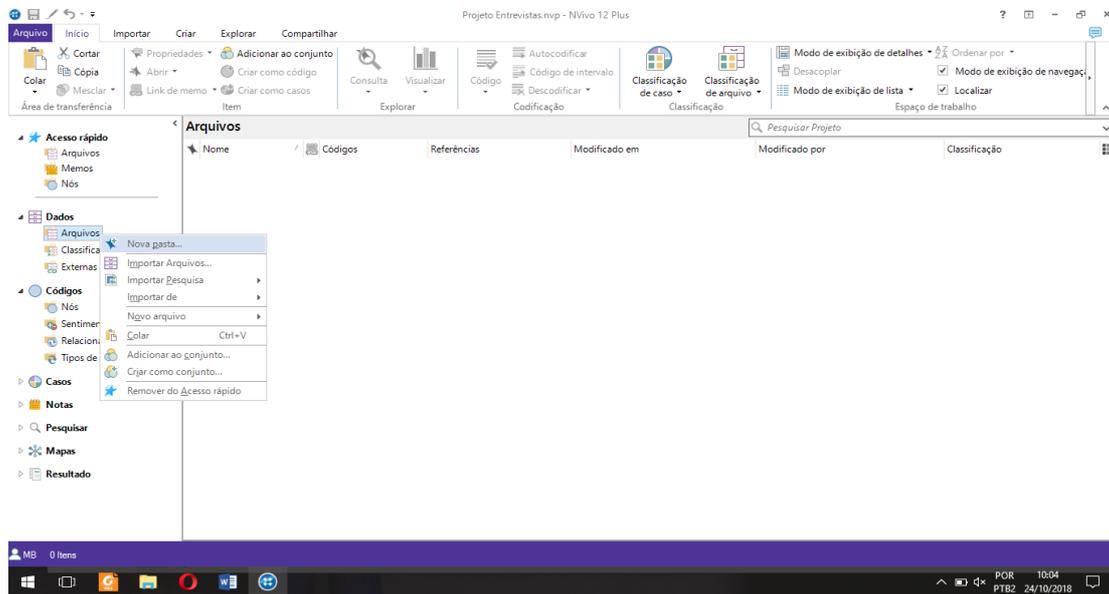
Figura 1- Criação de projeto



Fonte: Captura de tela do Software *Nvivo 12 Pro*

2º Passo: Após preencher as informações acerca do projeto, clicar na opção ‘Arquivos’ para adicionar o conteúdo das entrevistas para serem analisados.

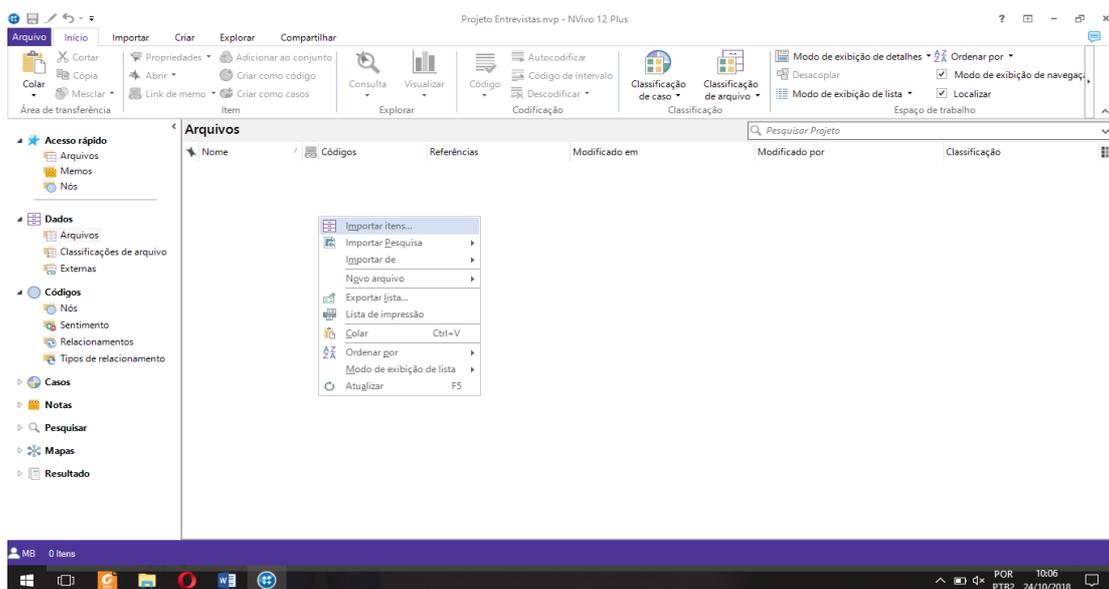
Figura 2 - Adição de arquivos



Fonte: Captura de tela do *Software Nvivo 12 Pro*

3º Passo: Após clicar na opção e abrir sua tela dentro do programa, com o botão direito do mouse, clicar na opção importar arquivos para selecionar os arquivos que serão inseridos dentro do Nvivo.

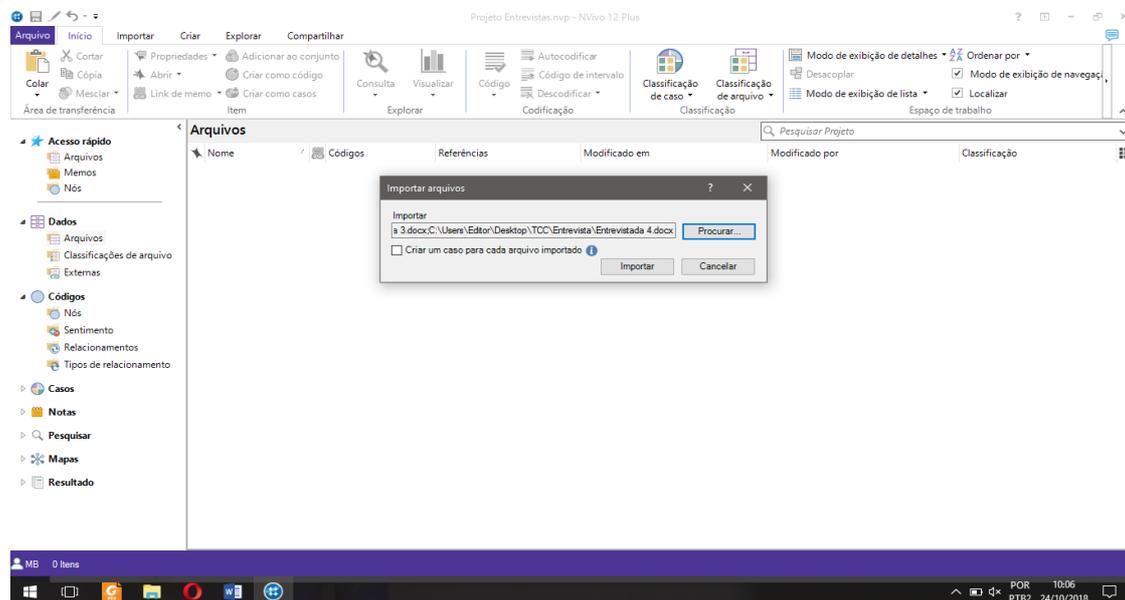
Figura 3 - Importação de arquivos



Fonte: Captura de tela do *Software Nvivo 12 Pro*

4º Passo: Depois de selecionados, clicar em “Importar” para serem efetivamente adicionados no projeto.

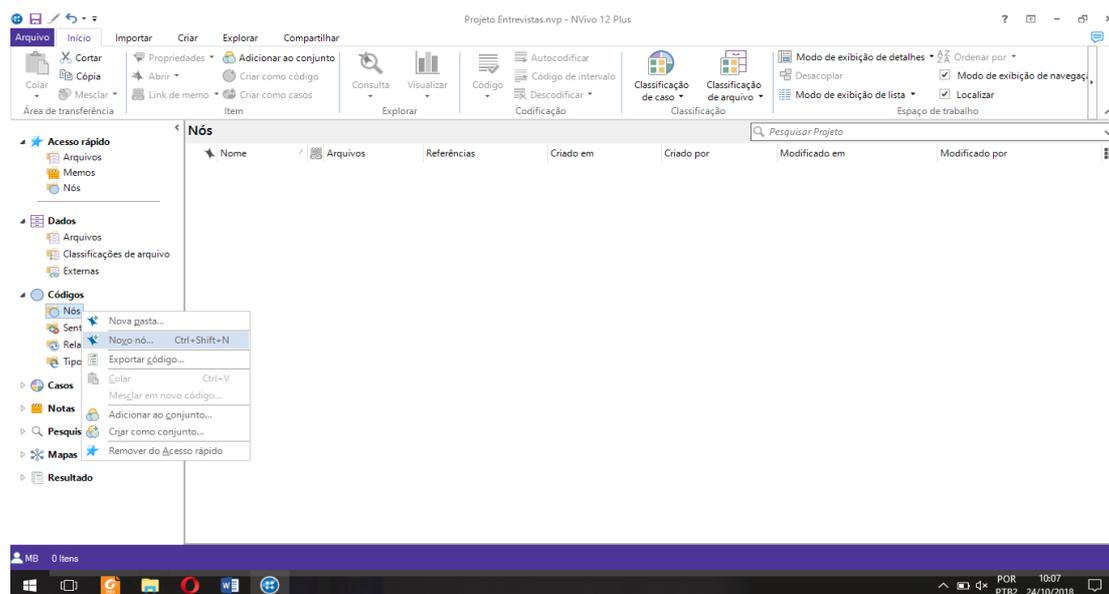
Figura 4 - Arquivos selecionados



Fonte: Captura de tela do *Software Nvivo 12 Pro*

5º Passo: Após a adição dos arquivos das entrevistas, selecionar a ferramenta “Nós” e clicar com o lado direito do mouse na opção “Novo Nó”.

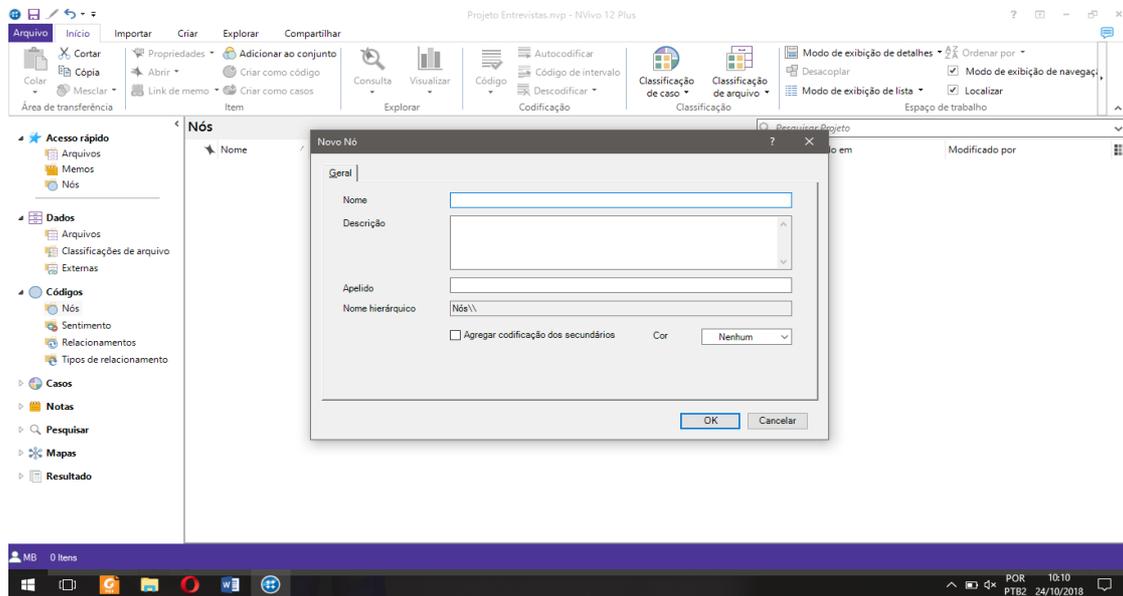
Figura 5 - Criação de nó



Fonte: Captura de tela do *Software Nvivo 12 Pro*

6º Passo: Ao clicar nessa opção, uma nova caixa de ação abre para ser preenchida com as informações sobre o novo nó que será criado, e assim será a cada criação de novo nó.

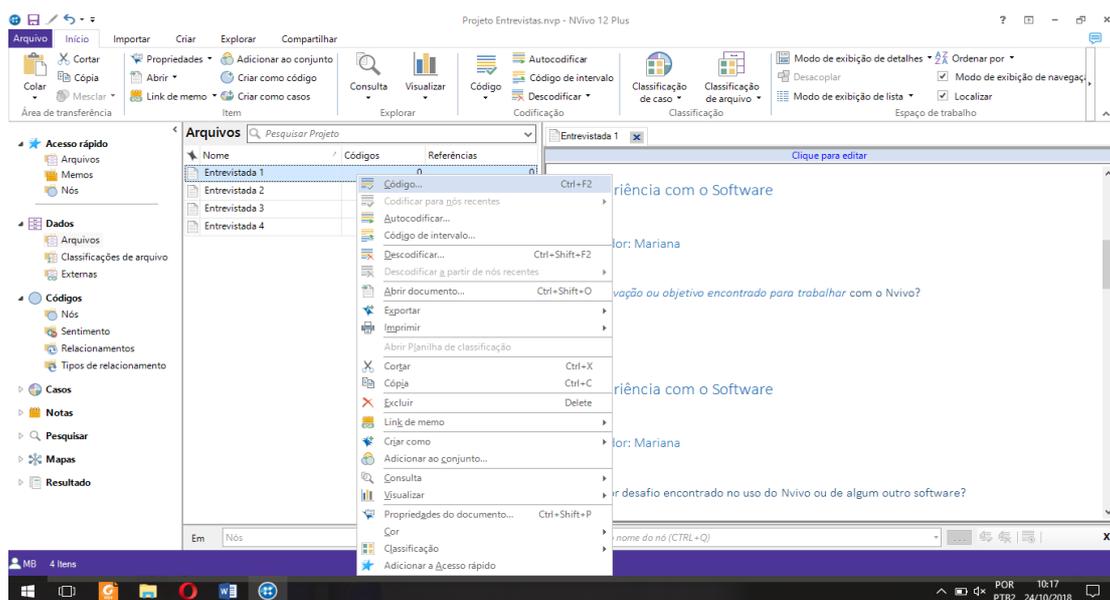
Figura 6 - Descrição de nó



Fonte: Captura de tela do *Software Nvivo 12 Pro*

7º Passo: Após criar os nós, entrar novamente em “Arquivos” e clicar com o botão direito em cada um dos arquivos para abrir a opção de codificar.

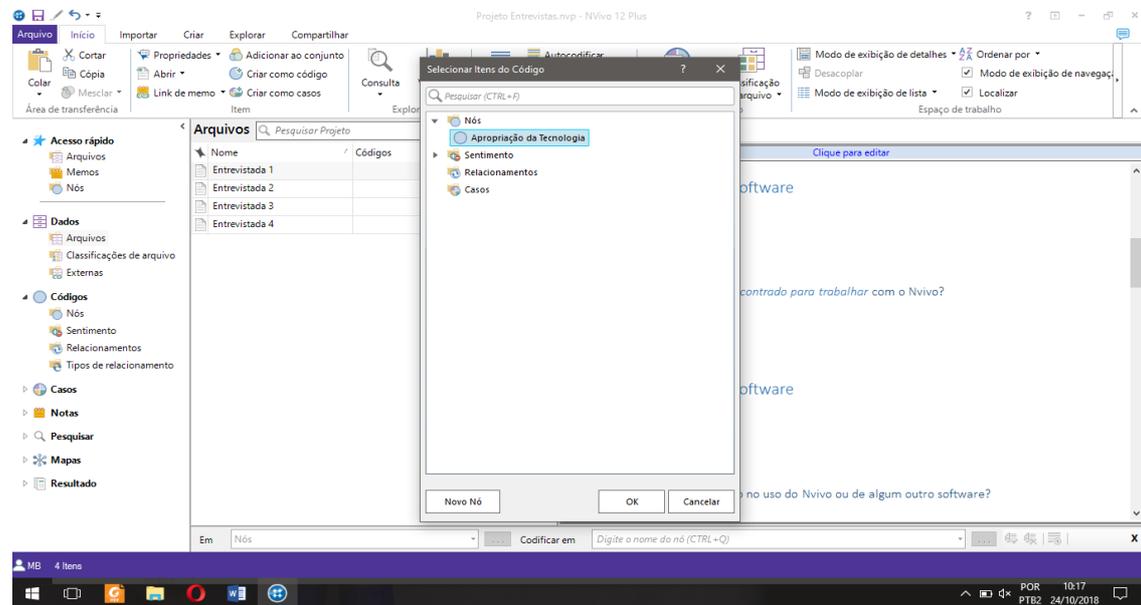
Figura 7 - Codificação de arquivos



Fonte: Captura de tela do *Software Nvivo 12 Pro*

8º Passo: Ao clicar em “Código”, abrirá uma caixa e será clicado no nó que foi criado anteriormente, nesse caso: “Apropriação da Tecnologia”. Repetir essa ação para cada um dos arquivos.

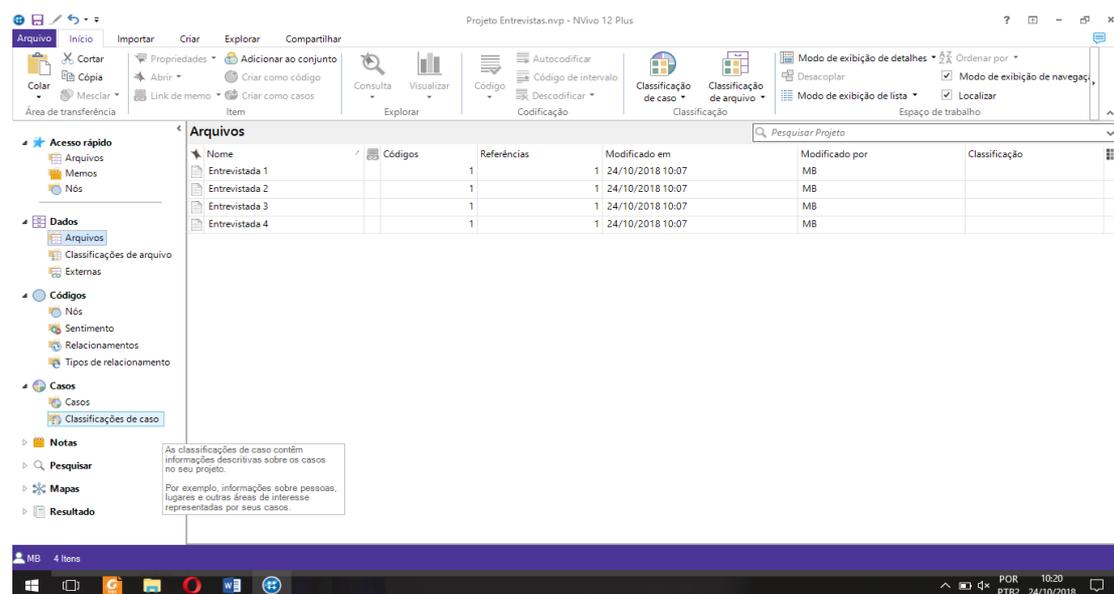
Figura 8 - Seleção de nó para codificação



Fonte: Captura de tela do *Software Nvivo 12 Pro*

9º Passo: Após codificar os arquivos, fazer uma classificação de caso para os arquivos.

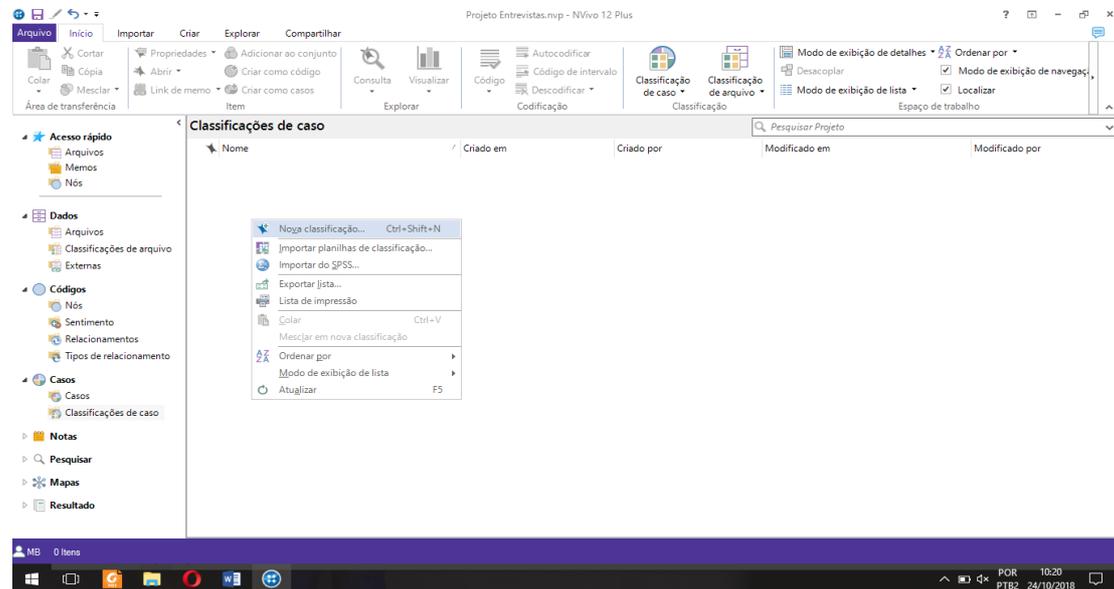
Figura 9 - Classificação de caso



Fonte: Captura de tela do *Software Nvivo 12 Pro*

10º Passo: Ao clicar na “Classificação de Caso” e entrar em sua tela, com o botão direito do mouse selecionar a opção “Nova Classificação” para criar atributos.

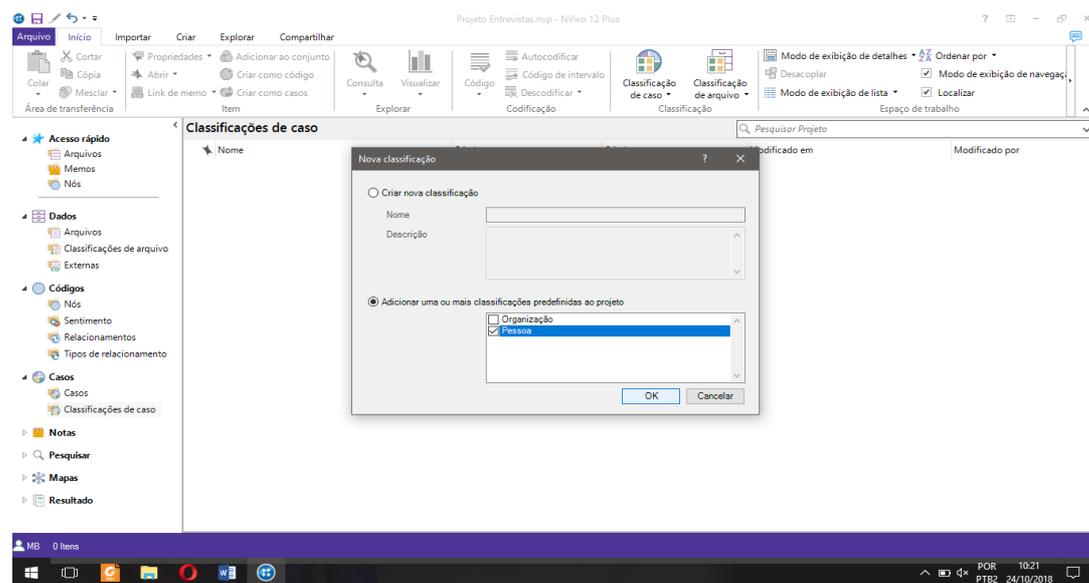
Figura 10 - Criação de atributos



Fonte: Captura de tela do *Software Nvivo 12 Pro*

11º Passo: Ao clicar em “Nova classificação”, selecionar a opção “Adicionar uma ou mais classificações predefinidas ao projeto” e em seguida “Pessoas”, pois as entrevistas são a respeito de pessoas e não de organizações.

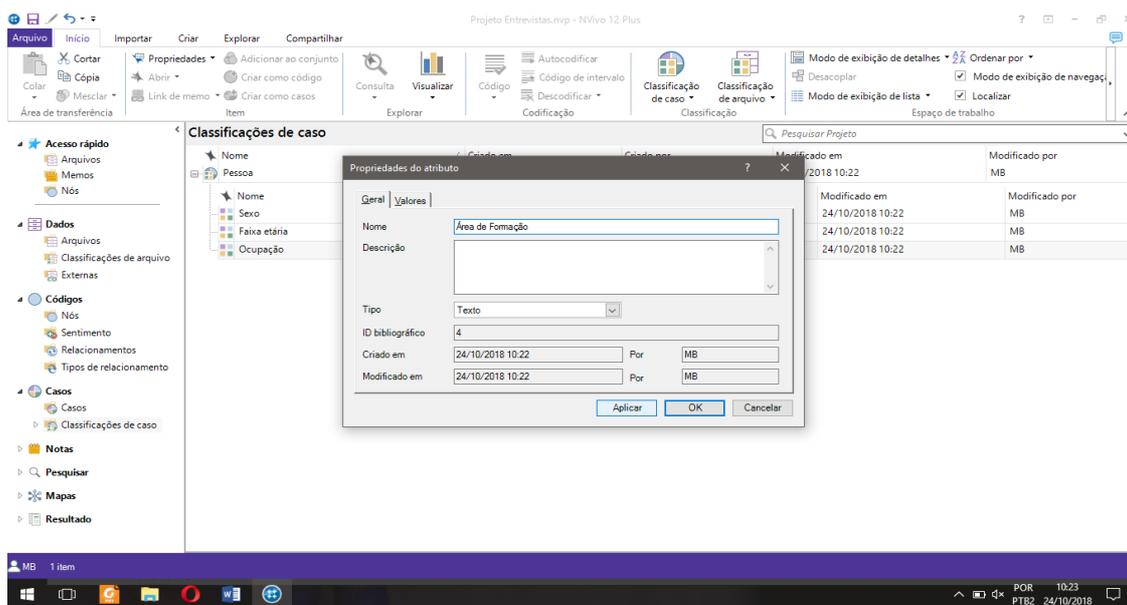
Figura 11 - Opções de classificações



Fonte: Captura de tela do *Software Nvivo 12 Pro*

12º Passo: Após selecionar as opções anteriores, na tela das Classificações de caso irá aparecer alguns atributos prontos previamente para serem classificados. Selecionar uma das opções e clicar duas vezes para abrir uma nova caixa com opções de modificação. Nesse caso, foi alterado “Ocupação” por “Área de Formação” pois se encaixava mais no perfil das entrevistadas.

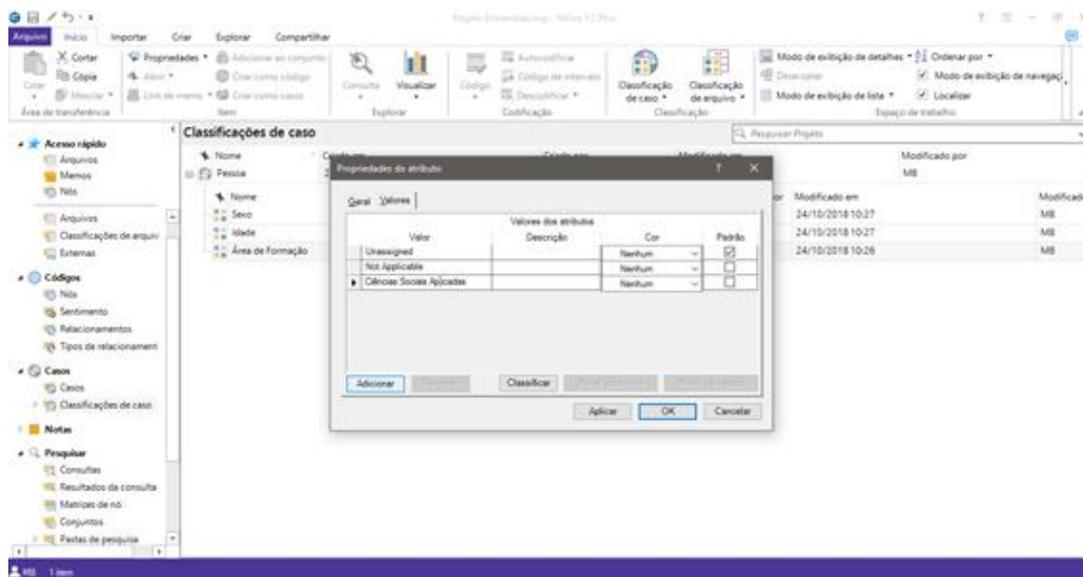
Figura 12 - Atributos de classificação



Fonte: Captura de tela do *Software Nvivo 12 Pro*

13º Passo: Depois de arrumar na seção “Geral”, clicar na opção “Valores” para adicionar de fato os atributos. Clicar em “Adicionar” e escrever o que será atribuído como classificação para “Área de atuação”.

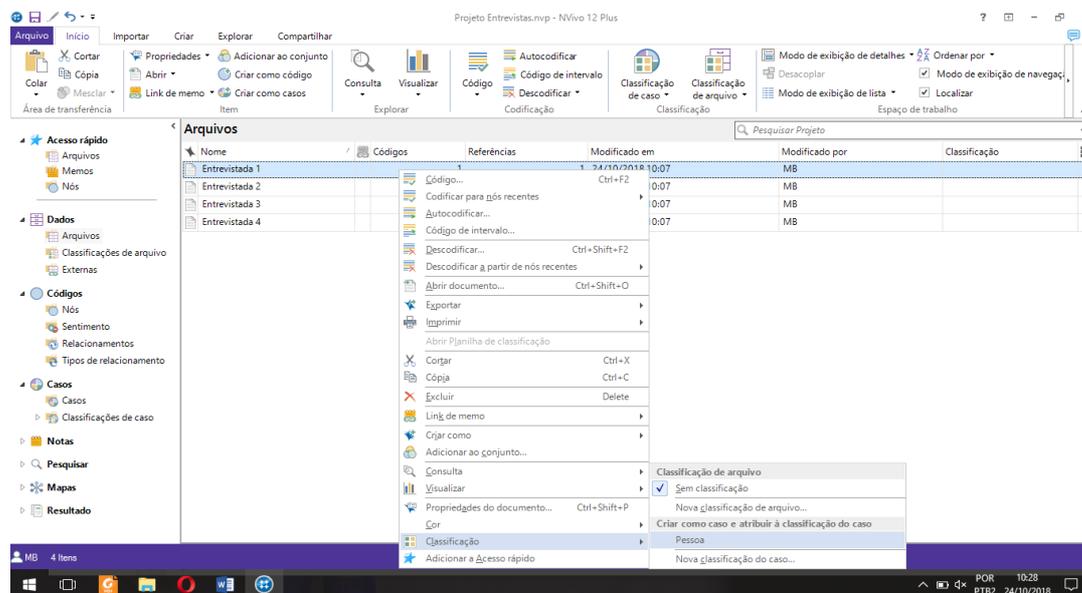
Figura 13 - Valores de atributos



Fonte: Captura de tela do *Software Nvivo 12 Pro*

14º Passo: Após realizar o mesmo processo em cada um dos atributos criados, voltar para os “Arquivos” e selecionar um deles e clicar com o lado direito do mouse para abrir a opção de classificar em caso. Selecionar a opção “Pessoa” pois é o que foi criado anteriormente.

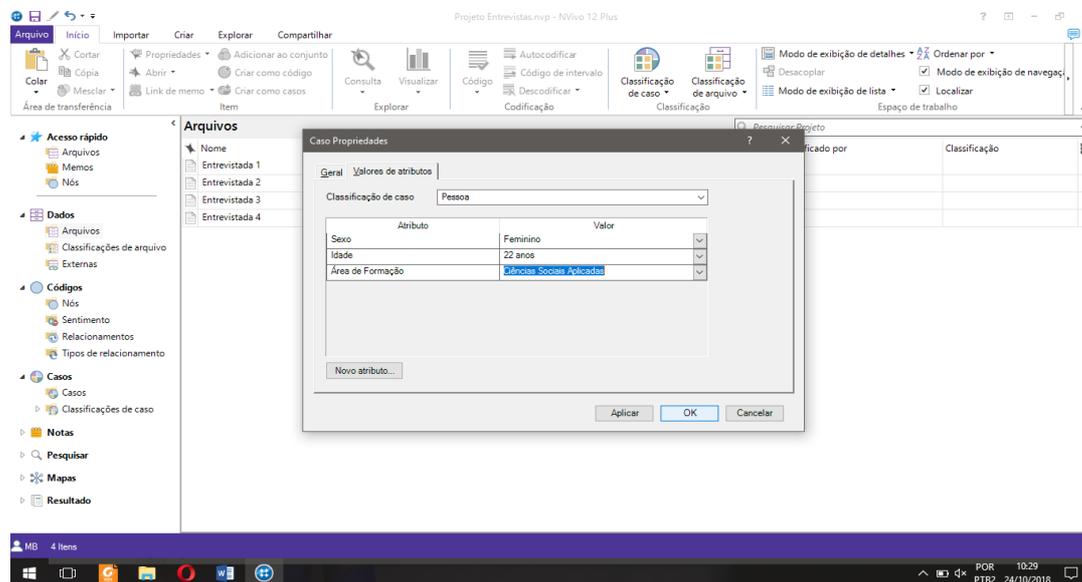
Figura 14 - Seleção de classificação



Fonte: Captura de tela do Software Nvivo 12 Pro

15º Passo: Ao clicar em “Pessoa” abrirá a caixa de ação para classificar o perfil do entrevistado no arquivo escolhido de acordo com as atribuições criadas anteriormente.

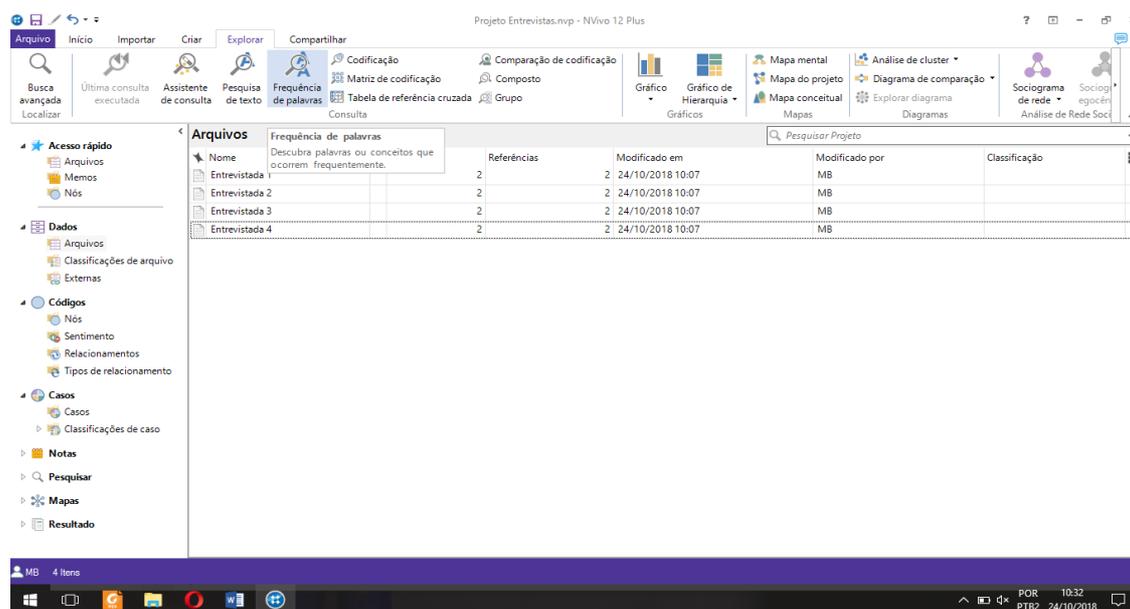
Figura 15 - Aplicação dos atributos



Fonte: Captura de tela do *Software Nvivo 12 Pro*

16º Passo: Após realizar essa operação nas quatro entrevistas, será gerada uma frequência de palavras dos quatro arquivos. Na barra superior, clicar em “Explorar” e na opção “Frequência de palavras”.

Figura 16 - Ferramenta Frequência de Palavras



Fonte: Captura de tela do *Software Nvivo 12 Pro*

17º Passo: Ao clicar na ferramenta, uma janela abre ao lado direito da tela com as opções de ajuste da frequência de palavras. Nesse caso, foi alterado o número de palavras mais frequentes a serem exibidas para 30 ao invés de 1000 (pré configuração do *software*), e o comprimento mínimo de letras para 4 ao invés de 3. Após selecionar isso, foi clicado em executar consulta e surgiu a lista de palavras que apareceram no print de tela. Entretanto, nem todas as palavras são relevantes para o projeto e podem ser impedidas para dar lugar a outras mais relevantes. Para impedir as palavras, basta clicar nela com o botão direito do mouse e selecionar ‘Adicionar à lista Palavras impedidas’ e após clicar em “Executar consulta” novamente para atualizar as palavras geradas.

Figura 17 - Execução de consultas e palavras impedidas

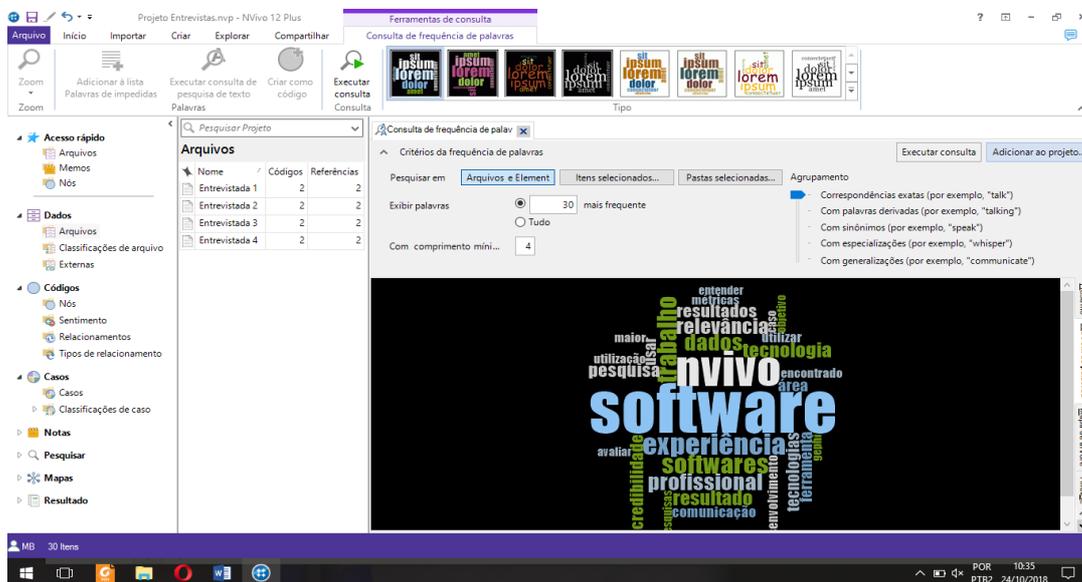
The screenshot shows the Nvivo 12 Pro interface with the 'Ferramentas de consulta' window open. The window title is 'Consulta de frequência de palavras'. The main area displays a table of word frequencies and search criteria. The table has columns for 'Palavra', 'Extensão', 'Contagem', and 'Percentual ponderado (%)'. The search criteria include 'Pesquisar em' (Arquivos e Elementos), 'Exibir palavras' (30 mais frequente), and 'Com comprimento mínimo' (4). A context menu is open over the word 'então', with the option 'Adicionar à lista Palavras de impedidas' highlighted.

Palavra	Extensão	Contagem	Percentual ponderado (%)
software	8	63	2,48
gente	5	49	1,93
então	5	47	1,85
acho	4	46	1,81
nvo	5	43	1,69
muito	5	41	1,61
entrevist	13	36	1,42
mariana	7	36	1,42
para	4	28	1,10
experiência	11	24	0,94
softwares	9	21	0,83
trabalho	8	21	0,83
também	6	20	0,79

Fonte: Captura de tela do *Software Nvivo 12 Pro*

18º Passo: Após impedir as palavras, no canto direito da tela, selecionar a opção “Nuvem de Palavras” e o *software* irá transformar a lista do print anterior em uma imagem com destaque nas palavras.

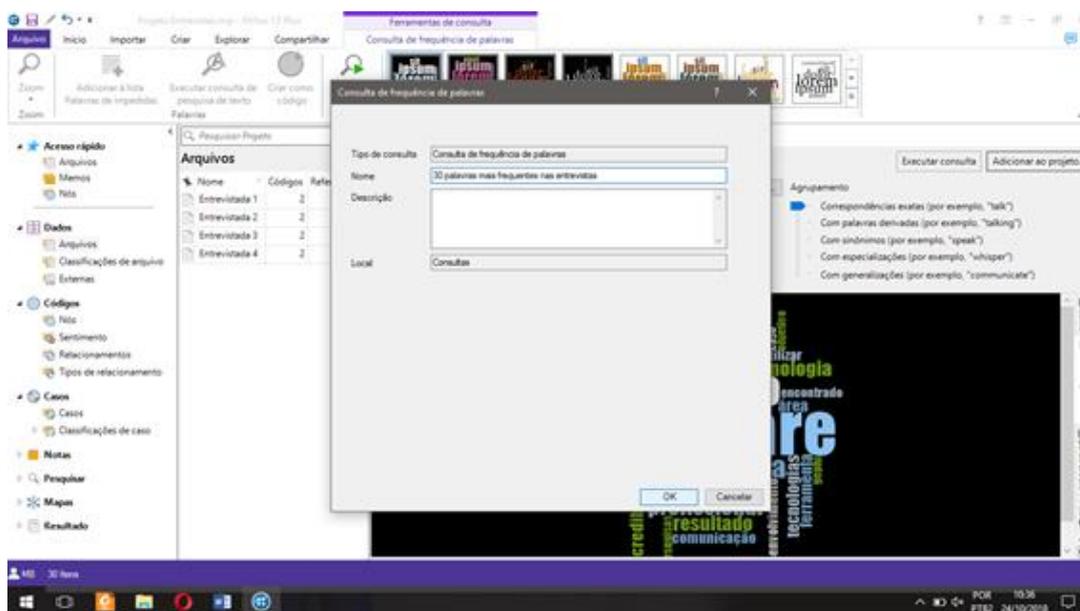
Figura 18 - Criação da Nuvem de Palavras



Fonte: Captura de tela do *Software Nvivo 12 Pro*

19º Passo: Após gerar a nuvem de palavras, clicar na opção “Adicionar ao projeto” para salvar esse resultado gerado.

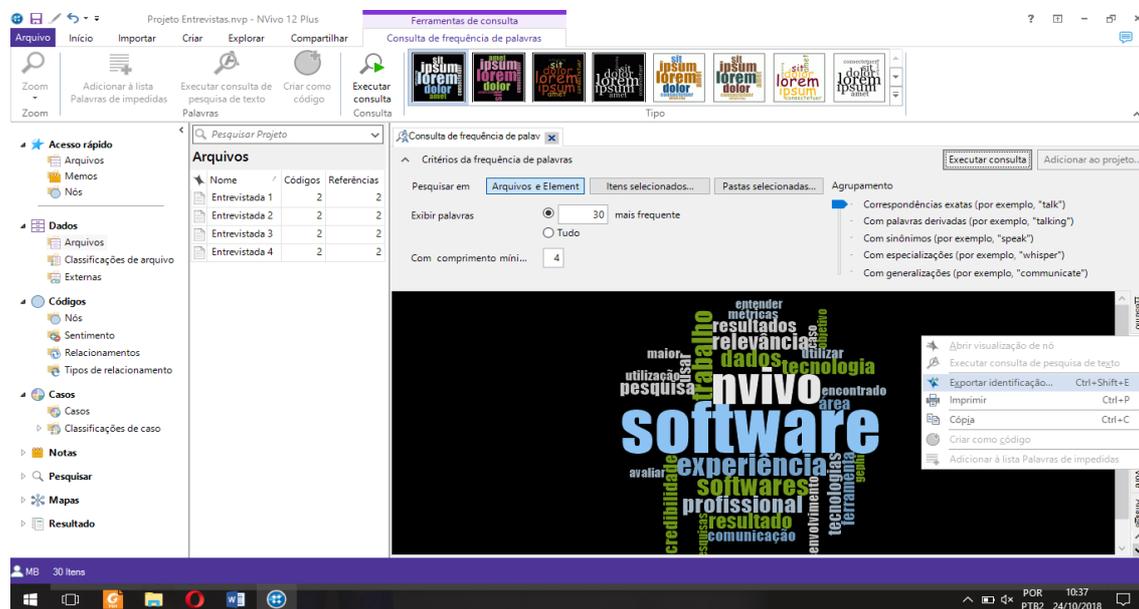
Figura 19 - Adição da Nuvem de Palavras ao Projeto



Fonte: Captura de tela do *Software Nvivo 12 Pro*

20º Passo: Depois de adicionar ao projeto, clicar na imagem com o lado direito do mouse e selecionar “Exportar identificação” para salvar no computador.

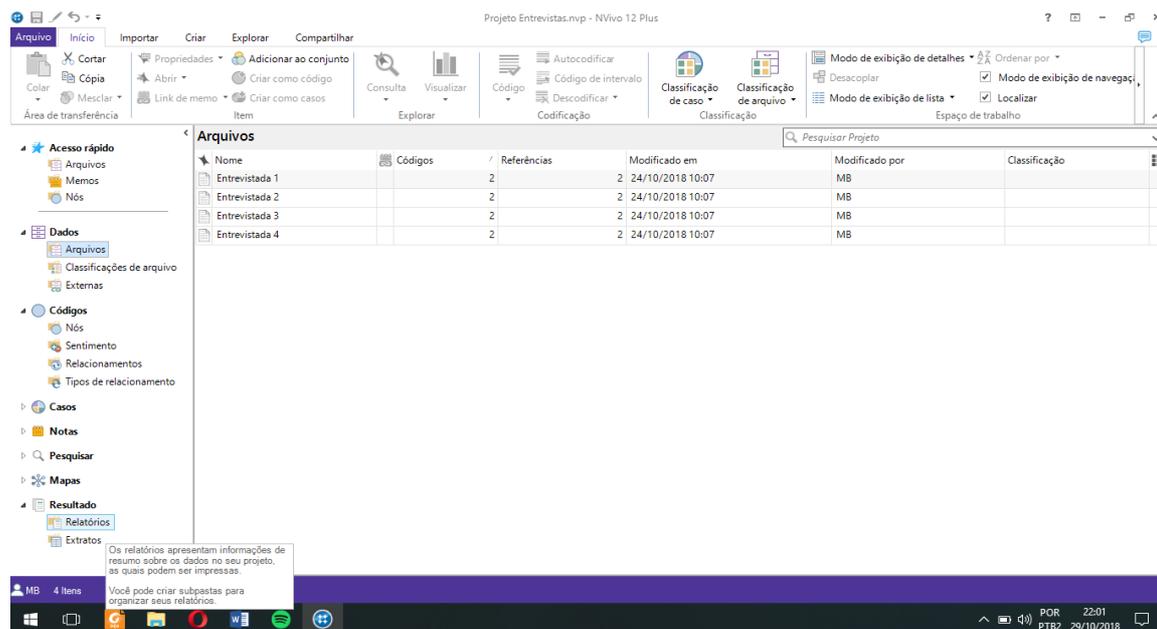
Figura 20 - Exportação da Nuvem de Palavras



Fonte: Captura de tela do Software Nvivo 12 Pro

21º Passo: Depois de salvar, no lado esquerdo da tela, na parte de “Resultados”, clicar em “Relatórios” para gerar os resultados dessa análise.

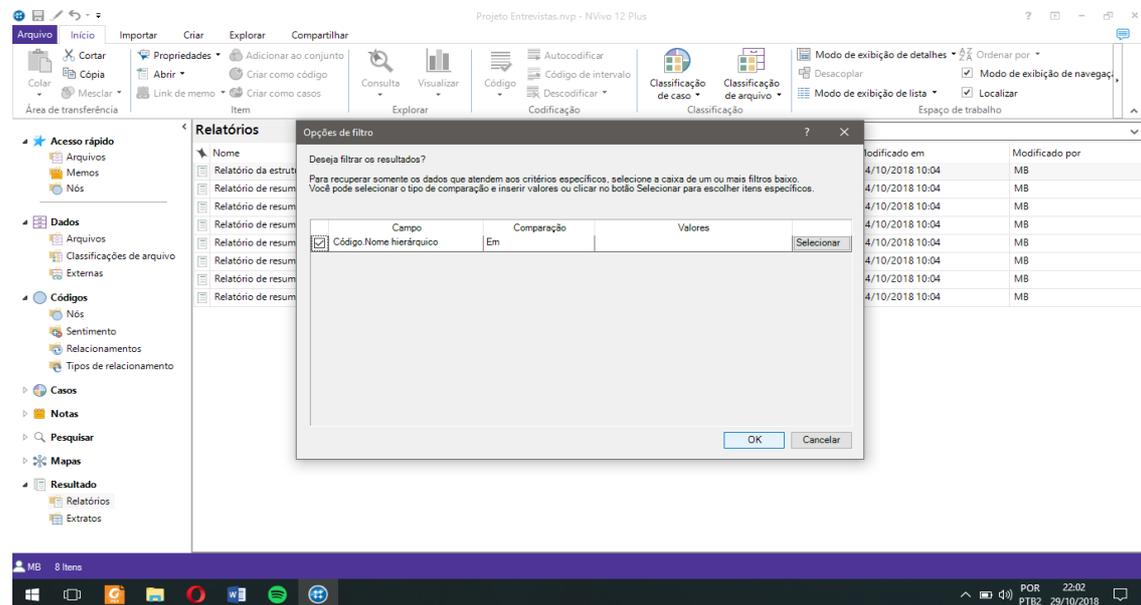
Figura 21 - Relatórios



Fonte: Captura de tela do Software Nvivo 12 Pro

22º Passo: Ao abrir a tela de “Resultados”, clicar em cada item individualmente para abrir o resultado de cada um.

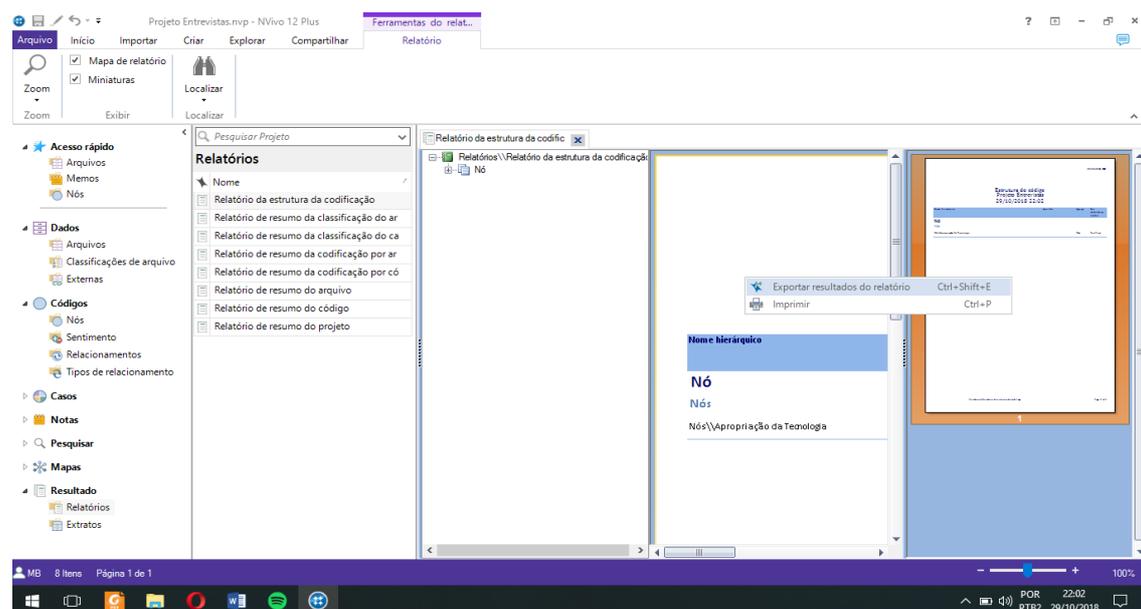
Figura 22 - Seleção de itens



Fonte: Captura de tela do Software Nvivo 12 Pro

23º Passo: Ao abrir, uma janela no lado esquerdo mostra a prévia do que foi gerado, para salvar no computador, clicar com o lado direito do mouse e escolher a opção “Exportar resultados do relatório”.

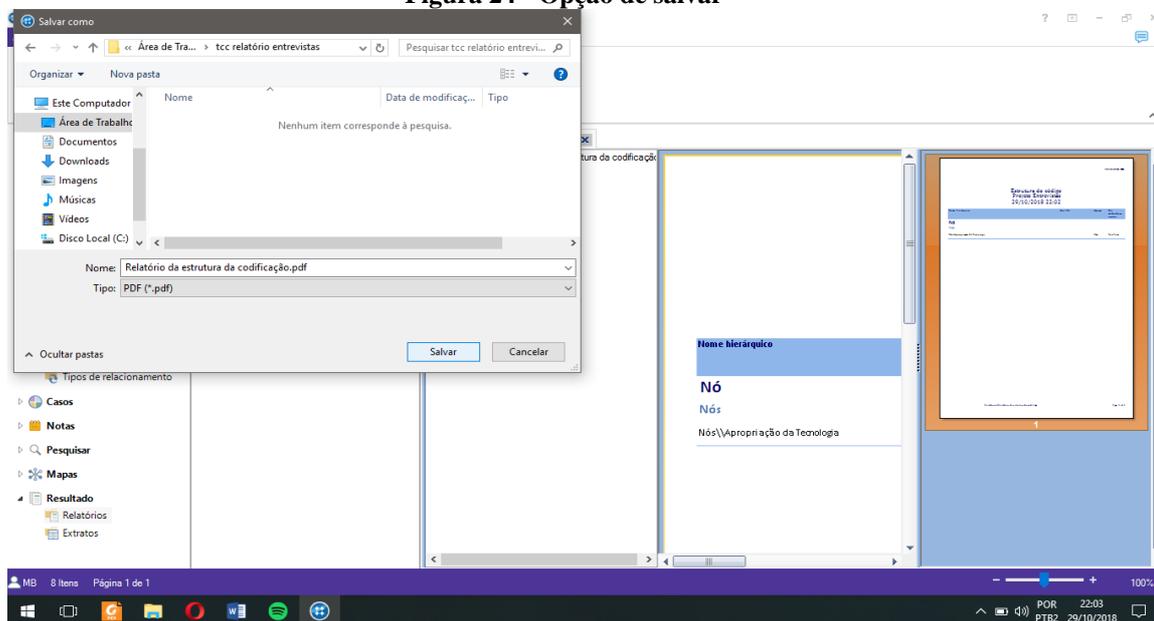
Figura 23 - Exportação de Relatórios



Fonte: Captura de tela do Software Nvivo 12 Pro

24º Passo: Abrirá uma caixa de ação para escolher o local onde salvar o relatório no computador. Após isso, realizar a mesma operação com os outros itens.

Figura 24 - Opção de salvar

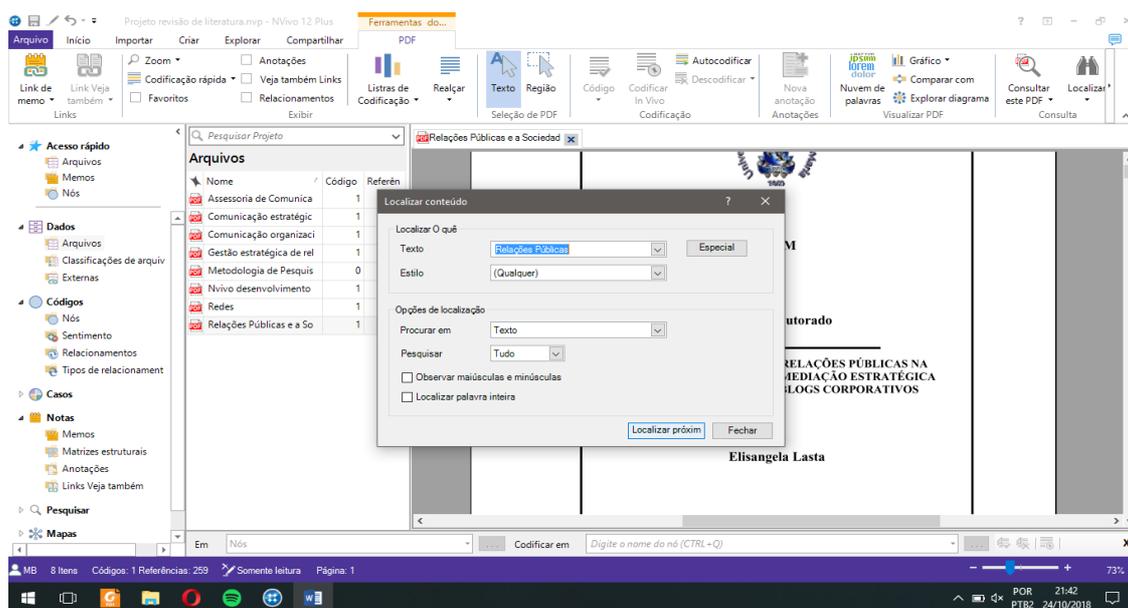


Fonte: Captura de tela do *Software Nvivo 12 Pro*

6.2.2. Revisão de literatura

1º Passo: Após abrir a tela inicial do *Nvivo*, descrever o projeto e adicionar os arquivos conforme explicado no passo a passo das entrevistas (do número 1 ao número 8), clicar duas vezes em um arquivo para abrir a visualização no canto direito da tela e utilizar o comando “ctrl + f” para abrir uma caixa de localizador de conteúdo por palavras-chave.

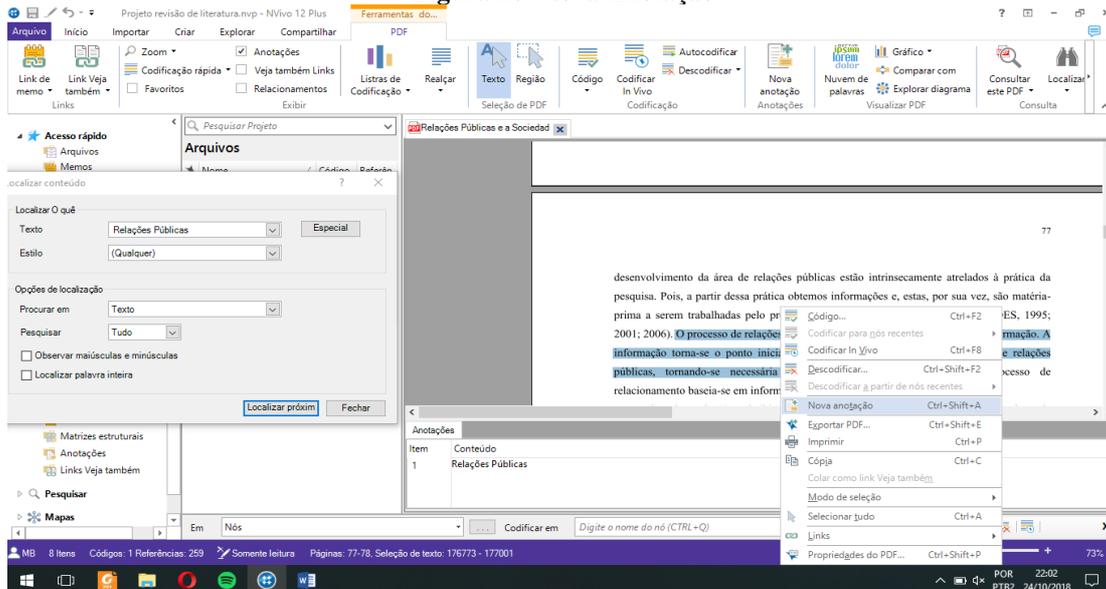
Figura 25 - Caixa de localização de palavras



Fonte: Captura de tela do *Software Nvivo 12 Pro*

2º Passo: Digitar no localizador “Texto” a palavra que deseja buscar no texto. Nesse caso, a busca foi pela palavra “Relações Públicas”. Ao localizar um trecho com a palavra chave relevante ao projeto, selecionar e clicar com o lado direito do mouse para selecionar “Nova anotação”. Repetir esse processo com todas as palavras chaves necessárias e em todos os arquivos.

Figura 26- Nova Anotação



Fonte: Captura de tela do Software Nvivo 12 Pro

3º Passo: Após realizar esse processo, clicar em “Anotações” no canto inferior esquerdo da tela para mostrar tudo que foi marcado como “Nova anotação” nos arquivos. Depois de visualizar o que foi marcado, na barra de ferramentas no canto superior da tela, selecionar a opção “Explorar” e clicar na ferramenta “Frequência de palavras” para poder ser feita a análise das palavras mais frequentes dentro dos 62 trechos marcados das anotações.

Figura 27- Frequência de palavras das Anotações

Nome do documento	Número	Na pasta	Criado em	Criado por	Modificado em	Modificado por
Assessoria de Comunicação Organizacional	1	Arquivos	24/10/2018 14:25	MB	24/10/2018 14:25	MB
Assessoria de Comunicação Organizacional	10	Arquivos	24/10/2018 14:37	MB	24/10/2018 14:37	MB
Assessoria de Comunicação Organizacional	11	Arquivos	24/10/2018 14:41	MB	24/10/2018 14:41	MB
Assessoria de Comunicação Organizacional	12	Arquivos	24/10/2018 14:57	MB	24/10/2018 14:57	MB
Assessoria de Comunicação Organizacional	13	Arquivos	24/10/2018 14:59	MB	24/10/2018 14:59	MB
Assessoria de Comunicação Organizacional	14	Arquivos	24/10/2018 14:59	MB	24/10/2018 14:59	MB
Assessoria de Comunicação Organizacional	15	Arquivos	24/10/2018 15:02	MB	24/10/2018 15:02	MB
Assessoria de Comunicação Organizacional	16	Arquivos	24/10/2018 15:12	MB	24/10/2018 15:12	MB
Assessoria de Comunicação Organizacional	17	Arquivos	24/10/2018 15:12	MB	24/10/2018 15:12	MB
Assessoria de Comunicação Organizacional	2	Arquivos	24/10/2018 14:50	MB	24/10/2018 14:51	MB
Assessoria de Comunicação Organizacional	3	Arquivos	24/10/2018 14:51	MB	24/10/2018 14:52	MB
Assessoria de Comunicação Organizacional	4	Arquivos	24/10/2018 14:33	MB	24/10/2018 14:33	MB
Assessoria de Comunicação Organizacional	5	Arquivos	24/10/2018 14:34	MB	24/10/2018 14:35	MB
Assessoria de Comunicação Organizacional	6	Arquivos	24/10/2018 14:27	MB	24/10/2018 14:27	MB
Assessoria de Comunicação Organizacional	7	Arquivos	24/10/2018 14:27	MB	24/10/2018 14:28	MB
Assessoria de Comunicação Organizacional	8	Arquivos	24/10/2018 14:35	MB	24/10/2018 14:35	MB
Assessoria de Comunicação Organizacional	9	Arquivos	24/10/2018 14:37	MB	24/10/2018 14:37	MB
Comunicação estratégica	1	Arquivos	26/10/2018 02:06	MB	26/10/2018 02:06	MB
Comunicação estratégica	10	Arquivos	26/10/2018 02:51	MB	26/10/2018 02:51	MB
Comunicação estratégica	11	Arquivos	26/10/2018 02:51	MB	26/10/2018 02:51	MB
Comunicação estratégica	12	Arquivos	26/10/2018 03:01	MB	26/10/2018 03:01	MB
Comunicação estratégica	13	Arquivos	26/10/2018 03:03	MB	26/10/2018 03:03	MB

Fonte: Captura de tela do Software Nvivo 12 Pro

4º Passo: Os próximos passos são iguais aos explicados anteriormente na parte de Entrevistas, do número 17 ao 24.

7 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os resultados gerados neste projeto foram feitos pelo *software Nvivo 12 Pro*, através dos resultados das nuvens de palavras e os relatórios mais técnicos que o programa gerou.

Nas entrevistas, a nuvem de palavras das 30 palavras mais frequentes geradas estão na imagem abaixo, sendo as duas principais “*software*” e “*nvivo*”.

Figura 28 - 30 palavras mais frequentes das Entrevistas



Fonte: *Software Nvivo 12 Pro*

Na revisão bibliográfica, a nuvem de palavras das 30 palavras mais frequentes das anotações geradas está de acordo com a imagem abaixo, sendo as duas principais “*comunicação*” e “*comunicación*”. Ambas iguais devido ao fato de que havia literatura estrangeira inserida no projeto. Ressaltamos que os relatórios do “Projeto Entrevista” gerados podem ser vistos no anexo 2.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na revisão de literatura da pesquisa documental, foi possível concluir que o profissional de Relações Públicas tem sido percebido, ainda, no campo da assessoria de comunicação e como estrategista na área de planejamento. Entretanto, a ideia de mensuração, já amplamente praticada em outras áreas como a sociologia e a administração, está em construção. Nossa valorização e reconhecimento é dado através das nossas ações exitosas nas organizações, porém, muitas vezes, não temos experimentações como cientistas de dados, visto que na grade curricular do curso (anexo 4) não apresenta disciplinas como estatística ou métricas.

Somos contratados por organizações ou instituições que procuram ter crescimento, tanto de visibilidade de marca quanto econômico, e por se tratar de empresas, estamos lidando com profissionais das áreas de administração, economia, contabilidade e entre outras que requerem análise de dados, gráficos, mensurações e estatísticas. E para isso, é de extrema importância que o profissional de Relações Públicas responsável tenha conhecimento de *software* para gerar resultados mais eficientes e adequados aos profissionais que estão na gerência e administração dessas organizações.

A capacidade de mensuração de dados por meio de *software*, comprova resultados e qualifica a nosso trabalho como profissional, visto que é preciso conhecimento do assunto e capacidade de interpretação de dados para criação de estratégias de ações. Dessa forma, o profissional como cientista de dados viabiliza um planejamento mais direcionado e estratégico da comunicação. Ser cientista de dados é estar antes do planejamento e após também, pois através de suas métricas poderá atingir pontualmente os objetivos das organizações e legitimar nosso trabalho em empresas como estrategistas da comunicação, sendo mais eficientes em nossas ações e projetos de forma a valorizar a área de comunicação e em especial a de Relações Públicas.

Como experiência própria, o uso das tecnologias neste trabalho se apresentou como um desafio e uma oportunidade de vivenciar outros caminhos e, assim, visualizar os dados de forma ampla e, acima de tudo, organizá-los de forma a ter *insights* que, de outra forma, não seriam possível.

REFERÊNCIAS

BALDISSERA, Rudimar. **A teoria da complexidade e novas perspectivas para os estudos de comunicação organizacional.** In: KUNSCH, M.M.K. (org.). **Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processo.** v.1. São Paulo: Saraiva, 2009^a, p. 135-164.

BAZELEY, P.; JACKSON, K. **Qualitative data analysis with NVivo.** London: Sage, 2013.

DWYER, T. (2001). **Inteligência Artificial, Tecnologias Informacionais e seus possíveis impactos sobre as Ciências Sociais.** *Sociologias*. Porto Alegre, ano 3, nº 5, jan/jun, p.58-79.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas / Clifford Geertz.** - 1.ed., IS. reimpr. - Rio de Janeiro : LTC, 2008. 323p.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2002.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

MAQUIAVEL, Nicolau. **O príncipe.** São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2010.

PÉREZ, R. A. **7 Claves para hacer estrategias.** 2006. Disponível em: <http://www.tendencias21.net/estrategar/7-Claves-para-hacer-estrategias_a211.html> Acesso em: 02 nov. de 2018.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. **O diálogo possível: comunicação organizacional e paradigma da complexidade.** EDIPUCRS, 2008.

TZU, Sun; PIN, Sun. **A arte da guerra.** WWF Martins Fontes, 2015.

APÊNDICE 1 – TERMO DE CONSENTIMENTO**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE ENTREVISTA**

Neste ato, _____,
nacionalidade _____, portador da Cédula de identidade RG
nº _____, residente na Av/Rua
_____, nº. _____,
município de _____/Rio Grande do Sul, AUTORIZO
a gravação e o uso de entrevista concedida à Mariana Beck Moreira, portador da Cédula
de identidade RG nº 5107750373, para utilização **exclusiva e única** no Trabalho de
Conclusão de Curso da mesma para obtenção de grau bacharel em Comunicação Social
- Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) que será
publicado no repositório da UFSM.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima
descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem
ou a qualquer outro, e assino a presente autorização.

_____, dia ____ de _____ de 2018.

(Assinatura digital do entrevistado)

_____, dia ____ de _____ de 2018.

(Assinatura digital do entrevistador)

ANEXO 1 - ENTREVISTA

1.1 Entrevistada 1

Experiência com o *Software*

Questão 1 - Você usa algum *software*, se usa, quais e para que?

Bom, além do *Nvivo* eu também trabalho com o SPSS, trabalhei durante minha graduação pra algumas pesquisas, mas no meu TCC e nas pesquisas que eu faço agora é só o *Nvivo*.

Questão 2 - No que é/foi usado o *software* para o desenvolvimento do seu trabalho?

O meu TCC era um projeto experimental então ele foi todo feito dentro do *Nvivo* e os resultados dele foram gerados pelo *Nvivo*, então todo meu trabalho foi feito em cima do *software*.

Questão 3 - Qual a motivação ou objetivo encontrado para trabalhar com o *Nvivo*?

Não teve resposta.

Questão 4 - Qual o maior desafio encontrado no uso do *Nvivo* ou de algum outro *software*?

A grande diferença do *Nvivo* pros outros programas é que a gente consegue uma análise qualitativa dos nossos dados, então apesar da dificuldade que é utilizar o programa porque ele se constitui de muitas etapas e a gente tem que ter muita atenção no que a gente faz dentro dele, os resultados que ele nos dá, só ele dá, a gente não vai conseguir com outro programa, então a análise dele vai ser sempre mais ampla e satisfatória. A maior dificuldade é essa, ele não faz absolutamente nada sozinho, o pesquisador em que inserir todos os dados, o pesquisador tem que inserir todas as classificações, então se ele cometer um erro, na verdade foi o usuário do programa que cometeu, ele só expressa o pensamento de quem tá utilizando.

Questão 5 - O resultado gerado é o que você esperava?

Com certeza o resultado que ele me deu foi bem dentro do que a gente pensava quando começou a usar, quando a gente começou a desenvolver o trabalho o nosso objetivo era muito claro e com o *Nvivo* a gente conseguiu alcançar.

Questão 6 - Qual a credibilidade que o *software* passa para você?

Eu acho que eu confio muito nos resultados que o *Nvivo* dá, principalmente porque tudo que ele faz é um resultado do que a gente colocou dentro dele, então se a gente confia no trabalho que a gente tá fazendo não tem como não confiar nos resultados que ele gera.

Relevância profissional com uso do *Software*

Questão 7 - Você acredita que é possível um profissional de outra área utilizar essa ferramenta como forma de avaliar métricas comunicacionais?

Acho que é bem viável qualquer profissional utilizar, mas tem que ser uma pessoa, muito organizada e com objetivo muito claro porque senão se torna muito difícil classificar e escolher os dados que tu vai inserir, porque como tem muita possibilidade, tu acaba inserindo coisas que talvez sejam desnecessárias então tem que estudar muito antes de usar.

Questão 8 - Qual a relevância da utilização da tecnologia (*software*) para a área de RP?

Eu acho que a utilização de novas tecnologias é relevante não só para relações públicas como para qualquer outra profissão.

Questão 9 - Você considera relevante o uso dessas tecnologias (*Nvivo* ou *softwares* em geral?) como forma de gerar resultados?

A gente tá em uma época que a gente precisa acompanhar esse avanço tecnológico e as pesquisas precisam acompanhar porque senão eu acho que o pesquisador acaba perdendo a credibilidade quando ele fica só naqueles métodos antigos de pesquisa.

1.2 Entrevistada 2

Experiência com o *Software*

Questão 1 - Você usa algum *software*, se usa, quais e para que?

Eu tenho um contato básico com o *Nvivo* que eu usei, ajudei a participar do TCC da XXX que a gente analisou algumas publicações para entender o relacionamento de instituições responsáveis pelo desenvolvimento da região da Quarta Colônia, como elas abordavam essas questões de desenvolvimento e a gente também fez a comparação com algumas literaturas, aí eu tive um contato básico com ela e agora tô tendo um contato também com o *Excel* que também é um *software* de análise de dados que eu nunca tinha tido e pro estágio eu me vi obrigada a usar, então também partindo de uma oportunidade que eu tive do grupo de pesquisa de Comunicação e Desenvolvimento, junto com o Felipe que é também participante desse grupo, que ele me deu uma ajuda assim pra entender a ferramenta, eu consegui analisar um banco de dados que tinha lá, cruzar esses dados pra que depois eles fossem analisados.

Questão 2 - No que é/foi usado o *software* para o desenvolvimento do seu trabalho?

Eu já respondi ela quase toda na 1. Então, o *Nvivo* que foi utilizado pro TCC da XXX pra análise dessas relações e do comportamento da produção de notícias, como eles se comportavam, como eles abordavam essas questões de desenvolvimento e também pro meu estágio que eu também analisei um banco de dados pra entender quem era o perfil do público do estágio.

Questão 3 - Qual a motivação ou objetivo encontrado para trabalhar com o *Nvivo*?

Principalmente foi por causa do contato com a Carlise que até então eu nunca tinha escutado sobre o *Nvivo*, foi ela que apresentou então ele pra gente e a gente começou a entender, e veio como uma espécie de base, uma alternativa na verdade, para as ciências humanas que dificilmente tem como mensurar o trabalho de formas concretas de mensurar o trabalho porque ele é um *software* qualitativo quando geralmente só se encontra *softwares* quantitativos, então ele vem como uma alternativa, e acho que muito por isso que a gente tem usado tanto ele ali no grupo de pesquisa de Comunicação e Desenvolvimento e tanto que a gente tá se capacitando por causa disso.

Questão 4 - Qual o maior desafio encontrado no uso do *Nvivo* ou de algum outro *software*?

O *Nvivo* em particular por ter essa lógica qualitativa e não quantitativa, ele é até um *software* fácil de usar assim, no meu caso eu tenho umas dificuldades porque eu tô tentando entender ele em inglês e muito da metodologia só tá em inglês, então eu tô tendo um pouco de dificuldade nisso. E o *Nvivo* então em particular, a dificuldade que a gente tem não é nem na ferramenta, na utilização da ferramenta, mas é do pensar como tu vai elaborar esses dados e inserir de forma pra ti obter resultados significativos de verdade, então é todo um planejamento, a pesquisa antes pra chegar num resultado.

Questão 5 - O resultado gerado é o que você esperava?

Essa pergunta é meio relativa porque na verdade eu acredito que o *software* que vai te dar um caminho, então eu não crio muitas expectativas e muitas direções, mas ali no TCC da XXX, por exemplo, que eu tive contato mais perto, mais direto com a ferramenta, o resultado gerado, a gente tinha na verdade algumas hipóteses assim sobre o comportamento dessas instituições do meio rural, alguns discursos que elas construíram então muito foi por esse lado, mas alguns dados assim me surpreenderam porque nós não esperávamos que algumas palavras chaves fossem aparecer e acabaram surgindo e dando então um resultado diferente do que a gente esperava.

Questão 6 - Qual a credibilidade que o *software* passa para você?

Pra mim ele dá muita credibilidade porque eu dou muita credibilidade pra ele na verdade, porque ele dá muita credibilidade pro nosso trabalho, porque como eu já disse antes, ele se apresenta como uma alternativa para as ciências humanas que até então tem muitas dificuldades de mostrar esses dados qualitativos de mensurar isso e acabava ficando muito vago então como uma ferramenta que gera dados precisos de maneira qualitativa e faz os cruzamentos necessários que até então a gente não tinha como fazer eu acho que dá muita credibilidade, e é por isso que eu dou muita credibilidade pra ele.

Questão 7 - Você acredita que é possível um profissional de outra área utilizar essa ferramenta como forma de avaliar métricas comunicacionais?

Eu acredito que sim e como também o objetivo de avaliar métricas comunicacionais só que eu acho muito difícil essas pessoas terem o olhar da

comunicação porque o *Nvivo* ele depende de toda uma análise e uma estratégia por trás antes de inserir na ferramenta, então não é a simples ferramenta, na verdade o *Nvivo* não faz nada sozinho, é a gente que manda ele fazer as coisas. Então essa parte por trás eu acho muito difícil outras áreas terem esse olhar como um profissional da comunicação, que não quer dizer que não tenha assim como qualquer atividade exercida por uma pessoa da comunicação, qualquer pessoa pode fazer, agora a qualidade do serviço eu acho que nesse ponto a gente sempre vai ter muita vantagem porque diz respeito a nossa área.

Relevância profissional com uso do *Software*

Questão 8 - Qual a relevância da utilização da tecnologia (softwares) para a área de RP?

Eu acho que é muito importante porque até dado momento a comunicação não tem se apropriado muito de tecnologias pra embasar todos os trabalhos que a gente faz e a comunicação hoje gira em torno de tecnologias e novas tecnologias, o mundo é tecnológico. Então eu acho que tá mais na hora do que as Relações Públicas se apropriarem dessas tecnologias e desses softwares que tão ai e tão voltados pro nosso trabalho, então eu acho muito importante e eu acho que o futuro da nossa profissão se embasa nesse sentido.

Questão 9 - Você considera relevante o uso dessas tecnologias (*Nvivo* ou *softwares* em geral?) como forma de gerar resultados?

Sim, eu acho muito importante porque não só os resultados, ele te dá caminhos, eu acredito assim, pra ti pensar propostas até o *Nvivo* pra criação de um projeto, ele faz enxergar coisas que a gente muitas vezes não enxerga, ele coloca de forma visível pra ti esses caminhos e eu acho isso muito importante e acho que também dá muita credibilidade pro nosso trabalho.

1.3 Entrevistada 3

Experiência com o *Software*

Questão 1 - Você usa algum *software*, se usa, quais e para que?

Assim, pra fazer um trabalho até o final não, mas mexer um pouco na interface deles: SPSS, *Nvivo* e de cabeça agora são esses dois que eu lembro.

Questão 2 - No que é/foi usado o *software* para o desenvolvimento do seu trabalho?

O SPSS foi numa pesquisa do PET que eu tive um pouco mais de contato que a Carlise ministrou a tabulação e filtragem dos dados quais eram os melhores dados pra ser utilizado e o *Nvivo* vai ser utilizado na minha pesquisa do meu TCC que é sobre o discurso de ódio no *Twitter* daí eu peguei o caso Marielle. Antes de começar o meu TCC eu to fazendo um artigo agora e tô num período de avaliação dos resultados, mensuração no caso, e eu to utilizando o *Gephi*, então já faz uma semana e um pouquinho que eu to estudando sobre ele e nas próximas semanas eu vou botar ele em prática, eu vou realmente usar ele, até então eu não usei ele. No meu TCC eu vou usar o *Nvivo*, no artigo que eu vou usar o *Gephi* como o artigo é uma coisa mais tranquila eu vou usar um software menor.

Questão 3 - Qual a motivação ou objetivo encontrado para trabalhar com o *Nvivo*?

Eu sempre gostei um pouco de tecnologia e eu não queria fazer um trabalho em que ele simplesmente ficasse numa gaveta, numa prateleira, depois que eu fizesse ele, então eu escolhi um caso polêmico que é a questão do assassinato da Marielle e a questão dos discursos de ódio e que maneira eu poderia tornar isso também acessível, eu não queria que ele fosse um trabalho que ficasse esquecido, mas eu também queria tornar isso acessível, de que maneira? Então utilizando o *Nvivo* ele cria aqueles balões, ele cria árvore de palavras que eu acho que qualquer pessoa, até uma pessoa leiga ia pegar o meu trabalho e ia minimamente entender do que ele tá falando. Outro motivo de pegar o *Nvivo* é que depois da minha pesquisa final, eu apresentar o TCC, eu vou poder utilizar ele pra fazer artigos, criar novas pesquisas em cima dos dados que eu tenho até atualizar esses dados e trazer isso pra comunicação que é ainda muito, não sei se posso usar o termo precário, mas ainda falta muito dentro da comunicação a utilização de softwares e a gente vai pro mercado de trabalho e eles “exigem” da gente a gente ter a mínima noção, e é o que falta pra gente, então também quero utilizar isso pra ir pro mercado de trabalho com essa noção.

Questão 4 - Qual o maior desafio encontrado no uso do *Nvivo* ou de algum outro *software*?

É a questão de a gente não ter esse contato com a tecnologia e quando a gente precisa, vamos dizer assim, no caso, tô precisando agora do *Nvivo*, então vou ter que aprender ele em menos tempo do que se eu já tivesse um contato inicial com a tecnologia em geral, e no meu caso em específico é porque eu vou utilizar o *Twitter* porque facilita minha pesquisa porque o *Twitter* é aberto em relação ao *Facebook* e algumas outras plataformas, mas os *tweets* que eu preciso eles foram delatados do *Twitter*, então o meu desafio maior vai ser buscar esses *tweets* com um grupo de advogados. Em relação aos outros programas é muito mais, por exemplo, o *Gephi* e principalmente o *SPSS* é essa questão lógica que a gente não tem no curso, a gente fica sempre na teoria e na hora que a gente vai pegar um *software* ou alguma outra coisa é mais complicado de a gente pegar porque a gente não treina esse raciocínio mais lógico, esse pensamento mais rápido.

Questão 5 - O resultado gerado é o que você esperava?

Tá sendo o que eu espero mas ainda falta muita coisa porque eu espero muita coisa dele, mas principalmente quando eu usei o *SPSS* como nós estávamos num grupo de mais de quinze pessoas analisando, a gente já tinha um perfil baseado no que quem aplicou a pesquisa tava nos comentando, então quem aplicou a pesquisa tinha uma noção de um perfil, então quando a gente foi analisar no *SPSS*, a gente já tinha uma noção. Eu agora utilizando o *Gephi*, eu mais ou menos já tenho uma noção de como vai ser o perfil, por exemplo, no caso, como eu to utilizando o *Twitter*, eu tenho uma noção de quem é o perfil, o público do *Twitter*, por exemplo, que são homens brancos, que tem de, mais ou menos, de vinte e cinco a quarenta anos, porque o *Twitter* já me deu isso, então quando eu for pesquisar meus resultados, majoritariamente vão aparecer homens, brancos, então de outras pesquisas que agregam no *software*.

Questão 6 - Qual a credibilidade que o *software* passa para você?

Eu acho que é muito a veracidade, acho que é muito aquilo: o que os olhos não veem o coração não sente, então as pessoas vão dizer “ah da onde eu tirei aquilo?” eu não vou simplesmente dizer que é de uma teoria que veio de outra teoria, eu vou conseguir realmente comprovar, sabe.

Questão 7 - Você acredita que é possível um profissional de outra área utilizar essa ferramenta como forma de avaliar métricas comunicacionais?

Eu acho que tudo é possível, eu acho que dá pra fazer isso, não sei como fazer mas acho que é possível, eu acho que é possível.

Relevância profissional com uso do *Software*

Questão 8 - Qual a relevância da utilização da tecnologia (*softwares*) para a área de RP?

Eu acho que é muito grande, ainda é muito inexplorado, tem muito a ser explorado e como já tinha comentado, é essa questão do mercado de trabalho, a gente sai daqui é uma das 15 ou 16 áreas ou muito mais áreas que cada período vem se criando, a gente não tem acesso nesse período da graduação, é muito pouco tempo pra se ter acesso a todas essas áreas, então acho que a utilização do *software* ou da tecnologia no relações públicas é muito importante, até porque pegando dentro da universidade aqui, é o curso que menos têm acesso a *softwares*. Se tu pegar um produção editorial ele vai pegar questões de softwares pra criar um livro ou fazer um livro ou processos de criação de um livro, parte editorial, publicitário vai ter pacote *Adobe*, acredito também que o jornalista também não tenha tanto acesso mas não sei se é o foco do jornalismo e o relações públicas acaba ficando muito nessa teoria e vamos imaginar um público, e fica muito nessa coisa imagética, não palpável, e aí tu sai e vê que não é só isso, e outra coisa que tem auxiliado acho que a tecnologia tem auxiliado muito nas pesquisas, tanto pesquisar alguma publicação ou alguma ação que tu fez quanto a pesquisa científica, e essa pesquisa científica acho que facilita quando tu vai ‘te vender pro mercado também, por exemplo, essas empresas que são internacionais e que tu quer, aí eu não sei explicar muito bem, mas, elas tem algum produto e tu quer avaliar, acho que consegue trabalhar mais o teu potencial como RP quando tem a tecnologia, sabe mexer nessa tecnologia ou sabe minimamente como essa tecnologia funciona pra ti poder terceirizar esse serviço.

Questão 9 - Você considera relevante o uso dessas tecnologias (*Nvivo* ou *softwares* em geral?) como forma de gerar resultados?

Eu acho que acabei respondendo, mas eu acho que sim, como já comentei, tu gera um resultado e esse resultado ele pode ser guardado e tu tem mil opções pra trabalhar com ele, aí tu pode trazer a parte teórica de novo, tu implementar alguma coisa dentro da empresa ou fora da empresa que tu tá trabalhando, pode gerar novas

pesquisas, e eu acho que o importante também da tecnologia acho que é instigar as pessoas, acho que a gente tá num mundo muito mais tecnológico só que a gente não utiliza dessa tecnologia no seu todo, então eu acho que no momento que eu fizer esse meu trabalho talvez eu instigue outras pessoas a utilizarem o *Nvivo* ou talvez utilizarem a minha pesquisa ou os meus dados para gerar novos dados e novas oportunidades.

1.4 Entrevistada 4

Experiência com o *Software*

Questão 1 - Você usa algum *software*, se usa, quais e para que?

Sim, eu uso o *software Nvivo*, *Gephi* que é pra análise e métricas e tirando esses eu uso *softwares* de edição da *Adobe: Premiere, Illustrator, After Effects, Photoshop* e mais acho que uns dois, mas seria isso, os *softwares* da *Adobe, Nvivo* e *Gephi*.

Questão 2 - No que é/foi usado o *software* para o desenvolvimento do seu trabalho?

Então, eu ainda não comecei o meu TCC ainda, então os *softwares* eu uso pra trabalhos externos na universidade, agora eu to trabalhando como *social media*, então eu uso bastante o *Gephi* e os *softwares* para criação e monitoramento das redes.

Questão 3 - Qual a motivação ou objetivo encontrado para trabalhar com o *Nvivo*?

A motivação que eu encontrei para trabalhar com o *Nvivo* é porque eu entendi que as pessoas não gostam de coisas muito extensas, tipo relatórios, quanto mais visual, quanto mais fácil das pessoas verem qual o nosso resultado melhor e o *Nvivo* me motivou nisso sabe de eu poder mostrar pra quem eu to fazendo um serviço de forma fácil e rápida aquilo que ele espera, e eu acho que essa é a melhor característica do *Nvivo*, é te dar as análises em formato visual, de mapa, de nuvem de palavras, das árvores de palavras, são coisas muito visuais e muito mais fáceis de entender do que textos corridos.

Questão 4 - Qual o maior desafio encontrado no uso do *Nvivo* ou de algum outro *software*?

No uso do *Nvivo*, eu acho que todos esses *softwares* de métricas e análises o maior desafio que a gente encontra é conseguir colocar de forma clara porque como eu

disse na pergunta 3, ele dá o resultado muito claro, porém ele não faz o resultado, quem tem que fazer ele de forma clara é quem tá operando, eu acho que essa é a maior dificuldade, conseguir colocar o pensamento de forma bem pontual.

Questão 5 - O resultado gerado é o que você esperava?

Nem sempre é, porque tipo, as vezes, por exemplo, uma nuvem de palavras, às vezes tu gera a nuvem e tu espera de acordo com o que tu tá pesquisando que a palavra seja uma, mas aí tu vai ver e descobre que é outra, e daí baseado nisso tu muda todas as tuas estratégias e ações, então isso é legal do *software* também, é fazer tu mudar o teu posicionamento.

Questão 6 - Qual a credibilidade que o *software* passa para você?

O *Nvivo* em específico passa muita credibilidade pra mim, porque além de ele ser mega seguro, tipo, desde baixar e ter ele, eu acredito que ele seja muito seguro também pra conter esses dados, então pra mim ele me passa uma sensação de muita muita credibilidade.

Relevância profissional com uso do *Software*

Questão 7 - Você acredita que é possível um profissional de outra área utilizar essa ferramenta como forma de avaliar métricas comunicacionais?

Eu acho que outras áreas consigam sim usar o *Nvivo* no entanto pra outras questões, questões que varia de pesquisador, então eu acho que essa questão de área também entra muito no uso do *softwares* porque tu vai usar os *softwares* de acordo com aquilo que tu pesquisa, então eu acho que, se outras poderiam avaliar métricas comunicacionais com o *Nvivo*? Eu acho que sim, mas eu não sei se elas efetivamente pesquisam sobre isso

Questão 8 - Qual a relevância da utilização da tecnologia (*softwares*) para a área de RP?

Eu acho que muita, porque eu vejo o mundo cada vez mais tecnológico, cada vez mais inserido nas tecnologias, e tecnologias eu digo tudo, não só a questão das mídias e eu acho que talvez falte um pouco, não só pra nós de RP, mas pra toda a

comunicação um norte mais pra essa área tecnológica, tanto de *softwares*, quanto do uso, da apropriação dessas tecnologias pra além das mídias.

Questão 9 - Você considera relevante o uso dessas tecnologias (*Nvivo* ou *softwares* em geral?) como forma de gerar resultados?

Sim, eu acho que são muito relevantes porque é uma forma de a gente conseguir comprovar o nosso resultado, porque como a gente trabalha com o âmbito um pouco mais subjetivo, essas tecnologia vieram pra ajudar a gente nesse sentido, de mostrar efetivamente os resultados que a gente faz, então eu acho que sim, é muito relevante.

ANEXO 2 - RELATÓRIO DAS ENTREVISTAS

29/10/2018 22:08

Resumo do projeto Projeto Entrevistas 29/10/2018 22:08

Nome hierárquico	Tipo de item	Criado por nome de usuário	Criado em	Modificado por nome de usuário	Modificado em
------------------	--------------	----------------------------	-----------	--------------------------------	---------------

C:\Users\Editor\Desktop

Entrevistas realizadas com quatro estudantes de área de Relações Públicas a respeito da importância e uso de softwares.

Criado por: Editor
Criado em: 24/10/2018 10:04
Modificado pela última vez por: Editor
Modificado pela última vez em: 26/10/2018 03:07

Arquivos

Arquivos\Entrevistada 1	Documento	Editor	24/10/2018 10:07	Editor	24/10/2018 10:07
Arquivos\Entrevistada 2	Documento	Editor	24/10/2018 10:07	Editor	24/10/2018 10:07
Arquivos\Entrevistada 3	Documento	Editor	24/10/2018 10:07	Editor	24/10/2018 10:07
Arquivos\Entrevistada 4	Documento	Editor	24/10/2018 10:07	Editor	24/10/2018 10:07

Casos

Casos\Entrevistada 1	Caso	Editor	24/10/2018 10:28	Editor	24/10/2018 10:29
Casos\Entrevistada 2	Caso	Editor	24/10/2018 10:30	Editor	24/10/2018 10:30
Casos\Entrevistada 3	Caso	Editor	24/10/2018 10:31	Editor	24/10/2018 10:31
Casos\Entrevistada 4	Caso	Editor	24/10/2018 10:31	Editor	24/10/2018 10:31

Classificações de arquivo

Classificações de caso

Node Classification	Editor	24/10/2018 10:22	Editor	24/10/2018 10:31
---------------------	--------	------------------	--------	------------------

Nome hierárquico	Tipo de item	Criado por nome de usuário	Criado em	Modificado por nome de usuário	Modificado em
------------------	--------------	----------------------------	-----------	--------------------------------	---------------

Conjuntos

Consultas

Consultas\30 palavras mais frequentes nas entrevistas	Consulta	Editor	24/10/2018 10:36	Editor	24/10/2018 10:36
---	----------	--------	------------------	--------	------------------

Externas

Extratos

Extratos\Extrato da estrutura de codificação	Extrato	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04
Extratos\Extrato de resumo da classificação de caso	Extrato	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04
Extratos\Extrato de resumo da classificação do arquivo	Extrato	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04
Extratos\Extrato de resumo da codificação por arquivo	Extrato	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04
Extratos\Extrato de resumo da codificação por código	Extrato	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04
Extratos\Extrato de resumo do arquivo	Extrato	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04
Extratos\Extrato de resumo do código	Extrato	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04
Extratos\Extrato de resumo do projeto	Extrato	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04

Mapas

Matrizes de nó

Matrizes estruturais

Memos

Nome hierárquico	Tipo de item	Criado por nome de usuário	Criado em	Modificado por nome de usuário	Modificado em
Nós					
Nós\Apropriação da Tecnologia	Nó	Editor	24/10/2018 10:11	Editor	26/10/2018 03:07

Pastas de pesquisa

Pastas de pesquisa\Todos os arquivos de mídia não incorporados	Pasta de pesquisa	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04
Pastas de pesquisa\Todos os Arquivos, Elementos Externos & Memos	Pasta de pesquisa	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04
Pastas de pesquisa\Todos os códigos	Pasta de pesquisa	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04

Relacionamentos

Relatórios

Relatórios\Relatório da estrutura da codificação	Relatório	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04
Relatórios\Relatório de resumo da classificação do arquivo	Relatório	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04
Relatórios\Relatório de resumo da classificação do caso	Relatório	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04
Relatórios\Relatório de resumo da codificação por arquivo	Relatório	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04
Relatórios\Relatório de resumo da codificação por código	Relatório	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04
Relatórios\Relatório de resumo do arquivo	Relatório	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04
Relatórios\Relatório de resumo do código	Relatório	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04
Relatórios\Relatório de resumo do projeto	Relatório	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04

Resultados da consulta

Resumos

Sentimento

Nome hierárquico	Tipo de item	Criado por nome de usuário	Criado em	Modificado por nome de usuário	Modificado em
Tipos de relacionamento					
Tipos de relacionamento\Associated	Tipo de relacionamento	Editor	24/10/2018 10:04	Editor	24/10/2018 10:04

ANEXO 3 - RELATÓRIO REVISÃO DE LITERATURA

29/10/2018 21:54

Resumo do projeto Projeto revisão de literatura 29/10/2018 21:54

Nome hierárquico	Tipo de item	Criado por nome de usuário	Criado em	Modificado por nome de usuário	Modificado em
------------------	--------------	----------------------------	-----------	--------------------------------	---------------

C:\Users\Editor\Desktop

Este projeto objetiva organizar a partir da ferramenta nuvem de palavras o projeto revisão de literatura com as seguintes temáticas (nós): Comunicação Estratégica e Tecnologia.

Criado por: Editor

Criado em: 24/10/2018 09:43

Modificado pela última vez por: Editor

Modificado pela última vez em: 29/10/2018 21:04

Arquivos

Arquivos\Assessoria de Comunicação Organizacional	PDF	Editor	24/10/2018 10:43	Editor	24/10/2018 10:47
Arquivos\Comunicação estratégica	PDF	Editor	24/10/2018 10:01	Editor	26/10/2018 03:03
Arquivos\Comunicação organizacional e gestão estratégica	PDF	Editor	24/10/2018 09:50	Editor	26/10/2018 03:04
Arquivos\Gestão estratégica de relacionamentos	PDF	Editor	24/10/2018 09:59	Editor	24/10/2018 11:26
Arquivos\Nvivo desenvolvimento	PDF	Editor	24/10/2018 10:43	Editor	24/10/2018 10:47
Arquivos\Redes	PDF	Editor	24/10/2018 10:42	Editor	24/10/2018 10:44
Arquivos\Relações Públicas e a Sociedade midiaticizada	PDF	Editor	24/10/2018 10:42	Editor	24/10/2018 10:46

Casos

Classificações de arquivo

Classificações de caso

Nome hierárquico	Tipo de item	Criado por nome de usuário	Criado em	Modificado por nome de usuário	Modificado em
------------------	--------------	----------------------------	-----------	--------------------------------	---------------

Conjuntos

Consultas

Consultas\\30 palavras mais frequentes das anotações	Consulta	Editor	29/10/2018 21:02	Editor	29/10/2018 21:02
--	----------	--------	------------------	--------	------------------

Externas

Extratos

Extratos\\Extrato da estrutura de codificação	Extrato	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43
Extratos\\Extrato de resumo da classificação de caso	Extrato	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43
Extratos\\Extrato de resumo da classificação do arquivo	Extrato	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43
Extratos\\Extrato de resumo da codificação por arquivo	Extrato	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43
Extratos\\Extrato de resumo da codificação por código	Extrato	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43
Extratos\\Extrato de resumo do arquivo	Extrato	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43
Extratos\\Extrato de resumo do código	Extrato	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43
Extratos\\Extrato de resumo do projeto	Extrato	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43

Mapas

Matrizes de nó

Matrizes estruturais

Memos

Nós

Nós\\Comunicação Estratégica	Nó	Editor	24/10/2018 10:48	Editor	24/10/2018 12:12
------------------------------	----	--------	------------------	--------	------------------

Nome hierárquico	Tipo de item	Criado por nome de usuário	Criado em	Modificado por nome de usuário	Modificado em
Nós\\Comunicação Estratégica\\Tecnologia	Nó	Editor	24/10/2018 10:50	Editor	26/10/2018 01:29

Pastas de pesquisa

Pastas de pesquisa\\Todos os arquivos de mídia não incorporados	Pasta de pesquisa	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43
Pastas de pesquisa\\Todos os Arquivos, Elementos Externos & Memos	Pasta de pesquisa	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43
Pastas de pesquisa\\Todos os códigos	Pasta de pesquisa	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43

Relacionamentos

Relatórios

Relatórios\\Relatório da estrutura da codificação	Relatório	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43
Relatórios\\Relatório de resumo da classificação do arquivo	Relatório	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43
Relatórios\\Relatório de resumo da classificação do caso	Relatório	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43
Relatórios\\Relatório de resumo da codificação por arquivo	Relatório	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43
Relatórios\\Relatório de resumo da codificação por código	Relatório	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43
Relatórios\\Relatório de resumo do arquivo	Relatório	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43
Relatórios\\Relatório de resumo do código	Relatório	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43
Relatórios\\Relatório de resumo do projeto	Relatório	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43

Resultados da consulta

Resumos

Sentimento

29/10/2018 21:54

Nome hierárquico	Tipo de item	Criado por nome de usuário	Criado em	Modificado por nome de usuário	Modificado em
Tipos de relacionamento					
Tipos de relacionamento\Associated	Tipo de relacionamento	Editor	24/10/2018 09:43	Editor	24/10/2018 09:43

ANEXO 4 - GRADE CURRICULAR

Disciplinas do Núcleo de Estruturação

NOME DA DISCIPLINA	SEM	TIPO	(T-P)	CHS
Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação I (N)	1º	OBR	(4-0)	60
História da Comunicação (N)	1º	OBR	(4-0)	60
Comunicação e Mídias Digitais (N)	1º	OBR	(4-0)	60
Leitura e Produção Textual I	1º	OBR	(4-0)	60
Leitura e Produção Textual II	2º	OBR	(2-2)	60
Teorias da Comunicação (N)	2º	OBR	(4-0)	60
Estética, Imagem e Comunicação	2º	OBR	(4-0)	60
Semiótica da Comunicação (N)	3º	OBR	(4-0)	60
Sociologia da Comunicação (N)	3º	OBR	(4-0)	60
Comunicação e Cultura (N)	4º	OBR	(4-0)	60
Comunicação Integrada (N)	4º	OBR	(2-2)	60
Pesquisa de Opinião Pública (N)	5º	OBR	(2-2)	60
Comunicação e Cidadania (N)	5º	OBR	(4-2)	90
Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação II (N)	6º	OBR	(4-0)	60
Mídia e Práticas de Consumo (N)	6º	OBR	(3-0)	45
Economia Política da Comunicação	7º	OBR	(2-0)	30

Núcleo de Formação

É composto pelas disciplinas fundamentais para a formação profissional em Relações Públicas, tendo como objetivo alcançar um perfil profissional que contemple o Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas.

NOME DA DISCIPLINA	S ^{EM}	TIPO	(T-P)	CHS
Teoria e Técnicas de Relações Públicas (N)	1º	OBR	(3-1)	60
RP em Instituições Públicas	2º	OBR	(4-0)	60
Gestão de Projetos Culturais (N)	2º	OBR	(2-2)	60
Auditoria de Mídia (N)	3º	OBR	(3-1)	60
Gestão de Eventos (N)	3º	OBR	(2-2)	60
Produção de Textos em Relações Públicas	3º	OBR	(1-3)	60
Gestão de Pessoas (N)	4º	OBR	(4-0)	60
Marketing	4º	OBR	(4-0)	60
Planejamento Estratégico da Comunicação (N)	4º	OBR	(2-2)	60
Assessoria de Relações Públicas I (N)	5º	OBR	(1-7)	120
Comunicação Organizacional (N)	5º	OBR	(4-0)	60
Planejamento Gráfico em Relações Públicas	5º	OBR	(2-2)	60
Assessoria de Relações Públicas II (N)	6º	OBR	(1-7)	120
Produção Audiovisual em Relações Públicas (N)	6º	OBR	(2-2)	60
Gestão de Projetos Sociais (N)	6º	OBR	(2-2)	60
Legislação e Ética em Relações Públicas (N)	7º	OBR	(2-0)	30
Teoria das Relações Públicas (N)	7º	OBR	(4-0)	60
Gestão web para RP	7º	OBR	(2-2)	60
Comunicação e Gestão	7º	OBR	(3-1)	60
Teorias Aplicadas em Comunicação I	7º	OBR	(4-0)	60
Teorias Aplicadas em Comunicação II	8º	OBR	(7-7)	210