

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

Gianluca Perez Dal Zuffo

**ÉTICA E TECNOLOGIA EM RP:
UMA ANÁLISE DAS PRODUÇÕES ACADÊMICAS**

Santa Maria,RS
2023

Gianluca Perez Dal Zuffo

**ÉTICA E TECNOLOGIA EM RP:
UMA ANÁLISE DAS PRODUÇÕES ACADÊMICAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Comunicação Social - Relações Públicas, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito para obtenção do grau de **Bacharel em Comunicação Social - Relações Públicas.**

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Carlise Porto Schneider Rudnicki
Co-orientador: Caio Motta

Santa Maria, RS
2023

Gianluca Perez Dal Zuffo

**ÉTICA E TECNOLOGIA EM RP:
UMA ANÁLISE DAS PRODUÇÕES ACADÊMICAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Comunicação Social - Relações Públicas, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito para obtenção do grau de **Bacharel em Comunicação Social - Relações Públicas.**

Aprovado em: 05/12/2023

Carlise Porto Schneider Rudnicki, Dr^a. (UFSM)
(Presidente/Orientadora)

Verenice Zanchi (UFSM)

Bibiana Moreira Moura (Mestre)

Jozene Noal (Suplente)

Santa Maria, RS
2023

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha família que sempre me apoiou, em especial meus exemplos em tudo: pai-avô Eden Jorge e mãe-avó Maria de Lourdes que sempre se dedicaram para garantir que eu fosse a minha melhor versão.

"Velhos caminhos que eu conheci!
Como mudaste os vossos aspectos.

Tão diferentes dos cotidianos
Velhos caminhos que eu conheci.

E foi assim que eu envelheci:
já sou estranho a estes caminhos,
Velhas paragens que eu conheci."

Plínio Figueiredo Pinto, 1945.

RESUMO

ÉTICA E TECNOLOGIA EM RP: UMA ANÁLISE DAS PRODUÇÕES ACADÊMICAS

AUTOR: Gianluca Perez Dal Zuffo

ORIENTADORA: Prof. Dr^a Carlise P. Schneider Rudnicki

Co-orientador: Caio Motta

Este trabalho tem como tema analisar as produções acadêmicas, ofertas de cursos e bibliografias em relações públicas, no que tange a ética e a tecnocultura, entendendo que há uma defasagem do material e da discussão sobre esses termos na área. O objetivo geral deste trabalho é refletir sobre as questões éticas e sobre tecnocultura no âmbito da produção científica da área de relações públicas. O estudo possui caráter exploratório, tanto por analisar publicações nos principais portais, quanto análise das universidades públicas e cursos de Relações Públicas que ofertam. Com intuito de viabilizar a pesquisa, adota-se a abordagem qualitativa e utiliza-se das técnicas de pesquisa bibliográfica e pesquisa documental. As publicações em portais constituem o aporte inicial da análise teórica. Como orientação e guia da pesquisa, é adotada a metodologia de pesquisa bibliográfica, conforme sugere Stumpf (2010). Dentre os resultados obtidos, entendeu-se que a ética em conjunto com a tecnocultura, encontra obstáculos morais em sua perpetuação, publicação e ensino. Como considerações finais, pôde-se refletir sobre a constante necessidade de fomentar as discussões sobre a ética na tecnocultura, voltada para a área de RP, visto que há uma defasagem, já que não foram encontrados resultados satisfatórios nas buscas dos bancos de dados pesquisados com as palavras-chave iniciais, mas foi possível encontrar um novo campo de estudo que possivelmente supra essa necessidade acadêmica.

Palavras-chave: Relações Públicas, Comunicação. Ética. Tecnocultura. Universidades.

ABSTRACT

AUTHOR: Gianluca Perez Dal Zuffo
ADVISOR: Prof. Dr^a Carlise P. Schneider Rudnicki
Co-advisor: Caio Motta

This work's theme is to investigate, debate and analyze academic productions, course offerings and bibliographies in Public Relations, regarding ethics and technoculture, understanding that there is a lag in the material and discussion about these terms in the area. The general objective of this work is to reflect on ethical issues and technoculture within the scope of scientific production in the area of public relations. The study has an exploratory nature, both by analyzing publications on the main portals and by analyzing the public universities and Public Relations courses they offer. In order to make the research viable, a qualitative approach was adopted and bibliographic research and documentary research techniques were used. Publications on portals constitute the initial contribution of theoretical analysis. As guidance and guidance for the research, the bibliographic research methodology is adopted, as suggested by STUMPF (2010). Among the results obtained, it was understood that ethics, together with technoculture, encounters moral obstacles in its perpetuation, publication and teaching. As final considerations, it was possible to reflect on the constant need to encourage discussions about ethics in technoculture, focused on the area of PR, since there is a lag, as no satisfactory results were found in the searches of the databases researched with the initial keywords, but it was possible to find a new field of study that possibly meets this academic need.

Key-Words: Public Relations. Communication. Ethic. Technoculture. Colleges.

LISTA DE FIGURAS

QUADRO 1: metodologias da pesquisa bibliográfica, na pesquisa de produções acadêmicas.....	25
QUADRO 2: metodologias da pesquisa bibliográfica, na bibliografia dos cursos.....	27
QUADRO 3: Resultados obtidos.....	29
QUADRO 4: Análise Prêmios Abrapcorp de Monografia.....	34
QUADRO 5: Análise Anais INTERCOM.....	35
QUADRO 6: Universidades selecionadas.....	37
QUADRO 7: Análise das datas de fundação.....	37
QUADRO 8: Análise das cargas horárias.....	38
QUADRO 9: Análise do repositório digital - UFSM.....	40
QUADRO 10: Filtros selecionados para busca em Grupos de Pesquisa.....	40
QUADRO 11: Análise dos Grupos de Pesquisa - UFSM.....	40
QUADRO 12: Análise do repositório digital - UFRGS.....	41
QUADRO 13: Análise Scielo - Relações Públicas.....	42
QUADRO 14: Análise Scielo - Comunicação Social.....	43
QUADRO 15: Análise Scielo - Humanidades Digitais.....	43

LISTA DE SIGLAS

ABRAPCORP	Associação Brasileira De Pesquisadores De Comunicação Organizacional E De Relações Públicas.
BD	<i>Big Data.</i>
SARS-CoV-2	<i>Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2.</i>
CHSSA	Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas.
EXPOCOM	Exposição da Pesquisa Experimental em comunicação.
FOMO	<i>Fear Of Missing Out.</i>
GT	Grupos de Trabalho.
HD	Humanidades Digitais.
INTERCOM	Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.
RP	Relações Públicas.
TICs	Tecnologia da Informação e Comunicação
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
UFSM	Universidade Federal de Santa Maria.
UNIPAMPA	Universidade Federal do Pampa.

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO.....	11
2. COMUNICAÇÃO.....	17
2.1 Comunicação e ética.....	19
2.2 Comunicação e tecnocultura.....	21
3. METODOLOGIA DE PESQUISA.....	24
3.1 Análise Anais Abrapcorp.....	30
3.2 Análises Prêmios de monografia Abrapcorp:.....	34
3.3 Análises Intercom.....	34
3.4 Análise das ofertas de disciplinas de ética nas universidades federais.....	37
3.5 Análise Repositórios Digitais.....	39
3.6 Análise Scielo.....	42
4. RESULTADOS OBTIDOS.....	45
5.REFLEXÕES FINAIS.....	49
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	53

1. INTRODUÇÃO

As redes sociais tornaram-se parte indissociável das nossas vidas, com cerca de 90% dos lares brasileiros¹ possuindo acesso à internet. Concomitante ao acesso à internet, plataformas como o Twitter, Instagram, WhatsApp entre outras, se tornaram meios de expressar e compartilhar pensamentos e experiências e ainda, um meio de acesso à informação.

No entanto, o hegemônico acesso às mídias sociais trouxe consigo uma preocupação: as mídias sociais tornaram-se um terreno fértil para a disseminação de discursos de ódio, *cyberbullying*, fake news, violação e “vazamentos” de dados, entre outros. Tais comportamentos antiéticos ameaçam minar as estruturas da sociedade e dos meios de comunicação.

Num cenário de desinformação, discursos de ódio, compartilhamento de conteúdos violentos e em massa, entre outros, me senti desafiado a direcionar meus esforços para entender como a ética e a tecnologia têm sido abordadas na área de relações públicas e como estão representadas. Busquei, também, entender o contexto que culminou com a exclusão das minhas contas nas plataformas e ainda, o anseio por diminuir cada vez mais minha presença digital.

Dessa forma, analisar as produções acadêmicas na área de relações públicas se tornou uma questão importante, à medida que refletia sobre e ainda mais após os resultados encontrados demonstrarem tal percepção, já que em uma sociedade cada vez mais imbricada em processos tecnológicos torna-se imperativo compreender a ética junto a esse cenário.

O problema de pesquisa deste trabalho é: devido à contemporaneidade e as novas tecnologias, como a temática da ética e da tecnologia têm sido abordadas na área de relações públicas?

O objetivo geral é refletir sobre a ética e a tecnologia no âmbito da produção científica da área de relações públicas. Como objetivos específicos: 1 - identificar os cursos de relações públicas no Rio Grande do Sul em organizações públicas e verificar quais deles abarcam disciplinas sobre ética; 2- Mapear Grupos de

¹ Disponível:

<https://www.gov.br/casacivil/pt-br/assuntos/noticias/2022/setembro/90-dos-lares-brasileiros-ja-tem-acesso-a-internet-no-brasil-aponta-pesquisa>. Acesso em: 08/05/2023, às 19h30.

Trabalho, ou GTs, e artigos científicos que falam sobre tecnocultura e ética em diferentes bancos de dados ; 3- Refletir sobre o cenário e a representatividade da ética para a área.

A ciência da comunicação estuda esses processos sociais e comerciais, desde a produção até a interpretação das mensagens por seus interlocutores. Segundo José Delgado Dantas (2016), desde o início das Relações Públicas como processos e neste caso, pode-se levar em consideração o início das atividades em Nova York, por Ivy Lee em 1906, muito se adaptou à sociedade, visto que há algumas décadas os profissionais ainda eram conhecidos como marketeiros.

Tais processos sociais e comerciais são mediados e gerenciados pelas relações públicas, com o objetivo de manter uma relação positiva entre os envolvidos nas mensagens transmitidas, monitorando e identificando tendências entre os públicos estratégicos.

Então, se as relações públicas monitoram tendências e gerenciam imagens, é de interesse dos profissionais da área questionarem e investigarem eticamente como estas relações estão se manifestando nas plataformas, por exemplo. Ou seja, é um papel da Comunicação como ciência participar dos debates sobre a ética do uso contemporâneo dos meios de comunicação.

Segundo a autora utilizada na metodologia de pesquisa, “[...] o foco de interesse será buscado na sua vida real” (Stumpf, 2010, p. 53). Dessa forma, busquei entender a ética num contexto digital e ao decorrer das orientações, entendi a importância em aplicar o meu interesse pessoal para analisar as publicações ou a falta delas, em portais ou premiações da área.

Todas essas teorias convergem em qual meio estão sendo abordadas, neste trabalho. Em um primeiro momento, utilizei o conceito de redes sociais para abranger alguns pontos de discussão, focando na atuação ética profissional. Entretanto, cabe ressaltar que este conceito foi substituído por “plataforma”.²

Segundo Poell (2020), o conceito de plataforma considera as informações comunicacionais na tecnologia, em suas diversas aplicações, dispondo os agentes, usuários, como “produtores ativos de cultura”.

² Disponível em:

<https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01/60747734>. Acesso em: 19/10/2023. às 19h27.

Utilizando-se das plataformas, profissionais da comunicação desenvolvem campanhas e ações direcionadas, com diferentes intuitos mercadológicos e abordagens que visam fortalecimento de marca, promoção, alinhamentos a pautas sociais e sustentabilidade, entre outros. Contudo, na rotina desses profissionais, é imprescindível questionar o ambiente em que se encontram essas campanhas e ainda, analisar as publicações acadêmicas que tratam deste e outros dilemas.

Dessa forma Baldissera (2000), Andrade (2001), Kunsch (2003), Barros (2003), servem de aporte referencial da comunicação e das relações públicas, uma vez que apontam diretrizes, conceitos e definições em suas análises. Neste trabalho, foram utilizados conceitos como a disputa de sentidos (Baldissera, 2000), o retocer simbólico de Geertz (2008), McCombs e Shaw (2005) com o *agenda-setting* ou em livre tradução do autor, agendamento, a teoria do enquadramento apresentada por Campos (2014), entre outros apontamentos através da ótica de Ida Regina C. Stumpf (2010) para analisar os bancos de dados e organização dos resultados.

As análises aos bancos de dados como por exemplo das ofertas de disciplinas de ética em universidades públicas, é fundamental para garantir que os estudantes tenham acesso a uma educação que não apenas desenvolva suas habilidades acadêmicas, mas também os prepare para tomar decisões éticas ao longo de vidas e carreiras.

E aqui cabe, então, o adendo de que pude entender a ética sendo generalista, engloba a moral e guia os atos dos seres humanos para o bem ou mal, com pontos de vistas universais.

Neste trabalho foi possível entender o enfoque das produções acadêmicas na ética profissional das relações públicas e desta forma, é importante definir, conforme a Enciclopédia Saraiva do Direito (1977, p. 222): "Ética profissional é o conjunto de princípios que regem a conduta funcional de determinada profissão".

Assim, entende-se que a ética profissional é importante para o desenvolvimento da atuação das relações públicas. Entretanto, a indagação que proponho neste trabalho é a defasagem sobre o conteúdo e suas produções, dentro dos assuntos da ética profissional.

É esta reflexão sobre as análises que quero trazer neste trabalho, para que a área de Relações Públicas possa se atualizar no contexto digital e tecnocultural sobre as plataformas e o mercado de trabalho.

Relaciona-se o refletir da ética profissional e da tecnologia, visto que:

A ética profissional relaciona-se também com a tecnologia de cada profissão. O saber fazer e o saber conduzir-se interligam-se, e estes com o saber como um todo, porque é o homem que está presente em sua profissão, como um todo, e não átomos de um homem (ENCICLOPÉDIA SARAIVA DO DIREITO, 1977, p. 229).

A ética e a tecnologia são dois conceitos hoje indissociáveis e intrinsecamente conectados. A contemporaneidade da sociedade e o momento em que não há mais o viver sem a presença digital, fortalecem ainda mais esses traços indissociáveis. A tecnologia traz muitos benefícios para a sociedade, mas de forma inadequada, pode ser eticamente ineficiente. Há que dialogar entre a responsabilidade da disseminação de informações, maneiras, receptores e interlocutores, públicos estratégicos.

Esta união de ética, tecnologia, dados ou Big Data e claro, relações públicas, está sendo entendida pelas produções acadêmicas e pesquisadores como Humanidades Digitais (HD), segundo Guimarães, Rocha e Mugnaini (2023).

Os autores ressaltam a interação entre as Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas (CHSSA) e a computação, dando origem ao campo interdisciplinar das Humanidades Digitais (HDs). As HDs envolvem a aplicação de computação e Tecnologia da Informação e Comunicação (TICs) em estudos das CHSSA e a investigação das influências das TICs na sociedade e na cultura.

As HDs são caracterizadas como um campo colaborativo que utiliza ferramentas e métodos de pesquisa para analisar grandes conjuntos de dados culturais. Isso inclui a digitalização de acervos de bibliotecas e museus, bem como a criação de grandes conjuntos de registros digitais. A tecnologia proporciona *insights* sobre tendências culturais, artísticas e intelectuais passadas, ampliando a disseminação da informação no contexto digital.

A pesquisa destaca a interseção entre BD (Big Data) e HDs, representada por três círculos concêntricos: o primeiro refere-se ao processamento de grandes conjuntos de dados culturais; o segundo aborda a relação entre discurso coletivo, comunidades e softwares mediadores; e o terceiro envolve a experiência humana na interação com esses conjuntos de dados por meio de várias interfaces.

A presença de pesquisadores de CHSSA na produção científica em BD pode estar relacionada à antecedência do campo de "computação das humanidades" e sua evolução para as HDs. No entanto, segundo os autores, a produção científica

brasileira nessas áreas é mais recente, exigindo uma análise abrangente do ciclo de vida das pesquisas.

Esse tipo de análise pode oferecer *insights* sobre o interesse e o desenvolvimento de pesquisas em áreas interdisciplinares como HDs e BD, além de contribuir para o entendimento da colaboração entre as Ciências Humanas e a computação no contexto acadêmico.

Para entender o contexto, acredito ser imprescindível compreender o termo Big Data (BD) e sua utilização como palavra-chave neste trabalho:

Big Data é comumente associado a uma grande quantidade de dados sendo considerado também uma técnica, um fenômeno - uma avalanche de dados - no qual um montante de diversos tipos de dados, por vezes desordenados, registros do cotidiano como textos, áudios, vídeos, redes sociais, dados sobre o consumo, entre outros, podem ser analisados, convertidos e utilizados para responder a diversas demandas da sociedade contemporânea em seus aspectos econômicos, sociais e culturais (GUIMARÃES; ROCHA; MUGNAINI, 2023, p.4).

Desta forma, a BD converge em um estudo contemporâneo e contextualizado sobre a sociedade, que deve ser pautado na ética, visto que no âmbito profissional, será a regente da rotina dos e das profissionais.

Com este trabalho, analisei a importância que o debate ético ocupa em produções acadêmicas na área de relações públicas e destaquei que olhar crítico é necessário para identificar a relevância de tal debate na formação de profissionais preparados para enfrentar os desafios do presente e futuro.

Além disso, busco a reflexão crítica sobre como a dimensão ética não orienta apenas o comportamento profissional, mas também influencia a percepção dos públicos sobre a própria área, que são cruciais para manter e promover práticas para consolidar um pilar das relações públicas.

Antes de adentrar a discussão sobre o tema, é importante frisar que a pandemia de Coronavírus (Covid-19) afetou e continuará afetando as produções científicas durante alguns anos, como explicita Jefferson Cardia Simões, atual pró-reitor de Pesquisa da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) em entrevista ao Grupo Zero Hora ³.

³ Disponível em:

<https://gauchazh.clicrbs.com.br/educacao/noticia/2023/08/o-que-explica-a-queda-na-producao-cientific-a-de-ufrgs-e-ufpel-em-2022-cll49x3qx004p01541a6b7a40.html#:~:text=A%20diminui%C3%A7%C3%A3o%20foi%20registrada%20por,n%C3%BAmero%20de%20artigos%20cient%C3%ADficos%20publicados>. Acesso em: 08/11/2023, às 15h09

Jefferson aponta que durante 2 ou 3 anos ainda, as restrições de pesquisa em campo e laboratoriais dos anos de pandemia repercutiram nas produções acadêmicas, visto que o tempo médio de produção de um artigo científico, por exemplo, pode levar de 2 a 5 anos, segundo o pró-reitor de pesquisa da UFRGS.

Além da questão sanitária, os investimentos destinados à ciência e pesquisa de 2022 foram os mesmos de 2020, como aponta o pró-reitor de Pesquisa e Pós-graduação da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), Flávio Fernando Demarco, também referenciado na entrevista ao Grupo Zero Hora.

Dessa forma, houve uma certa cautela na análise e busca dos dados, em que como metodologia de pesquisa, foi utilizada a pesquisa bibliográfica que para Ida Regina Stumpf (2010), podemos entender essa metodologia como “um conjunto de procedimentos para identificar, selecionar, localizar e obter documentos de interesse para a realização de trabalhos acadêmicos e de pesquisa” (Stumpf, 2010, p. 54).

Para a análise dos dados obtidos, selecionei palavras-chave que tinham relação com o assunto e seguiram de guia para a busca nos bancos de dados. Em um primeiro momento, foram cunhadas 4 palavras-chave e que após busca focalizada, adicionei mais uma como membro honorário desta lista.

Os principais resultados encontrados na análise dos dados foram que com as palavras-chave e termos escolhidos, não houve representação a não ser um Grupo de Pesquisa da UFRGS, que teve início em 2017.

Concomitantemente, foi descoberto um novo termo técnico de pesquisa: Humanidades Digitais, que culminou em resultados mais significativos e apurados, ainda não encontrado em premiações, mas já começando a ocupar um espaço significativo em produções da Comunicação, sendo este termo a palavra-chave que inseri como membro honorário.

2. COMUNICAÇÃO

A comunicação é um campo de estudo que abrange não só a forma, mas os conceitos, intuítos, experiências socioeconômicas e sentimentais/emocionais dos emissores, que busca entender, também, como a informação emitida vai ser recebida e interpretada pelo público-alvo, e em qual meio se perpetua. O termo comunicação pode ser entendido e interpretado como processo de compartilhar um mesmo objeto de consciência, resgatando as emoções, os sentimentos expressos no suporte material, simulando o estado em que se encontrava a primeira consciência, assim afirma Martino (2001).

Não é uma ciência exata, ela demanda reflexões filosóficas de diversas outras áreas-irmãs das ciências sociais e até de outras áreas para entender como aquela mensagem ecoará na sociedade.

É importante frisar que a definição de comunicação é fluida, mutável e encontramos diversos autores contextualizando e rotulando de acordo com suas construções de sentido. Neste trabalho, utilizaremos a comunicação com contexto e definição de Cândido Andrade (2001) para pensarmos Relações Públicas:

Relações Públicas são a humanização das relações no campo dos negócios, consistindo num esforço para compreender a consciência e a sensibilidade do homem, em busca do interesse e da compreensão do público para os problemas de um cidadão, de um grupo ou de uma empresa (ANDRADE, 2001, p. 33).

Cabe aqui, um adendo à visão de Andrade (2001): as Relações Públicas não se atêm apenas ao mundo de negócios, ela deve também se ater, no caso deste trabalho como exemplo, é como a ética através dos meios de comunicação que se tornarão ferramentas das estratégias comerciais propostas pelos mesmos, está sendo abordada e levada em consideração. Entendendo sim, “a consciência e a sensibilidade do homem” (Andrade, 2001), para uma compreensão das mensagens envolvidas.

Segundo Baldissera (2000), a comunicação é vista como uma troca de informações que ocorre de acordo com um contexto, sendo um processo de construção e contestação de sentidos e significados negociados ou seja, “uma disputa de sentidos” (Baldissera, 2000, p. 21). É através dela que as pessoas compartilham informações, valores e crenças em comum.

Consequência da evolução humana e do agrupamentos de indivíduos e compartilhamento de informações, é a formação da opinião pública. Segundo Walter Lippmann em “A formação da Opinião Pública” (Lippmann, 2011), a opinião pública é formada de acordo com representações simbólicas midiáticas, naquela época representada pela imprensa, mas livremente adaptada pela representação das mídias sociais atualmente.

Além de Lippmann, destaca-se Boyd e Ellison (2007), que afirmam que as plataformas são meios de compartilhar as informações, opiniões e reflexões e que podem influenciar a opinião pública, a fim de manipulá-la em alguns casos.

A união dessas duas reflexões concomitantemente ao acesso da informação tornando-se hegemônica em toda sociedade brasileira, formando e agendando os assuntos que serão abordados em publicações acadêmicas, remonta a outro fenômeno estudado pela comunicação e referenciado neste trabalho pela perspectiva de McCombs e Shaw: o *agenda-setting*.

Agenda-setting ou teoria do agendamento, foca-se em relacionar e elencar determinados tópicos em que os meios de comunicação podem influenciar a opinião do público, definindo então, a agenda ou assunto, debate, em que a massa deve-se focar no momento daquele agendamento das informações, fomentando a formação da opinião pública.

Juntamente com a teoria do *agenda-setting*, ou agendamento, encontra-se também a teoria do *framing* ou enquadramento que, de acordo com Campos (2014), foi relacionado por Erving Goffman em *Frame analysis* (1986), ou em tradução livre do autor, análise de enquadramento, para: “identificar em quais circunstâncias os indivíduos tomam uma determinada situação como real” (Campos, 2014, p. 05).

Seguindo tal conceituação, Gonçalves (2004)⁴ apresenta o enquadramento como uma metacomunicação: “É o enquadramento da situação que organiza a estrutura de sentidos das mensagens e ações” (Gonçalves, 2004, p. 158). O autor ainda exemplifica que, quando afirmamos durante uma conversa com parentes, que tal fato é mentira “estamos, simultaneamente, a verbalizar e a definir que o enquadramento que lhe vai permitir interpretar todas as mensagens anteriores como falsas” (Gonçalves, 2004, p. 158).

Ou seja, o enquadramento não limita-se ao teor do noticiar jornalístico, ele interfere também em nossa rotina e em nossas interações sociais e

⁴ Disponível em: <https://recil.ensinulusofona.pt/handle/10437/2605>. Acesso 21/09/2023, às 19h27.

representatividade de debates e produções acadêmicas. O enquadramento no jornalismo, segundo Gonçalves (2004), foi apresentado por Gaye Tuchman:

As notícias são uma janela para o mundo, descreve Tuchman, que “pretendem dar-nos aquilo que queremos saber, precisamos saber e devemos saber (1978:1)”. A metáfora concentra em si a forma como a socióloga utiliza o conceito. As notícias são o próprio enquadramento, pois é através delas que construímos grande parte da nossa percepção do mundo e da nossa relação com ele (GONÇALVES, 2004, p. 159).

A teoria do agendamento argumenta que a mídia e os processos de construção da notícia definem a importância e a pauta da noticiabilidade do momento, influenciando a relevância dos assuntos e afetando as discussões. Já a teoria do enquadramento argumenta que a mídia posiciona as notícias de um ponto de vista, de acordo com o ângulo e seleção dos detalhes, enfatizando elementos que influenciam na opinião pública.

Esses conceitos se intersectam, influenciando a percepção pública dos eventos e agendando fatos e notícias, de maneira que a sociedade engaje naquele momento ao que está sendo informado e da maneira que aqueles fatos despertam curiosidade no público.

No capítulo a seguir, me empenhei em elucidar a relação entre comunicação e ética no cenário das relações públicas e como é feito o “ecoar” ou a falta dele, do objeto de estudo, dentro da cultura tecnológica que estamos envolvidos e nas principais referências de produção acadêmica.

2.1 Comunicação e ética

A comunicação desempenha um papel fundamental na sociedade, permitindo a troca de informações, ideais e valores entre os indivíduos e sendo uma ferramenta-chave para as organizações. No entanto, esta troca de informações também traz consigo uma série de questões éticas que precisam ser consideradas.

Segundo a Enciclopédia Saraiva do Direito (1977), a ética pode ser dividida em duas vertentes: uma relacionada ao caráter e outra à ação, sendo ambas virtudes humanas. Conforme Aristóteles (1962, apud Enciclopédia Saraiva do

Direito, 1977, p 218), “a união de ambas virtudes culmina, então, numa disposição de agir acompanhada de razão corrente as coisas boas ou más ao homem”.

O conceito de ética relaciona-se diretamente com o conceito de moral, entretanto, não nos devemos confundir, visto que para diferenciarmos podemos utilizar a seguinte definição:

Os problemas éticos são caracterizados por sua generalidade, e isto os distingue dos problemas morais da vida cotidiana, que são os que nos apresentam nas situações concretas (...). A ética é teoria, investigação ou explicação de um tipo de experiência humana ou forma de comportamento dos homens (...). A ética é a teoria ou ciência do comportamento moral dos homens em sociedade...(VÁZQUEZ, 1975, Apud ENCICLOPÉDIA SARAIVA DO DIREITO, 1977, p. 218).

Desta forma, a ética é uma investigação dos comportamentos da sociedade, que teoriza e deve guiar as tomadas de decisões e afrontamentos das consequências. Já nesta reflexão pude entender a importância fundamental da ética em RP, visto que os comportamentos da sociedade também são investigados na área.

A ética na comunicação envolve a responsabilidade de transmitir informações precisas e verídicas, com a disposição do agir digno, principalmente nas Relações Públicas, conforme Andrade (2009):

A própria definição de Relações Públicas deixa evidente que é preciso estabelecer e/ou buscar a compreensão mútua e os interesses coletivos, e isto só pode ser conseguido, se houver uma preocupação com a ética nos relacionamentos e com as estratégias (ANDRADE, 2009, p. 02).

Concomitante a preocupação ética com os relacionamentos e estratégias, a comunicação deve ser multifacetada, considerando a integridade da informação mas também o impacto no público-alvo que aquela mensagem emitida quer transpassar.

Segundo Filho (1995, p.13), comunicar é “compartilhar conteúdos de consciência [...] pôr à disposição do outro”, ou seja, compartilhar a sua perspectiva e a sua experiência sociológica com quem receberá aquela mensagem já carregada com o sentido que o emissor quer transmitir.

Esse compartilhamento de sentidos refere-se à capacidade da comunicação em transmitir significados, valores e intenções. Na comunicação social e nas relações públicas, os meios de comunicação desempenham um papel significativo na construção e transmissão de mensagens que moldam a percepção pública.

A ética é a reflexão sobre a moral, ou seja, é o estudo que não se baseia em normas e regulamentações e segue o princípio do “bem”, flexível e sujeita a mudanças ao longo do tempo e orienta comportamentos na sociedade. Já a moral, inflexível e temporal, depende de normas culturais e sociais, existe dentro de um contexto.

Vázquez em *Ética* (1997, p.09), debate e analisa a moral como uma “forma específica do comportamento humano”. Nesse sentido, a ética leva em consideração valores e direcionamentos circunstanciais da complexidade da realidade e da vida em sociedade, com criticismos à moralidade.

O papel da ética, portanto, envolve a precisão das informações e a paridade na representação de grupos, indivíduos e assuntos, promovendo o entendimento pleno e a qualidade das informações.

Como importante referencial da comunicação e suas dimensões, Barros (2003) discorre sobre a reflexão ética e a relação com a comunicação, tendo como destaque a importância da responsabilidade moral e da honestidade nas relações interpessoais.

Questiono, então, o papel das publicações envolvendo ética nos artigos acadêmicos, pois é apenas desta forma que há a discussão de temas e é a forma de pautar as produções acadêmicas e assuntos relevantes para a comunicação social e sobretudo às relações públicas.

2.2 Comunicação e tecnocultura

A tecnocultura é uma realidade contemporânea que molda e é moldada pela comunicação de maneiras profundas e complexas. No contexto sociológico que vivemos, a comunicação é a interação em si, o compartilhamento de informações. A tecnologia é o meio, sendo plataforma. Já a tecnocultura é o contexto em que esse compartilhamento ocorre através do meio de comunicação escolhido. Dessa forma, entender o que é cultura é fundamental.

Segundo Santaella (2003), a tecnologia interfere e transforma a cultura contemporânea e vice-versa, sendo a tecnologia um meio cultural que influencia na nossa percepção semiótica das informações e no agir ao “digerir” tais informações, mudando a forma como nos comunicamos e interagimos uns com os outros.

A Cultura é fluida, mas podemos exemplificar como uma forma de legitimação perante a sociedade, comunicando uma visão social, às vezes, limitada à uma parcela que vivencia aquela realidade. Um exemplo é o Funk, um estilo musical marginalizado que traz à tona a realidade de uma porção da sociedade deslocada dos centros e privada, muitas vezes, de acesso aos amparos governamentais.

Kunsch (2020) reforça o importante papel da comunicação na sociedade contemporânea, a relacionando com um poder, uma força, em livre interpretação do autor: uma facilitadora da disseminação de certas interpretações políticas e sociais, algumas éticas ou não, através das plataformas, em suas diversas formas de representação.

Dessa forma, representações culturais e sociais como o funk, são uma importante força motriz para um alcance maior de suas representatividades, exponencialmente influenciadas através das plataformas.

Para Strey (2002, p.58), o que diferencia o animal homem dos outros, é que “o homem é um animal cultural”. Neste sentido, a cultura é o conjunto de hábitos, regras sociais, relacionamentos interpessoais de determinados grupos, integrando essas características comportamentais.

Este conjunto de hábitos, relacionamentos, características podem ser também entendidos como um mecanismo criado e mantido pelos seres humanos para dar sentido ao mundo ao seu redor. Assim Clifford Geertz define cultura em “A Interpretação das Culturas” (2008).

Para Geertz (2008), a cultura é uma teia retecida simbolicamente, ou seja, é um tecido constantemente refeito e reconfigurado pelos indivíduos através de um conjunto de sentidos. O retecer simbólico da cultura tem um papel de suma importância na interpretação cultural da diversidade da sociedade e da vida social, pois é necessária uma análise detalhista dos elementos simbólicos das práticas culturais atribuídas pelas pessoas, ou seja, o sentido que as pessoas dão ao mundo ao seu redor.

Segundo Baldissera e Sólito (2011), a “[...] teia de significados, construída em processos dialógicos-recursivos atualizados entre o indivíduo e o grupo [...] precisa ser pensada como dinâmica”. Neste formato:

A cultura também realiza movimentos de semiotização (atribui significação e incorpora novos elementos do mundo ao sistema cultural da organização) e de dessemiotização (expurga elementos que já não lhe são úteis) (BALDISSERA, SÓLIO, 2011, p. 4).

Cita-se a cultura organizacional e é o sentido central da referência acima, mas, trazida à perspectiva das interações sociais, também encontra-se um dinamismo entre os mesmos processos entre indivíduo e grupo, pois durante a construção e negociação de sentidos semióticos nas interações, há o retercer simbólico incorporando sentidos e elementos dos assuntos agendados ou então, seu expurgo.

A Cultura manifesta-se através da comunicação e dos processos de construções de sentido e na internet, segue este mesmo princípio. Lucia Santaella (2003), com enfoque também no processo de construção de sentidos através da tecnologia e que se dedicam a analisar o impacto das novas tecnologias na cultura contemporânea.

A tecnocultura, então, é uma cultura 100% digital que possui suas próprias características e dimensões e, baseada nas informações divulgadas pelos meios de comunicação, na teoria, serve para agregar debates culturais inerentes à sociedade como um todo, buscando uma troca de conhecimentos morais, seguindo o princípio ético das interações.

3. METODOLOGIA DE PESQUISA

Neste capítulo, apresento a pesquisa bibliográfica, metodologia adotada para investigar a intersecção entre comunicação, ética e tecnocultura. Compreendo essa metodologia conforme Marconi e Lakatos (2003, p.183), que destacam que a pesquisa bibliográfica possibilita que o pesquisador tenha contato com tudo o que foi escrito sobre o tema investigado. Ainda, para Ida Regina Stumpf (2010), podemos entender essa metodologia como “um conjunto de procedimentos para identificar, selecionar, localizar e obter documentos de interesse para a realização de trabalhos acadêmicos e de pesquisa” (Stumpf, 2010, p. 54).

Concomitante ao conjunto que caracteriza a pesquisa bibliográfica, a autora reforça que toda tese acadêmica segue uma sequência específica de tópicos e dentro deste processo, a reflexão sobre a literatura é imprescindível. Neste trabalho, a revisão sobre a literatura é aplicada diretamente às publicações nos objetos de análise selecionados. Segundo a autora, “a revisão da literatura acompanha o trabalho acadêmico desde sua concepção até sua conclusão.” (Stumpf, 2010, p. 53).

Stumpf (2005) apresenta os passos na produção da pesquisa e consegui me relacionar com as propostas da autora, visto que o problema de pesquisa se originou de um descontentamento pessoal, que desembocou em identificar e aprofundar conceitos e aplicá-los nos objetos de análise.

A pesquisa bibliográfica utilizada neste trabalho segue, também, o preposto de que na análise dos dados coletados, são interpretados os fatos e fenômenos que os bancos de dados proporcionaram. Seguindo as orientações de Stumpf (2010), foram selecionadas palavras-chave que tinham relação com o assunto e seguiram de guia para a busca nos bancos de dados. O resultado desse levantamento foi a escolha das seguintes palavras-chave: ética, tecnocultura, inteligência artificial e bigdata.

O período selecionado foi de 2017 até 2022 e foram feitas buscas nos bancos de dados ou portais das instituições: Abrapcorp, Intercom, Universidades Públicas Federais do Rio Grande do Sul (UFSM, UFRGS e Unipampa) e seus respectivos repositórios digitais.

Durante a elaboração deste trabalho, notei a necessidade indispensável de realizar uma "menção honrosa" em relação aos bancos de dados analisados e consultar, também, a *Scientific Electronic Library Online* (SciELO)⁵ ou em livre tradução do autor, biblioteca científica online.

Após pesquisas na SciELO, encontrei o termo Humanidades Digitais (HD) como balizador de algumas pesquisas e tendências dentro das produções acadêmicas relacionadas às ciências sociais e humanas. Assim, realizei também a inclusão deste termo como "palavra-chave honorária", por ser um derivado das palavras-chave originárias deste trabalho.

Após encontrados os portais e sites das instituições, foram realizadas as análises e transcrições dos dados encontrados nas respectivas análises presentes neste trabalho. É importante que ao consultar essa pesquisa, seja considerada a pandemia de Covid-19, que afetou o mundo durante os anos de 2020, 2021 e 2022, alterando as dinâmicas de publicações e produções acadêmicas, diminuindo e pautando tais produções.

Então, após consultar as diretrizes para efetivar uma pesquisa bibliográfica, entendi que a abordagem enfatiza a revisão, seleção e análise crítica do objeto de estudo relevante para o desenvolvimento deste trabalho. Assim, no quadro abaixo, representei como foi dividida a metodologia para aplicabilidade nas análises dos objetos, inspirando-se no conteúdo apresentado pela autora referencial.

QUADRO 1: metodologias da pesquisa bibliográfica, na pesquisa de produções acadêmicas.

	Como se define?
Identificação e Seleção de fontes	Como primeira etapa, identifiquei e selecionei, em conjunto com a orientadora e o co-orientador, quais entidades organizadoras seriam mais relevantes. A seleção foi baseada na sua pertinência ao tema de estudo, bem como na sua reputação, autoridade e

⁵ <https://www.scielo.br/>.

	confiabilidade.
Estratégia de Busca	Para realizar a busca nas fontes bibliográficas, foi utilizada a estratégia de busca que incluiu palavras-chave relevantes. As palavras-chave incluíram os termos “ética”, “tecnocultura”, “Big Data” e “Inteligência Artificial” e uma condensação dos termos em diferentes contextos. As bases de dados acadêmicos foram exploradas para identificar as produções acadêmicas adequadas.
Critérios de inclusão e exclusão	Segui critérios de inclusão e exclusão rigorosos para garantir a relevância das fontes e produções selecionadas. Foram incluídos trabalhos acadêmicos que relativamente conversavam sobre a ética e/ou a tecnocultura, no contexto social de debate. Foram excluídas fontes que não apresentavam um debate sociológico e sim, organizacional, como, por exemplo, o modo de se portar perante colegas de trabalho dentro de uma organização privada.
Análise e sínteses das fontes	Após a identificação e seleção das fontes, as produções acadêmicas foram analisadas e sintetizadas. Isso envolveu a leitura crítica dos materiais, a identificação das palavras-chave e seu contexto dentro das produções,

	relacionando “ética” e “tecnocultura” à comunicação. As informações relevantes foram organizadas e categorizadas para facilitar a compreensão e discussão no contexto do trabalho.
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Próprio autor (2023)

Além das produções acadêmicas, foram analisadas também as universidades públicas do Rio Grande do Sul, com enfoque no curso de Relações Públicas. Para a análise e pesquisa, foram utilizados os mecanismos dispostos e organizados segundo o quadro abaixo:

QUADRO 2: metodologias da pesquisa bibliográfica na bibliografia dos cursos.

	Como se define?
Identificação e Seleção de fontes	Como primeira etapa, identifiquei e selecionei, em conjunto com a orientadora e o co-orientador, quais universidades e seu setor, público ou privado, seriam mais relevantes. A seleção foi baseada na sua pertinência ao tema de estudo, bem como na sua reputação, autoridade e confiabilidade e minha realidade, como aluno de uma universidade pública.
Estratégia de Busca	Para realizar a busca nas fontes bibliográficas, foi utilizada a estratégia de busca que incluiu palavras-chave relevantes. As palavras-chave incluíram os termos “ética”, “tecnocultura”, “Big Data” e “Inteligência Artificial” e uma

	condensação dos termos em diferentes contextos. As bases de dados bibliográficos foram exploradas para identificar os cursos adequados.
Critérios de inclusão e exclusão	Segui critérios de inclusão e exclusão rigorosos para garantir a relevância das fontes e produções selecionadas. Foram incluídos cursos que relativamente conversavam sobre a ética e/ou a tecnocultura, no contexto social de debate. Foram excluídas fontes que não apresentavam uma disciplina ou abordagem neste sentido, apresentada nas fontes.
Análise e sínteses das fontes	Após a identificação e seleção das fontes, as bibliografias dos cursos foram analisadas e sintetizadas. Isso envolveu a leitura crítica dos materiais, a identificação das palavras-chave e seu contexto dentro do ensino, relacionando “ética” e “tecnocultura” à comunicação. As informações relevantes foram organizadas e categorizadas para facilitar a compreensão e discussão no contexto do trabalho.

Fonte: Próprio autor (2023)

Dessa forma, foram cunhadas as análises dispostas abaixo, considerando produções acadêmicas (como explicitada metodologia no quadro 1) e bibliografia de cursos de Relações Públicas, sediados no Rio Grande do Sul e ofertadas por universidades públicas (como explicitada metodologia no quadro 2).

Concomitantemente, aplicando a metodologia acima explicitada, foram analisadas as universidades com ensino público, sediadas no Rio Grande do Sul e a seleção foi feita de acordo com o quadro explicitado dentro do subcapítulo referente.

Ao longo do capítulo, encontramos resumidamente, os seguintes resultados:

QUADRO 3: Resultados obtidos

Anais Abrapcorp
Nos anos de 2022, 2021, 2019 e 2018, não foram encontradas publicações que utilizassem as palavras-chave propostas neste trabalho. Já em 2017, pode-se encontrar uma menção, mas não na área de pesquisa.
Prêmios Abrapcorp de monografia
Não foram encontradas monografias premiadas com as palavras-chave
Anais INTERCOM
Nos temas centrais dos eventos e trabalhos publicados, não foram encontradas menções às palavras-chave. Já em 2021 e 2022, foram encontradas mesas de debate, oficinas e minicursos que mencionaram “Ética”, entretanto, não no contexto proposto deste trabalho.
Análise das Instituições Públicas
Nas datas de fundação, a diferença dos anos entre a fundação das universidades e a fundação do curso de Relações Públicas, no caso da UFRGS, chegou a 39 anos. Em análise das cargas horárias, das universidades analisadas, a UNIPAMPA apresentou a maior porcentagem dedicada à Ética, comparada hora disciplina x carga horária total, 2% e UFRGS a menor, 0,97%. Destaque positivo à UFSM, que tem uma disciplina destinada a compreender os usos da ética na tecnologia aplicadas não somente ao âmbito profissional.
Análise Repositórios Digitais
No repositório digital da UFSM, não foram encontradas produções e no repositório

da UFRGS foi encontrado apenas um Projeto de Pesquisa, com início em 2017.

Fonte: Próprio autor (2023)

Dessa forma, como apresentada a metodologia de pesquisa utilizada e os resultados, em formato resumido, apreendidos, é possível ter o embasamento necessário para compreender as análises e desenrolar abaixo, com mais detalhamento.

3.1 Análise Anais Abrapcorp

Foi feita a coleta no banco de dados da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp), a partir da pesquisa bibliográfica, disponível no site⁶ da associação, na aba de “anais”, disponível em abrapcorp.org.br/anais/, no dia 21 de setembro de 2023.

Tendo como origem o site principal da Abrapcorp, foi analisada a seção de “Grupos de Trabalho”, para selecionar quais poderiam apresentar relevância na pesquisa, e foram selecionados: “GT 1 - Comunicação, ética e alteridades em processos relacionais de subjetivação e conflitos no ambiente organizacional” e “GT 6 - Comunicação digital, inovação e tecnologias”.

Em 2017, os “Grupos de trabalho” eram nomeados como “Grupos de Pesquisa, ou GP” e dessa forma, foram condensados os dois “GTs” anteriores ao “GP” referente daquele ano, o “Grupo de Pesquisa 2 - Comunicação, Inovação e Tecnologias”.

Selecionados os “Grupos de trabalho” relevantes, foram analisados os anais dos 5 últimos anos, considerando 2017 como ano inicial e 2022 como últimas publicações. Após encontrar os anais, foi buscado dentro de cada publicação do ano referente, às palavras-chaves norteadoras da pesquisa e o que foi encontrado, demonstrado nos quadros abaixo, das análises dos eventos:

QUADRO 4: Análise Anais Abrapcorp

⁶ Site da Abrapcorp: <https://abrapcorp.org.br/> . Acesso em 26/10/2023, às 18h56.

Anais de 2022	
GT 1 - Comunicação, ética e alteridades em processos relacionais de subjetivação e conflitos no ambiente organizacional.	
Trabalho 1: Brand Journalism e o valor ético como princípio norteador da atividade jornalística	
Autores	Raabe de Andrade Santos, Celene Fidelis Frias Ferreira.
Abordagem	Analisa a conduta jornalística em relação ao Brand Journalism, um recurso organizacional de contato com os públicos de interesse.
GT 6 - Comunicação digital, inovação e tecnologias	
Trabalho 1: Notas teóricas sobre transformação digital e Big Data no contexto da Comunicação Organizacional e do trabalho das organizações: desafios ou oportunidades?	
Autores	João Raposo
Abordagem	Aborda o uso da Big Data no ambiente organizacional e na comunicação e as transformações nos ambientes de trabalho.
Anais de 2021	
Não foram encontrados trabalhos com Ética, Tecnocultura, Big Data ou Inteligência artificial nos títulos.	
Anais de 2020	
GT 1 - Comunicação, ética e alteridades em processos relacionais de subjetivação e conflitos no ambiente organizacional.	

Trabalho 1: Códigos éticos em Relações Públicas: Deveres Inconciliáveis e Identidade Profissional Fragilizada	
Autores	Agatha Camargo Paraventi
Abordagem	Direciona a ética com um viés de identidade profissional, tomada de atitudes.
Anais de 2019	
GT 1 - Comunicação, ética e alteridades em processos relacionais de subjetivação e conflitos no ambiente organizacional.	
Trabalho 1: Olhar/Pensar a Comunicação Organizacional na Perspectiva da Ética, da Subjetividade, da Alteridade e do Conflito	
Autores	Angela Cristina Salgueiro Marques
Abordagem	Direciona a ética com debates relacionados ao ambiente corporativo. Sobre ações e tomada de decisões para um ambiente saudável.
Trabalho 2: A pesquisa em ética nas organizações: resultados preliminares de um estudo parcial da produção acadêmica (2008-2018)	
Autores	Fernanda Queiroz Rivelli
Abordagem	Direciona pesquisas acadêmicas sobre a ações éticas nas corporações.
Trabalho 3: Comunicação nas organizações: ética, cosmética ou ambas?	
Autores	Tainah Schuindt Ferrari Veras
Abordagem	Direciona o trabalho, novamente, a ações éticas no ambiente corporativo.

GT 6 - Comunicação digital, inovação e tecnologias	
Trabalho 1: Big Data e Inteligência Artificial - Aliados na Detecção de Oportunidades e Crises	
Autores	Dulce Margareth Boarini
Abordagem	Utilização da tecnologia 5G, para análise de ambiente corporativo/profissional.
Anais de 2018	
GT 1 - Comunicação, ética e alteridades em processos relacionais de subjetivação e conflitos no ambiente organizacional.	
Não encontrados.	
GP 6 – Comunicação, Políticas e Estratégias	
Trabalho 1 - Ética nas políticas e nas pesquisas sobre comunicação pública	
Autores	Stephanie Silva, Dalton Martins, Tiago Mainieri.
Abordagem	Trabalho voltado a análises de códigos de ética profissional. Com viés democrático, ligado à cidadania e o poder público.
Anais de 2017	
GP2 - Comunicação, Inovação e Tecnologias.	
Não encontrados.	
Observação: Há, neste ano, a publicação: “DO PUBLIEDITORIAL AO JORNALISMO PATROCINADO: OS DESVIOS ÉTICOS DA COMUNICAÇÃO DE	

MARCA NO BRASIL” de Wilson da Costa Bueno, mas está vinculado ao Grupo de Pesquisa: Comunicação, Políticas e Estratégias.

Fonte: Próprio autor (2023).

3.2 Análises Prêmios de monografia Abrapcorp:

Foi feita a coleta no banco de dados da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp), a partir da pesquisa bibliográfica no site abrapcorp.org.br, na aba de “Prêmios”, encontrada na página inicial e selecionada a opção “Prêmio Abracorp de Monografia”, no dia 19 de outubro de 2023, às 21h45.

Já na página da busca, foram pesquisadas as quatro palavras-chave balizadoras deste trabalho e o resultado é encontrado abaixo:

QUADRO 4: Análise Prêmios Abrapcorp de Monografia.

Prêmio Abrapcorp de Monografia
Não foram encontradas monografias premiadas com as palavras-chave.

Fonte: Próprio autor (2023)

3.3 Análises Intercom

Foi feita a coleta no banco de dados da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), a partir da pesquisa bibliográfica no site principal do Portal e, na aba de “eventos”, no dia 18 de outubro de 2023, às 19h32.

Tendo como origem o site principal da Intercom, foi analisada a seção de “Eventos”, para selecionar quais anais poderiam apresentar relevância na pesquisa, e foram selecionados e analisados os anais dos 5 últimos anos, considerando 2017 como ano inicial e 2022 como últimas publicações, na categoria “Congresso Nacional”, na aba EXPOCOM (Exposição da Pesquisa Experimental em comunicação) e nas modalidades: “RP01 - Agência Jr. de Relações Públicas”; “RP02 - Pesquisa em Relações Públicas”; “RP11 - Planejamento estratégico em Relações Públicas” e ainda, a programação do evento.

Após encontrar os anais, foi buscado dentro de cada publicação do ano referente, às palavras-chaves norteadoras da pesquisa e o que foi encontrado, demonstrado nos quadros abaixo, das análises dos eventos:

QUADRO 5: Análise Anais INTERCOM.

Anais de 2022	
Tema central do Evento: Ciências da Comunicação contra a Desinformação.	
Na página oficial do evento, em programação, foram encontradas menções à ética:	
Oficinas e Minicursos:	
Minicurso	A ética da comunicação e o desenvolvimento da consciência moral.
Ministrante	Heitor Costa Lima da Rocha (UFPE)
Modalidades: Não há trabalhos publicados quando selecionada a opção “Relações Públicas”.	
Anais de 2021	
Tema central do Evento: Comunicação e resistência: práticas de liberdade para a cidadania.	
Na página oficial do evento, em programação, foram encontradas menções à ética:	
44º ciclo de estudos interdisciplinares da comunicação: Mesa 1: Ética e Comunicação em Saúde	
Mediação	Adriana Omena (UFU/INTERCOM)
Debatedores	Ana Veloso (UFPE); Clarisse Castro Cavalcante (Fiocruz); Emerson Cervi (UFPR); Rogério Cristofolletti (UFSC)

Oficinas e Minicursos:	
Minicurso	O documentário autoetnográfico do projeto Vídeo nas Aldeias: ética, estética e política
Ministrante	Juliano José de Araújo (Unir)
Modalidades: Não há trabalhos publicados, o site relata “em breve”.	
Anais de 2020	
Tema central do Evento: Um mundo e muitas vozes: da utopia à distopia	
Na página oficial do evento, não há menção às palavras-chave.	
Modalidades: Não há trabalhos relacionados às palavras-chave.	
Anais de 2019	
Tema central do Evento: Fluxos comunicacionais e crise da democracia.	
Na página de programação do evento, não há menção às palavras-chave.	
Modalidades: Não há trabalhos relacionados às palavras-chave.	
Anais de 2018	
Tema central do Evento: Desigualdades, gêneros e comunicação	
Na página de programação do evento, não há menção às palavras-chave.	
Modalidades: Não há trabalhos relacionados às palavras-chave.	
Anais de 2017	
Tema central do Evento: Comunicação, memória e historicidades	
Na página de programação do evento, não há menção às palavras-chave.	
Modalidades: Não há trabalhos relacionados às palavras-chave.	

3.4 Análise das ofertas de disciplinas de ética nas universidades federais

Foi feita a coleta no banco de dados de cada universidade federal, de ensino público sediadas no Estado do Rio Grande do Sul, a partir da pesquisa bibliográfica nos sites oficiais de cada instituição, nas diferentes seções de cada site e seguindo a disposição apresentada pelos mesmos, no dia 21 de setembro de 2023.

Para busca mais aplicada, foi utilizado o site do Guia do Estudante, da Editora⁷ Abril, consultado em 21 de setembro de 2023, às 18h56.

Tendo como origem o site principal de cada universidade, após encontrar os as ementas dos cursos, foi buscado dentro de cada instituição referente, além de verificar se possuíam o curso nomeado por “Comunicação Social” ou “Relações Públicas” e suas variáveis como: “Comunicação Social - Habilitação em Relações Públicas”. As palavras-chaves norteadoras da pesquisa e o que foi encontrado está demonstrado nos quadros abaixo, das análises:

QUADRO 6: Universidades selecionadas.

Universidades selecionadas
UFRGS, UFSM, UFPel, FURG, UFCSPA, UNIPAMPA, UFFS, UERGS

Fonte: Próprio autor (2023)

Na primeira análise, representada como “Análise 1” que consta abaixo, foram relacionados os seguintes itens: quais instituições oferecem o curso de “Relações Públicas”, dentro das variáveis mencionadas anteriormente e qual a data de fundação da instituição e data da oferta do curso, segundo as Portarias do MEC em questão do reconhecimento.

QUADRO 7: Análise das datas de fundação.

Análise 1

⁷ Disponível em: <https://guiadoestudante.abril.com.br/profissoes/relacoes-publicas/>. Acesso em: 18/10/2023, às 19h52.

Instituição	Data de fundação da instituição	Data de fundação do curso
Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) - campus sede	1960	1970
Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) - campus Frederico Westphalen (FW)	2006	2013
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	1937	1976
Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA)	2006	2010

Fonte: Próprio autor (2023)

Na análise seguinte foram relacionados às cargas horárias totais dos cursos ofertados nas instituições de ensino selecionadas, com as cargas horárias dedicadas à disciplina de ética. A carga horária é apresentada em medida de tempo “Horas”.

QUADRO 8: Análise das cargas horárias.

Análise 2		
Instituição	Carga horária total	Carga horária disciplina
Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) - campus sede	3200	60
Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) -	3200	60

campus Frederico Westphalen (FW)		
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	3185	30
Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA)	3275	75

Fonte: Próprio autor (2023)

3.5 Análise Repositórios Digitais

No dia 19 de outubro de 2023, às 20h07, foi feita a coleta no banco de dados da UFSM, a partir da página inicial do site da instituição e na aba de ensino, selecionado o botão de “Pesquisa”. Na página de produção científica, foi selecionada a opção “Teses, Dissertações e Anais” Já na página do Repositório⁸, selecionada a opção CCSH (Centro de Ciências Sociais e Humanas) que redirecionou à página da intitulada “comunidade”.

Segundo a própria descrição na página da comunidade, há o objetivo da mesma: “Reunir a produção científica, técnica, cultural e acadêmica do Centro de Ciências Sociais e Humanas”.

O motivo da busca no repositório do CCSH é justificado pela presença do curso de Comunicação Social - Habilitação em Relações Públicas, no qual eu estou inserido e é relevante ao levantamento trazido neste trabalho.

Desta forma, na busca direcionada a comunidade em questão, foram digitadas as palavras-chave balizadoras da pesquisa bibliográfica proposta e os resultados encontrados estão demonstradas no quadro abaixo:

QUADRO 9: Análise do repositório digital - UFSM

Repositório Digital - UFSM

⁸ Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/>. Acesso em 19/10/2023, às 19h51.

Dentre todas as palavras-chave elencadas, não foi encontrado nenhuma produção relacionada à Comunicação ou às relações públicas.

Fonte: Próprio autor (2023)

Após análise feita em “Teses, Dissertações e Anais”, no mesmo dia, foi retornada a busca à partir da página principal, botão de “Pesquisa” e agora, selecionada a opção “Grupos de Pesquisa”. A busca foi filtrada com as seguintes seleções:

QUADRO 10: Filtros selecionados para busca em Grupos de Pesquisa.

Filtros		
Filtros por sites	Filtro por Tag(s)	Buscar em
<ul style="list-style-type: none"> ● Relações Públicas (SM) ● Relações Públicas Bacharelado (FW) ● Comunicação ● PET Comunicação Social 	Palavras-Chave: Ética, Big Data, Inteligência Artificial e Tecnocultura.	Grupos acadêmicos

Fonte: Próprio autor (2023)

Não selecionados filtros como “Ordenar por:” e Resultados por página”, a busca iniciou-se e os resultados estão apresentados abaixo:

QUADRO 11: Análise dos Grupos de Pesquisa - UFSM

Análise - Grupos de Pesquisa - UFSM
Palavras-chave ao mesmo tempo: Nenhum resultado.
Palavra-chave Ética: Nenhum resultado
Palavra-chave Big Data: Nenhum resultado

Palavra-chave Tecnocultura: Nenhum resultado

Palavra-chave Inteligência Artificial: Nenhum resultado

Fonte: Próprio autor (2023)

No dia 19 de outubro de 2023, foi feita a coleta no banco de dados da UFRGS, a partir da página inicial do site da instituição e na aba de pesquisa e inovação, selecionada a opção de projetos de pesquisa. Já na página do Repositório, selecionada a opção projetos em que foram inseridas as palavras-chave e filtradas as opções de “Área de conhecimento” como Ciências Sociais Aplicadas e como “Origem”, não foi selecionada nenhuma opção.

Após alinhamentos de pesquisa, foram consultadas as palavras-chave e validadas como úteis para o levantamento aqui trazido, resultados ligados à Comunicação e às relações públicas. O resultado é encontrado nos quadros abaixo:

QUADRO 12: Análise do repositório digital - UFRGS

Repositório Digital - UFRGS	
Palavra-Chave: Ética	
Título	RELAÇÕES PÚBLICAS ÉTICA-POLÍTICA-ESTÉTICA NO CONTEXTO DA COMUNICAÇÃO DIGITAL: DA TEORIA À PRÁTICA
Coordenadora do Projeto	ELISANGELA LASTA
Objetivo	Repensar o campo das relações públicas ética-política-estética pelo campo da comunicação no contexto digital.
Data de início	2017
Data de Previsão de Fim	24/04/2024

Campo de estudo	Relações Públicas e Propaganda
Tipo de produto	Projeto de Pesquisa

Fonte: Próprio autor (2023)

3.6 Análise Scielo

No dia 08/11/2023, às 15h32, decidi incluir neste trabalho a análise deste banco de dados, visto que durante as pesquisas, foi constatado que o cruzamento entre produtos e artigos científicos voltados a relações públicas estava seguindo as tendências das outras análises aqui feitas.

Desta forma, acessei o site principal do portal: <https://www.scielo.org/> e fiz um cruzamento das palavras-chave de busca com relações públicas e comunicação social, para um resultado mais direcionado.

Em um primeiro momento, foram utilizadas as combinações das palavras-chave com relações públicas e o resultado consta abaixo:

QUADRO 13: Análise Scielo - Relações Públicas

SCIELO
Palavra-Chave: Ética
Nenhum resultado encontrado.
Palavra-Chave: Tecnocultura
Nenhum resultado encontrado.
Palavra-Chave: Big Data
Nenhum resultado encontrado.
Palavra-Chave: Inteligência Artificial
Nenhum resultado encontrado.

Fonte: Próprio autor (2023)

Em um segundo momento, foram utilizadas as combinações das palavras-chave com Comunicação Social e o resultado consta abaixo:

QUADRO 14: Análise Scielo - Comunicação Social

SCIELO	
Palavra-Chave: Ética	
Nenhum resultado encontrado.	
Palavra-Chave: Tecnocultura	
Nenhum resultado encontrado.	
Palavra-Chave: Big Data	
Nenhum resultado encontrado.	
Palavra-Chave: Inteligência Artificial	
Nenhum resultado encontrado.	

Fonte: Próprio autor (2023)

Em um terceiro momento, foram analisados os resultados da busca da palavra-chave honorária Humanidades Digitais e, desta forma, entrelaçados com a busca que referencia este trabalho. Os resultados podem ser encontrados abaixo:

QUADRO 15: Análise Scielo - Humanidades Digitais

SCIELO	
Palavra-Chave: Humanidades Digitais	
Título	Estudo cientométrico da atividade acadêmica sobre as temáticas de humanidades digitais e big data nas universidades estaduais paulistas

Autores	GUIMARÃES, . A. da S.; ROCHA, . S. S.; MUGNAINI,
Objetivo	Analisar a produção científica concretizada (publicações) e pesquisas potenciais (auxílios de pesquisa) sobre os temas de Big Data e Humanidades Digitais de pesquisadores da Universidade de São Paulo (USP); Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP) e Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP).
Ano de publicação	2023
Produto	Artigo

Fonte: Próprio autor (2023)

4. RESULTADOS OBTIDOS

Após analisar os dados coletados, com os dados encontrados e disponibilizados nas análises acima, é possível afirmar que não foram contempladas as palavras-chave de maneira satisfatória e, pode-se entender a relevância ou de certa forma irrelevância e descaso com as preocupações éticas referentes às relações públicas no tocante das análises dos meios de comunicação atuais e as posturas dentro da principal ferramenta de atuação dos profissionais, atualmente.

Conforme Marconi e Lakatos (2003, p.183), que destacam que a pesquisa bibliográfica possibilita que o pesquisador tenha contato com tudo o que foi escrito sobre o tema investigado, entendi que meus esforços entregaram um resultado coerente com o que entendi durante a pesquisa e as orientações.

Para Ida Regina Stumpf (2010), é fundamental e funcional “[...] identificar, selecionar, localizar e obter documentos de interesse para a realização de trabalhos acadêmicos e de pesquisa” (Stumpf, 2010, p. 54). Sendo assim, entendi que essa metodologia que utilizei, não foi encontrada em sua completude em outros processos de criação das produções acadêmicas analisadas, nos bancos de dados pesquisados.

Como um dos resultados obtidos, entendi que a falta de produção não é por falha metodológica para um aporte e sim, uma estratificação de pauta.

Segundo Gislene, Marcos Paulo e Mario Luiz (2014), “ [...] é preciso estratificar para escolher qual acontecimento é mais merecedor de adquirir existência pública como notícia [...]” (Silva; Silva; Fernandes, 2014, p. 54). Ou seja, é preciso uma seleção para identificar qual característica daquele fato é pertinente o suficiente para tornar-se notícia.

Dessa forma, os resultados obtidos encontrados neste trabalho refletem uma estratificação de como pautar e noticiar as palavras-chave nas relações públicas e na comunicação social.

Dentre as instituições de ensino analisadas, um ponto interessante e comum entre as três, é que a ética é tratada com viés legislativo, apontado pelos nomes das disciplinas: na UFSM, tanto campus sede em Santa Maria quanto no campus de Frederico Westphalen (FW), a disciplina é intitulada como “Legislação e ética em

Relações Públicas”; Na UFRGS, “Relações Públicas e ética profissional” e na Unipampa “Ética e legislação em Relações Públicas”.

Além da análise dos nomes das disciplinas, foi encontrada a bibliografia das mesmas ofertadas na UFSM (sede e FW). No campus sede, as unidades e bibliografias básicas conversam com a tecnocultura e a ética, com livros que direcionam às práticas e processos de legitimação na sociedade midiaticizada.

Já no campus de FW, a ética permeia uma área voltada à rotina do profissional e o agir com ética, como a Unidade 2 exemplifica: “Legislação e código de ética de relações públicas” e a Unidade 3 demonstra: “Ética e legislação no exercício profissional”. É importante frisar que essas duas Unidades compõem as 3 Unidades totais ofertadas na disciplina de ética, sendo a Unidade 1, introdutória à ética e à moral, como pode ser observado na coleta de dados realizada.⁹

A UFRGS apresentou a disciplina relacionada na tabela mas com um porém encontrado em suas informações de oferta: o ingresso era até 2008/02¹⁰, como demonstra a coleta feita no dia 21/09/2023 às 20h10.

No projeto pedagógico do curso de Relações Públicas aprovado em 2023, da Unipampa, há na página 63 uma menção à ética: “o eixo de Formação Geral contempla conteúdos de cultura geral e de formação ética e humanística [...]” e continua na página 64: “com foco na ética e nas questões da sociedade contemporânea [...]”.

Cabe aqui uma reflexão de que se a Formação Geral do curso de Relações Públicas tem foco na ética e contempla uma formação ética, na Unipampa, como toda essa abrangência e noção, por parte dos docentes, pode ser adquirida em aproximadamente 2% da carga horária total do curso, com uma disciplina que foca na legislação da profissão?

Um destaque positivo deve ser feito à UFSM, que promove dentro do curso de Relações Públicas o debate das questões éticas no contexto tecnológico.

Posso, então, referir à análise que as tratativas dentro das disciplinas ofertadas no Rio Grande do Sul, nessas instituições selecionadas, focam em um viés muito parecido com o resultado das análises dos anais da Abrapcorp, em comportamentos profissionais e não condutas éticas estabelecidas e direcionadas às mídias sociais e

⁹ Disponível em <https://www.ufsm.br/ementario/disciplinas/DECOM1029>. Acesso em 21/09/2023, às 19h47.

¹⁰ Disponível em http://www.ufrgs.br/ufrgs/ensino/graduacao/cursos/exibeCurso?cod_curso=1490. Acesso em: 21/09/2023 às 20h10.

tecnologia e as relações com os públicos-alvos, com exceção ao campus sede da UFSM que busca, dentro da disciplina, mesclar os processos midiáticos.

Além disso, mesmo com aproximadamente 2% da carga horária total do curso de Relações Públicas, a Unipampa se destaca com a maior carga horária dedicada ao ensino da ética, mesmo que não direcionada à tecnologia. Em relação aos resultados obtidos nos anais da Abrapcorp desde 2017, a primeira edição da premiação, nenhum contemplado foi relacionado às palavras-chave utilizadas na busca: Ética, Big Data, Inteligência Artificial ou Tecnocultura.

Essa falta de contemplação reflete o descaso com os debates éticos e o agendamento, muitas vezes, de pautas que estão em voga na sociedade e nos debates acadêmicos. Não estou diminuindo a importância do debate sociológico, apenas afirmo que o espaço competitivo é pautado e agendado, como sugere a teoria de McCombs e Shaw (2005).

Pode-se questionar se eticamente, é de interesse da organização pautar esses temas apresentados ou apenas, aproveitar o momento das discussões para ganhar destaque midiático, pois quando pautada a ética ou a tecnologia, é com virtudes a pautas sociais ou comportamentos organizacionais, como observado em 2017, em que o debate era sobre os “desvios éticos da comunicação de marca no Brasil”, como demonstra os anais de 2017, da Abrapcorp.

Ao longo da elaboração deste trabalho, decidi consultar também a Scielo, biblioteca online de produtos e artigos acadêmicos, para embasar a discussão aqui apresentada. Entretanto, o banco de dados que seria para consulta por ser uma conhecida fonte de pesquisa entre discentes e docentes do ensino superior, apresentou a mesma defasagem em produções relacionadas às palavras-chave e a área das relações públicas.

Entretanto, a defasagem foi amenizada de certa forma quando encontrei a palavra-chave honorária das buscas: Humanidades Digitais. Ela consegue intensificar os termos Big Data, Ética e Tecnocultura em um só, me transparecendo que mesmo sendo uma nova possibilidade de termos de busca, há uma esperança de centralizar e facilitar a adesão das publicações acadêmicas e em breve, incluir a área das relações públicas aplicadamente.

Como Kunsch (2020) relata, a comunicação possui um importante papel na sociedade contemporânea, uma certa forma de poder. Essa força não pode ser

exercida de forma antiquada ou até “remendada”, buscando em bibliografias com décadas de existência e adaptando-as às realidades contemporâneas.

Os e as profissionais de Relações Públicas precisam estar preparados e preparadas para lidar com, além da comercialização de dados, divulgação de informações sigilosas e sensíveis, entendendo e analisando eticamente as plataformas que são as ferramentas do dia-a-dia.

5. REFLEXÕES FINAIS

Em um contexto digital e tecnocultural, as práticas de Relações Públicas tem um impacto significativo na percepção dos públicos e entre organizações. A ética na comunicação digital é fundamental para garantir que as informações são precisas, justas, imparciais e respeitadas.

Nos formatos propostos, é importante revisitar a pergunta problema, objetivos, metodologia e resultados obtidos agora com um olhar calibrado sobre o assunto. Então, relembro a pergunta do problema de pesquisa deste trabalho: devido a contemporaneidade e as novas tecnologias, como a temática da ética e da tecnologia têm sido abordadas na área de relações públicas?

Concomitantemente, servindo de aporte para análise, o objetivo geral deste trabalho é refletir sobre a ética e a tecnologia no âmbito da produção científica da área de relações públicas. Como objetivos específicos, serão encontrados os seguintes: 1 - identificar os cursos de relações públicas no Rio Grande do Sul em organizações públicas e verificar quais deles abarcam disciplinas sobre ética; 2- Mapear Grupos de Trabalho, ou GTs, e artigos científicos que falam sobre tecnocultura e ética em diferentes bancos de dados ; 3- Refletir sobre o cenário e a representatividade da ética na área.

Seguindo tais norteadores, utilizei a metodologia de pesquisa bibliográfica para encontrar resultados coerentes com o que buscava, identificando e estratificando os dados para, futuramente, analisá-los.

No tocante da análise dos dados obtidos, selecionei palavras-chave que tinham relação com o assunto e seguiram de guia para a busca nos bancos de dados com aporte em Stumpf (2010). Em um primeiro momento, foram cunhadas as 4 palavras-chave que denominei como originárias: ética, tecnocultura, inteligência artificial e big data.

Metodologicamente, para buscar essas palavras-chave nos bancos de dados escolhidos, selecionei o período de 2017 até 2022 e foram feitas buscas nos bancos de dados ou portais das instituições: Abrapcorp, Intercom, Universidades Públicas Federais do Rio Grande do Sul (UFSM, UFRGS e Unipampa) e seus respectivos repositórios digitais.

Durante a elaboração das pesquisas, entendi que seria imprescindível buscar as mesmas palavras-chave na *Scientific Electronic Library Online* (SciELO) ou em livre tradução do autor, biblioteca científica online.

Essa busca, mesmo culminando em um resultado desapontador com as 4 palavras-chave originárias, promoveu a descoberta de um novo termo: Humanidades Digitais (HD), o que acabou sendo a parte positiva desta busca em um primeiro momento, ineficaz. Promovi, então, o termo a palavra-chave honorária, já que não constava como as principais buscadas ao longo da análise, mas acabou demonstrando a união delas em um único termo, sendo um vasto campo de pesquisa que deve ser explorado.

Após encontrados os portais e sites das instituições, além de atualizações nas buscas e filtros dos portais, foram realizadas as análises e transcrições dos dados encontrados. Foi considerado ao consultar essa pesquisa, a pandemia de Covid-19, que afetou o mundo durante os anos de 2020, 2021 e 2022, alterando as dinâmicas de publicações e produções acadêmicas, diminuindo e pautando tais produções.

Assim, consigo concluir que existe uma preferência de pautas nas premiações e publicações acadêmicas. De certa forma, uma seleção dos fatos a serem discutidos e dessa forma, prejudicando alguns setores e beneficiando outros.

Dessa forma, foi possível entender que as pautas abordadas nos bancos de dados analisados, sobrepuseram a importância da discussão proposta pela ética na tecnocultura.

Além disso, quando se fala em tecnocultura, não posso deixar de lado a importância da proteção da privacidade de dados, já que invasões por hackers às contas pessoais e profissionais de plataformas são cada dia mais frequentes.

Proporcionar uma formação de profissionais de Relações Públicas com este senso, esta preparação à partir da academia e fomento do debate pela mesma, deveria ser prioridade nas publicações acadêmicas disponibilizadas por bancos de dados como os exemplificados neste trabalho.

Priorizando estudos e análises de casos, é garantido aos profissionais que estejam preparados para enfrentar os desafios propostos pela comunicação digital de forma ética, responsável e eficaz. Além disso, contribuir com a comunidade científica, promove ainda mais credibilidade e confiança na profissão de Relações Públicas, ainda estigmatizada em alguns casos pela sua origem de atuação.

Um adendo interessante quando pesquisados em todos bancos de dados: foram os resultados relacionados a área da saúde, que parecem produzir mais sobre ética e comunicação em suas rotinas, do que a própria comunicação social e nisso inclui-se relações públicas.

Consigo, então concluir, que o problema central desta pesquisa foi discutido e demonstrado, segundo as análises, que não foi encontrada, uma abordagem menos tecnicista sobre a ética na profissão de Relações Públicas, pois desconsiderando o grupo de pesquisa da UFRGS, é a única abordagem encontrada nos bancos de dados, quando encontrada.

É imprescindível, também, pensar na complexidade do pensamento e como figura centralizadora a comunicação nestes aspectos. Segundo Corrêa (2020, p. 24-25) existe uma tríade: comunicação, complexidade e transversalidade que, segundo a autora, serve de embasamento para analisar, mais experimentalmente as “teorias que já não explicam os novos fenômenos da sociedade digitalizada em sua totalidade” (Corrêa, 2020, p.24-25).

Ou seja, recomendo que são necessárias novas teorias, com novos estudos e abordagens para entender qual é e como exercer a profissão das Relações Públicas atualmente e responder o problema de pesquisa e atingir o objetivo proposto deste trabalho, me fez refletir no que Corrêa (2020) instiga, sendo que essa tríade há de se utilizar da transversalidade como força movimentacional, buscando linhas paralelas às teorias que não completamente acompanharam a evolução da sociedade e as novas formas de comunicar.

Resultando no que é feito hoje em dia nas Relações Públicas, que ao não fomentar produções acadêmicas e maior destaque proporcional dentre as horas-aula oferecidas nos currículos, força os graduandos e graduados, a buscar em áreas correlatas um entendimento sobre a ação humana perante o contexto digital que estamos inseridos.

Não fomentar a pesquisa pode desencadear a desinformação, a ponto de por exemplo, não entender que explorar a curiosidade relacionada à eventos e atualizações sobre influenciadores e criadores de conteúdos, ou então, o acompanhamento de notícias e desenrolares de conteúdos previamente destacados, fixando a atenção do público que busca sempre participar das informações, com certo medo ou receio de “ficar de fora” dos acontecimentos.

“O medo” de não estar sempre atualizado dos acontecimentos recentes, é patologicamente conhecido como FOMO¹¹ ou “*fear of missing out*”, traduzido pelo autor como “medo de ficar de fora” e que será relacionada neste trabalho como FOMO, cunhado por Dan Herman em 2000.

Foi cunhada como uma ferramenta de marketing de engajamento e pode ser um dos maiores exemplos de situação moralmente aceita em um grupo mas condenável socialmente, que se explorado, é considerado irresponsável.

A privacidade e a responsabilidade social estão sendo desfiguradas com o avanço e eticamente pouco se discute entre a academia. E a comunicação, como força motriz e meio disseminador, não acompanha regular e eticamente, as mudanças.

É imprescindível entender a ética como pilar das relações públicas e também, as humanidades digitais como norteadoras das pesquisas acadêmicas e agir profissionalmente. Talvez, não podemos mais enquadrar as Relações Públicas apenas em setores de gestão de pessoas, com a ética profissional voltada ao gerir colaboradores, ou então, ao marketing digital.

Os e as profissionais de Relações Públicas atuam tanto em marketing, quanto em gestão de pessoas e ainda diversas outras, desta forma, abrangendo diferentes perspectivas dos saberes atuais e reforçando a necessidade de fomento da produção acadêmica, premiação e o "pautar" da ética e tecnocultura.

Relacionar áreas como big data e inteligência artificial no dia a dia das relações públicas, também é auxiliar na evolução da sociedade, atribuindo diferentes significados às interpretações das ações propostas e ainda, entender como está a realidade e receptividade dos meios que as veicularão.

¹¹ Disponível em: <https://jornio.com/blog/fomo-fear-of-missing-out>. Acesso em 21/10/2023, às 19h44.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. Para entender relações públicas. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2001.

ABRAPCORP. Portal da instituição. Disponível em: <https://abrapcorp.org.br/>. Acesso em 26/10/2023.

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação organizacional: o treinamento de recursos humanos como rito de passagem. São Leopoldo: Unisinos, 2000.

BALDISSERA, R.; SÓLIO, M. B. O complexus comunicação – cultura – administração. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, [S. l.], n. 4, 2011. Disponível em: <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/293>. Acesso em: 21 maio. 2023.

BARROS FLIHO, Clóvis de. Ética na Comunicação. 4ª Edição - São Paulo. Summus, 2003.

BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, v. 13, n. 1, p. 210-230, 2007.

BRASIL. Casa Civil. Portal de assuntos e conteúdos, Brasília: CC, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/casacivil/pt-br/assuntos/noticias/2022/setembro/90-dos-lares-brasileiros-ja-tem-acesso-a-internet-no-brasil-aponta-pesquisa>. Acesso em 08/05/2023.

CAMPOS. Luiz Augusto. A identificação de enquadramentos através da análise de correspondências: um modelo analítico aplicado à controvérsia das ações afirmativas raciais na imprensa. OPINIÃO PÚBLICA, Campinas, vol. 20, nº 3, dezembro, 2014, p. 377-406.

CORRÊA, Elizabeth S. Caminhos da comunicação: tendências e reflexões sobre o digital: Appris, São Paulo, 2020.

DANTAS, José Gibson Delgado. O Que é, afinal, Relações Públicas? Curitiba: INTERCOM. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-0627-1.pdf>. Acesso em 08/05/2023.

Enciclopédia Saraiva do Direito, volume 34, edição 46. Saraiva, São Paulo, 1977.

GEERTZ, Clifford. A Interpretação das Culturas. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GONÇALVES, Telmo. A abordagem do enquadramento nos estudos do jornalismo. Edições Universitárias Lusófonas. Disponível em: <https://recil.ensinolusofona.pt/handle/10437/2605>. Acesso em 19/10/2023.

GUIMARÃES, . A. da S.; ROCHA, . S. S.; MUGNAINI, . Estudo cientométrico da atividade acadêmica sobre as temáticas de humanidades digitais e big data nas universidades estaduais paulistas. *Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação*, [S. l.], v. 28, p. 1–34, 2023. DOI: 10.5007/1518-2924.2023.e90566. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/90566>. Acesso em: 8 nov. 2023.

KUNSCH Margarida Maria Krohling. *Comunicação estratégica: a visão de renomados autores em cinco países: 85-104*, Rede Integrada, Brasília, DF, 2020.

LEMOS, André. *Cibercultura: Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2015.

LIPPMANN, Walter. *A formação da opinião pública: um estudo sobre a democracia na teoria e na prática*. Petrópolis: Vozes, 2011.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos da metodologia científica*. 5ª ed. São Paulo. Editora Atlas, 2003.

MARTINO, Luiz C. *Teoria da Comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

MCCOMBS, M. E., & SHAW, D. L. A Teoria Agenda-Setting: Evolução e Status da Pesquisa no Início do Século XXI. Em D. L. Shaw (Ed.), *Comunicação e Sociedade: A Teoria do Agenda-Setting* (pp. 17-40). Porto Alegre: EDIPUCRS. 2005.

MOURA, Débora Ferreira et al . Fear of missing out (FoMO), mídias sociais e ansiedade: Uma revisão sistemática. *Psicol. Conoc. Soc.*, Montevideo , v. 11, n. 3, p. 99-114, 2021 . Disponível em <http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-7026202100030099&lng=es&nrm=iso>. acesso em 22 de maio 2023. Epub 01-Dic-2021. <https://doi.org/10.26864/pcs.v11.n3.7>.

SANTAELLA, Lucia. *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003.

SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo; FERNANDES, Mario Luiz. *Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações*. Florianópolis: Insular, 2014.

STREY, Marlene Neves (Org.). *Psicologia Social Contemporânea*. 7. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

STUMPF, Ida Regina Chitto. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. 2ª ed. - 4ª reimpr.- São Paulo: Atlas, 2010

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular, 2008.v.II.

VÁZQUEZ, Adolfo Sánchez. Ética - tradução de João Dell'Anna. – 37^a ed. – Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017. 304p