XXVII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI PORTO ALEGRE – RS

DIREITO, GOVERNANÇA E NOVAS TECNOLOGIAS I

TÊMIS LIMBERGER

VALTER MOURA DO CARMO

AIRES JOSE ROVER

Copyright © 2018 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte deste anal poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI
Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina
Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás
Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. César Augusto de Castro Fiuza - UFMG/PUCMG – Minas Gerais
Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS – Sergipe
Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul
Secretário Executivo - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - Unimar/Uninove – São Paulo

Representante Discente – FEPODI
Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie – São Paulo

Conselho Fiscal:
Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM – Rio de Janeiro
Prof. Dr. Aires José Rover - UFSC – Santa Catarina
Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP – São Paulo
Prof. Dr. Marcus Firmino Santiago da Silva - UDF – Distrito Federal (suplente)
Prof. Dr. Ilton Garcia da Costa - UENP – São Paulo (suplente)

Secretarias:
Relações Institucionais
Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - IMED – Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR – Ceará
Prof. Dr. José Barroso Filho - UPIS/ENAJUM– Distrito Federal
Relações Internacionais para o Continente Americano
Prof. Dr. Fernando Antônio de Carvalho Dantas - UFG – Goías
Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA – Bahia
Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA – Maranhão
Relações Internacionais para os demais Continentes
Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba – Paraná
Prof. Dr. Rubens Beçak - USP – São Paulo
Profa. Dra. Maria Aurea Baroni Cecato - Unipê/UFPB – Paraíba

Eventos:
Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch UFSM – Rio Grande do Sul
Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho Unifor – Ceará
Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta Fumec – Minas Gerais

Comunicação:
Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro UNOESC – Santa Catarina
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali – Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC – Minas Gerais

Membro Nato – Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP – Pernambuco

---

D597

Direito, governança e novas tecnologias I [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/ UNISINOS

Coordenadores: Têmis Limberger; Valter Moura do Carmo; Aires Jose Rover. – Florianópolis: CONPEDI, 2018.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-725-0
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: Tecnologia, Comunicação e Inovação no Direito

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Assistência. 3. Isonomia. XXVII Encontro Nacional do CONPEDI (27 : 2018 : Porto Alegre, Brasil).

CDU: 34

CONPEDI

Conselho Nacional de Pesquisa
e Pós-Graduação em Direito Florianópolis
Santa Catarina – Brasil
www.conpedi.org.br

UNISINOS

Universidade do Vale do Rio dos Sinos
Porto Alegre – Rio Grande do Sul - Brasil
http://unisinos.br/novocampuspoa/

XXVII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI PORTO ALEGRE – RS

DIREITO, GOVERNANÇA E NOVAS TECNOLOGIAS I

Apresentação

Os encontros nacionais do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito (Conpedi) têm se consolidado como referência na disseminação de pesquisas que abordam os novos fenômenos envolvendo o direito e o Grupo de Trabalho Direito, Governança e Novas Tecnologias é exemplo de pesquisas desse tipo.

Como na última edição, houve uma diversidade grande de temas e tópicos. Numa tentativa de dar certa unidade temática, ainda assim podemos organizar os artigos em alguns grupos.

O primeiro e mais presente em termos numéricos de artigos foi o tema da Inteligência Artificial. Isso mostra o interesse que hoje está presente em toda comunidade jurídica, com o avanço de diversas técnicas e experimentos no judiciário e nos escritórios de advocacia. Um dos artigos literalmente afirmava que o direito não está imune a essa transformação e outro que é preciso estar atentos aos desafios regulatórios na advocacia. Também foi discutida a disponibilização de dados para que a inteligência artificial avance.

Outro grupo de artigos envolve o tema que sempre está presente de alguma forma, os dados pessoais e sua proteção. O direito à privacidade, a internet das coisas, a proteção dos dados pessoais e big data, o regulamento europeu de proteção de dados e dados personalíssimos na internet foram tópicos tratados.

Outro tema importante sempre presente neste gt foi o processo judicial eletrônico. Uma análise dos tribunais de justiça estaduais e o website do tribunal regional eleitoral do Paraná foram dois artigos que trataram o judiciário neste contexto de uso intensivo de tecnologia.

A internet foi outra temática bem discutida, como sempre. Os temas do discurso de ódio, liberdade de expressão, fake news e a pós-verdade não podiam deixar de estar presentes tendo em vista o seu grau de novidade. Já o acesso à internet, o (cyber)bullying, as redes sociais e a necessidade de coregulação na internet, já bastante discutidos, também foram tratados.

Fechando, os temas da responsabilidade civil, governança e anticorrupção foram bem representados. Temas afins como a política de comunicação e a política de segurança, o papel

das empresas sob a perspectiva ética, a política de governança do youtube e a herança e transmissão de bens virtuais podem ser aqui agrupados.

Enfim, os coordenadores do GT convidam os leitores para desfrutarem do teor integral dos artigos, agradecendo a participação dos autores pesquisadores desta edição.

Prof. Dr. Aires José Rover – UFSC

Profa. Dra. Têmis Limberger – UNISINOS

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo – UNIMAR

Nota Técnica: Os artigos que não constam nestes Anais foram selecionados para publicação na Plataforma Index Law Journals, conforme previsto no artigo 8.1 do edital do evento. Equipe Editorial Index Law Journal - publicacao@conpedi.org.br.

AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO E OS DESAFIOS DA AMEAÇA COGNITIVA: POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO COMO POLÍTICA DE SEGURANÇA

COMMUNICATION AGENCIES AND THE CHALLENGES OF COGNITIVE THREAT: COMMUNICATION POLICY AS A SECURITY POLICY

Diego Chagas de Souza [1]

Resumo

O artigo busca avaliar os desafios trazidos pela Era da Informação para o Estado Democrático de Direito, especialmente no que tange a necessidade de estabelecer políticas públicas de segurança cognitiva. Para isso, discute-se as agências de comunicação e seu papel na criação e execução das políticas de comunicação, bem como o alcance de sua atuação. Por fim, propõe um redimensionamento das competências dessas agências, de forma a também atuarem como agentes de uma política pública de segurança cognitiva.

Palavras-chave: Direito à informação, Comunicação, Segurança cognitiva, Direito administrativo, Administração pública

Abstract/Resumen/Résumé

The article seeks to evaluate the challenges brought by the Information Era to the Democratic Rule of Law, specially in relation to the need of stablishing cognitive security policies. In this effort, we discuss the communication agencies and their role on creating e executing communication policies, as well their acting. Finally, we propose a rescaling of its competencies ensuring their role also as a cognitive security policy.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Right to information, Communication, Cognitive security, Administrative law, Public administration

[1] Bacharel em direito pela Universidade Federal de Santa Catarina-UFSC, atualmente mestrando na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO.

1 INTRODUÇÃO

O dia 2 de outubro de 2017 será sempre lembrado na Universidade Federal de Santa Catarina como o dia em que o Reitor morreu. O dia em que Luis Carlos Cancelier de Olivo, jornalista, professor do Centro de Ciências Jurídicas da UFSC, o reitor da instituição, e colega, após 18 dias de humilhação pública perante a mídia e o sistema jurídico, tirou a própria a vida. Muito já foi dito sobre os abusos jurídicos em torno da Operação Ouvidos Moucos (OPERAÇÃO, 2017), bem como o papel irresponsável dos setores midiáticos que manipularam as informações a apresentaram o Reitor como o líder de uma operação criminosa milionária. Nas redes sociais, se espalhava a notícia de um desvio milionário de dinheiro público. A própria página da Polícia Federal no Facebook (seguida por mais de dois milhões de pessoas), destacava "Combate de desvio de mais de 80 milhões de reais de recursos para a educação a distância", acrescentando as hashtags "#euconfionapf" e "#issoaquiepf" (WEINBERG, 2017). O valor, no final das contas, referia-se ao total dos repasses do governo federal ao programa de ensino a distância da UFSC entre 2005 e 2015, e não ao desvio de dinheiro. Soma-se a esse absurdo que e acusação ao Reitor era de obstrução de justiça (não comprovada), não havendo indício algum de envolvimento no suposto desvio (OPERAÇÃO, 2017).

Talvez a melhor síntese sobre a situação esteja na nota oficial da seccional de Santa Catarina da Ordem dos Advogados do Brasil (BRINCAS, 2017):

> [...] É chegada a hora da sociedade brasileira e da comunidade jurídica debaterem seriamente a forma espetacular e midiática como são realizadas as prisões provisórias no Brasil, antes sequer da ouvida dos envolvidos, que dirá sua defesa.
>
> Reputações construídas duramente ao longo de anos de trabalho e sacrifícios podem ser completamente destruídas numa única manchete de jornal. Para pessoas inocentes, o prejuízo é irreparável. Cabe-lhes a vergonha, a dor, o sentimento de injustiça. O peso destes sentimentos pode ser insuportável. [...]

O episódio, apesar de trágico, não chega a ser surpreendente. O uso de manipulação informacional tem sido usado como arma de forma extensiva no direito penal brasileiro, sobretudo quando analisada a notória Operação Lava-Jato. Vazamentos de áudios, conduções coercitivas, apoio via redes sociais na "luta contra corrupção" criou o contexto que levou à morte do Reitor de uma das Universidades mais relevantes do País. Mais importante ainda é notar que a instrumentalização da informação é premeditada e articulada, conforme já se expressou o principal nome da Lava-Jato, o juiz federal Sérgio Moro ao estudar a operação

italiana “Mani pulite”:[...] “Além disso, a ação judicial não pode substituir a democracia no combate à corrupção. É a opinião pública esclarecida que pode, pelos meios institucionais próprios, atacar as causas estruturais da corrupção”(MORO, 2004, p. 61).

É importante salientar que a intenção da estratégia é legítima: fazer do processo judicial uma expressão mais democrática, de forma que os cidadãos possam participar e legitimar as atuações que buscam justiça. É igualmente importante salientar também que a intenção da estratégia é ignorante: uma sociedade mal informada nunca estará equipada para lidar com toda e qualquer questão jurídico-política. É justamente daí que vem a necessidade de um Estado de Direito, calcado em valores democráticos que devem ser obedecidos mesmo quando uma suposta “maioria” clama por ações. Afinal foi uma “maioria” mal informada por uma mídia sensacionalista, e guiada por um judiciário autoritário, que julgou e condenou o Reitor Cancelier culpado.

Paralela às questões levantadas até aqui, no mesmo mês dos eventos ocorridos em Florianópolis – Santa Catarina, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) em Brasília anunciou uma força-tarefa (em conjunto com o Exército, a Agência Brasileira de Inteligência - ABIN e Polícia Federal) para combater a disseminação de “fake news” nas disputas eleitorais do próximo ano, de modo a evitar o impacto negativo de mentiras nas eleições a exemplo do que ocorreu nas campanhas americanas e francesas, de Hillary Clinton e Emmanuel Macron) (MOURA e MARQUES, 2017).

Apesar de ser um tema em voga principalmente após as eleições supracitadas, vale lembrar que em 2014 o Brasil passou por problemas semelhantes (embora em menor escala) quando, durante a campanha eleitoral, se espalhou a falsa notícia de que o programa Bolsa Família seria extinto (OLIVEIRA e RAMALHO, 2017).

Considerando que o uso de mídias sociais tem apenas se intensificado nos últimos anos, é apenas natural que novas preocupações surjam para se proteger o Estado e a soberania.

O objetivo do presente artigo, contudo, não está nem em analisar os rumos cada vez mais perigosos do processo penal brasileiro nem as novas estratégias da justiça eleitoral. Não se trata também de simplesmente avaliar qual deve ser responsabilidade da mídia e das redes sociais perante todos os problemas apresentados. O caso Cancelier exposto aqui (bem como a Lava-Jato) e o fenômenos das *fake news*, apesar de superficialmente se apresentarem totalmente distanciados um do outro, são na verdade sintomas de uma mesma vulnerabilidade (que é pouquíssima explorada pela academia brasileira), tendo se tornado fonte de sérias

preocupações para a sociedade civil, setores empresariais e Estados soberanos: a instrumentalização nociva da informação – *weaponization of information*[1].

De forma breve, o artigo propõe examinar esse problema sob a ótica da ameaça sobre a segurança cognitiva – tema pouco explorado pela literatura brasileira – e busca reconstruir o papel das agências de comunicação da Administração Pública, conferindo-lhes um papel de maior protagonismo e transformando a política pública de comunicação em *também* uma política pública de segurança. Mais do que reformas normativas e criações de novos organismos, sugerimos um reaproveitamento e uma valorização do que já se existe.

O artigo divide-se em três momentos: em primeiro lugar, explicamos as novas ameaças surgidas a partir da era da informação, já sentidas e conhecidas por todos. Em seguida, demonstramos os caminhos que política pública de comunicação toma, além de como se dá sua execução pelas agências de comunicação. Por fim, demonstramos as similaridades entre os arranjos propícios de uma política pública de comunicação e de uma de segurança cognitiva, propondo então um novo modelo de agência de comunicação, a qual usa informação para combater (des)informação.

2 ERA DA INFORMAÇÃO X SEGURANÇA COGNITIVA

Tanto o caso Cancelier quanto a ameaça das *fake news* demonstram a vulnerabilidade que nós, como sociedade organizada, enfrentamos. Um simples rumor ganha a força de verdade com meros cliques numa rede social. O fluxo informacional que marca o século 21 não encontra precedentes na história do mundo, como apontou o sociólogo espanhol Manuel Castells (1999, p. 411):

> Um novo mundo está tomando forma neste fim de milênio. Originou-se mais ou menos no fim dos anos 60 e meados da década de 70 na coincidência histórica de três processos independentes: revolução da tecnologia da informação; crise econômica do capitalismo e do estatismo e a conseqüente reestruturação de ambos; e apogeu de movimentos sociais e culturais, tais como libertarismo, direitos humanos, feminismo e ambientalismo. A interação entre esses processos e as reações por eles desencadeadas fizeram surgir uma nova estrutura social dominante, a sociedade em rede; uma nova economia, a economia informacional/global; e uma nova cultura, a cultura da virtualidade real. A lógica inserida nessa economia, nessa sociedade e nessa cultura está subjacente à ação e às instituições sociais em um mundo interdependente.

[1]O termo “Weaponization” trata-se de um neologismo inglês que, por falta uso na língua portuguesa, ainda não possui equivalente.

O autor afirma que dentro desse contexto – de novas tecnologias da informação e crises econômicas – modificam-se as estruturas das relações de poder, produção e experiência, conduzindo, portanto, a uma modificação substancial nas formas sociais de espaço e tempo, dando ensejo a uma nova cultura (CASTELLS, 1999). A todo instante se estabelecem tensos diálogos entre o local e o global, a homogeneidade e a diversidade, o real e o virtual, a ordem e o caos, a utopia e a distopia. Nesse exato sentido Chaparro (2002, p.33), aponta "que nos novos caminhos da globalização e da democracia, o mundo se modificou, institucionalizou-se, bem como os interesses, as ações e as próprias pessoas. Globalizaram-se os processos, as emoções e, sobretudo, os fluxos e circuitos da informação." Segundo o autor, a informação tornou-se uma necessidade estratégica. Ao povo, em especial aos trabalhadores, era preciso explicar a nova verdade e o seu porquê, como também motivar a nação para a resistência e a esperança, a fim de que a crise fosse superada e um novo tempo surgisse. Assim é fácil concluir que uma mudança desse tamanho não passa sem suas consequências.

Pode-se dizer que informação é a moeda de barganha do mundo globalizado, sendo a variável definidora na decisão de qualquer organização – pública ou privada. O sucesso de qualquer política pública dependerá da inteligência prévia, bem como da transparência sobre seu funcionamento e gestão.

Transparência, aliás, é um conceito que merece ser ressignificado como mais que apenas "visibilidade de informação". Quando falamos em políticas públicas, não só as informações concernentes ao processo devem ser fáceis de localizar, mas seus resultados devem também ser facilmente compreendidos pela sociedade. Uma boa informação deve ser, completa e transparente, ou seja, deve possuir duas características (Michener e Bersch, 2017):

Visibilidade – representando os atributos de acessibilidade da informação (achá-la não deve ser um desafio para um cidadão pleno), bem como sua completude (sua capacidade material de expressar seu conteúdo da forma como deve expressar).

Alto grau de Inferência – capacidade de se tirar conclusões compreensíveis dela. Não basta a informação estar disponível em algum site ou ouvidoria de determinado órgão. E não basta ela ser visível, de forma que a informação esteja completa e facilmente localizável. Ela também deve buscar possuir um alto grau de inferência:

> Inferability has everything to do with the quality of the information or data. If the data is inaccurate or obscures underlying information, it calls into question our ability to draw verifiable inferences from such information and, in turn, casts doubt on the credibility of what has been made visible. (MICHENER; BERSCH, 2017, p. 238)

Visto isso, o papel da informação relaciona-se como uma importante variável no processo de políticas públicas, afetando cada uma das fases[2], e seus resultados, respondendo diretamente pelas escolhas institucionais ao longo do processo. Ambas as características apresentadas implicarão em problemas na prática, que deverão ser encarados de forma mais criativa e energética possível por parte dos *policy makers*. A política pública não pode apenas *ser* transparente, mas deve também *objetivar* transparência.

Estabelecida a importância da informação e sua transparência, é fácil notar que ambas as características intrínsecas que acompanham os conceitos – visibilidade e inferência - vivem em constante risco de manipulação e exploração. Em testemunho perante o senado estadunidense em abril de 2017, Rand Waltzman – professor do *think tank* RAND Corporation, entidade que desenvolve pesquisas e análises para o Departamento de Defesa dos Estados Unidos – argumenta que o ambiente informacional alterou drasticamente as técnicas e operações de influência, persuasão e manipulação em massa: "The ability to influence is now effectively democratized, since any individual or group can communicate and influence large numbers of others online" (WALTZMAN, 2017, p. 2).

Em suma, o que se chamava de Operações de Influência (*Influence Operations – IO,* que incluem coleta tática de informações e disseminação de propaganda falsa), hoje foram estendidas para os meios digitais adquirindo um novo escopo de abrangências (WALTZMAN, 2017). Enquanto isso, essa evolução da ameaça ainda não tem sido abordada com a seriedade que merece pelos governos e empresas, que insistem que segurança digital equivale à proteção contra DoSs (ataques de serviço negado), botnets (software malicioso que podem ameaçar a segurança de dispositivos), roubo de propriedade intelectual, etc (WALTZMAN, 2017). Essa visão ignora que muitas vezes as ameaças informacionais buscam um escopo muito maior que mero dano patrimonial, adquirindo caráter de verdadeira ameaça psicossocial.

Em um contexto como o brasileiro, no qual "crise" parece ser a palavra chave do momento e tensões ideológicas surgem diariamente em diferentes mídias, não é preciso muito para desestabilizar as relações cidadão-cidadão e cidadão-administração. Daí a necessidade da busca por segurança cognitiva (*cognitive security*) - COGSEC.

De forma bastante sucinta, COGSEC pode ser definido como um novo campo de pesquisa e defesa que foca na fronteira entre informação e consumo, constantemente em mudança, onde atores - tanto públicos quanto privados - se engajarão numa contínua corrida

[2]Definição de uma agenda, identificação de alternativas, avaliação das opções, seleção das opções, implementação e avaliação (FONTE, 2013; SECCHI, 2015; SOUZA, 2006).

para influenciar (e se proteger da influência) de usuários online (WALTZMAN, 2017). O termo diferencia-se de segurança computacional no sentido de que a ameaça aqui não é individual sobre hardware e softwares, mas sim grupal de setores da sociedade.

Trata-se de uma preocupação com o bem-estar psíquico da sociedade, a qual está sendo bombardeada constantemente com diferentes tipos de informação, seja pela televisão, pela internet ou até mesmo por boatos "boca a boca". Esse cenário tem a capacidade de criar (ou pelo menos dar vazão) à ansiedades e medos do cidadão médio, permitindo premissas contextuais de vulnerabilidades, que podem ser facilmente exploradas por indivíduos ou grupos interessados.

Especificamente para os EUA, onde tem se dado cada vez mais atenção ao tema, Waltzman (2017) comenta a necessidade de criação de um Centro de Segurança Cognitiva:

> What is needed is a Center for Cognitive Security to create and apply the tools needed to discover and maintain fundamental models of our ever-changing information environment and to defend us in that environment both as individuals and collectively. The center will bring together experts working in areas such as cognitive science, computer science, engineering, social science, security, marketing, political campaigning, public policy, and psychology to develop atheoretical as well as an applied engineering methodology for managing the full spectrum of information environment security issues. (p. 7)

Aqui, no entanto, faz-se necessário contextualizar essa ideia nas dinâmicas políticas e culturais estadunidenses, notoriamente belicosas e em constante tensão internacional. Em fevereiro de 2017, o Ministro de Defesa da Rússia Sergey Shoigu, admitiu a existência de unidades militares empenhadas em Operações de Influência (RUSSIAN, 2017). Isso se tornou ainda mais claro com os recentes escândalos da influência russa nas eleições que culminaram na posse do atual Presidente Donald Trump (SOLON E SIDDIQUI, 2017; FOLLOWING, 2017). A "ameaça russa" é um poderoso aviso da necessidade de uma reestruturação epistemológica sobre o problema para os EUA. O caso brasileiro, porém, é pouco diferente.

Como toda nação soberana no mundo, obviamente que o Brasil corre o mesmo perigo de influência alheia em sua gerência. Porém como demonstra o caso Cancelier, muitas vezes esse perigo pode vir de dentro. A crise política que se instalou no país ultrapassa o social e econômico, afetando diretamente as noções de cidadania, identidade e democracia que vivemos, reordenando as ameaças descritas até agora - influência digital sobre o sistema cognitivo social – para um contexto mais específico ao Brasil. Isso quer dizer também, que as soluções buscadas aqui devem, também, ser reordenadas.

Discutir mecanismos baseados na cognição envolve fatores desenvolvimento do pensamento, raciocínio, linguagem e imaginação. Esse debate foge muitas vezes de meras soluções normativas, exigindo respostas que se cruzam entre os campos do direito, administração, psicologia, economia e política, necessitando de uma gestão que entenda de informação.

3 POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO COMO POLÍTICA DE SEGURANÇA COGNITIVA

Com tudo que foi exposto até o momento, nos parece bastante claro que Segurança Cognitiva deveria ser pauta de preocupação social. No entanto, nos parece igualmente claro, de um ponto de vista de gestão, que seria absolutamente inviável no contexto político atual a criação de um Centro especializado no assunto. Portanto, talvez a melhor escolha econômica aqui seja trabalharmos com o que já possuímos e reelaborarmos o papel institucional dos órgãos que já atuam na fronteira da comunicação *versus* informação: as agências de comunicação públicas.

3.1 Da política de comunicação

Parece repetitivo nesse momento arguir isso, mas é imperioso destacar que se vive um processo acelerado de transformações que está mudando o mundo das organizações. Ele nos mostra que esse novo ambiente é marcado pela globalização econômica, por profundas mudanças tecnológicas e pela reordenação do trabalho entre outros aspectos (CHAPARRO, 2002). E a globalização (polêmica ainda obrigatória nos círculos intelectuais, políticos e econômicos) aparece como um fenômeno facilitado pelas novas tecnologias da informação. Ela modifica as noções de tempo e espaço. A todo instante se estabelecem tensos diálogos entre o local e o global, a homogeneidade e a diversidade, o real e o virtual, a ordem e o caos, a utopia e a distopia.

Quando as pessoas criam ideias e soluções para a sua organização e quando aumentam o ciclo de relações com outras organizações ou outras pessoas que venham a contribuir com o seu crescimento profissional e pessoal, a tendência natural é ascender na vida.

Stewart (1998) observa que a informação é provavelmente a matéria mais importante para realizar nosso trabalho e acrescenta: A explosão do conhecimento científico, a rápida

difusão da informação e o poder crescente e veloz da tecnologia da informação, a participação cada vez maior do conhecimento no valor agregado da empresa, a ascensão do trabalhador do conhecimento – todos esses fatores trabalham juntos, cada um deles sendo simultaneamente o ovo e a galinha, causa e efeito, a fim de impor novos tipos de modelo organizacional e novos métodos gerenciais.

Moura (1995, p.111), também chama a atenção para a implementação de uma política de comunicação nas organizações e instituições. Frisa que "as necessidades de comunicação interpessoal e intergrupal devem ser estanques e desconhecidas entre si". Portanto, "o fluxo das informações deve ser exercido em todas as direções, e não apenas no sentido unilateral, descendente ou ascendente". Em suma, a comunicação tem que ser um espaço legítimo, consequência de um processo democrático de modo a permitir a implementação de políticas públicas de comunicação, tanto nas instituições públicas como nas organizações privadas.

As instituições e organizações agem pelo que dizem, em especial pelos acontecimentos e ações significantes que geram, e com os quais interferem na realidade, ao usarem a eficácia difusora do jornalismo, que tornou-se espaço público de socialização dos discursos particulares para os confrontos da atualidade, em todos os campos da atividade humana organizados sob a lógica da competição.E porque noticiar se tornou a forma mais eficaz de agir no mundo e com ele interagir, as relações com a imprensa passaram a constituir preocupação prioritária na estratégia das instituições, tanto das empresariais quanto das governamentais, para as interações com a sociedade.

De acordo com Brandão (Duarte, 2012), a comunicação pública é uma área que abarca uma grande variedade de saberes e atividades e pode-se dizer que é um conceito em processo de construção:

-Pode estar identificada com os conhecimentos e técnicas da área de Comunicação Organizacional, isto é, a área que trata de analisar a comunicação no interior das organizações e entre ela e seus públicos, buscando estratégias e soluções. Trata a comunicação de forma estratégica e planejada, visando criar relacionamentos com os diversos públicos e construir uma identidade e uma imagem dessas instituições, sejam elas públicas e/ou privadas.

-Pode estar identificada como comunicação científica, cujo objetivo maior é criar canais de integração da ciência com a vida das pessoas, ou seja, despertar o interesse da opinião pública em geral pelos assuntos da ciência.

- Pode ainda estar identificada com comunicação do Estado e/ou governamental, compreendida como um processo comunicativo característico de órgãos governamentais, organizações não governamentais, associações profissionais e de interesses diversos, associações comunitárias, o chamado terceiro setor.

Como estratégia de comunicação da sociedade civil organizada, a comunicação pública compreende práticas e formas de comunicação desenvolvidas pelas comunidades e pelos membros do terceiro e movimentos sociais ou populares (comunicação comunitária ou alternativa).

No Brasil, a expressão comunicação pública encontra um ponto comum de entendimento, que é aquele que diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania. É com este significado que no Brasil o conceito vem sendo construído, sobretudo por força da área acadêmica que tem direcionado seu pensamento para esta acepção.

Para López (Duarte, 2012), comunicação pública é a que se dá na esfera pública, seja para construir bens públicos (política), para incidir na agenda pública (midiática), para fazer a comunicação das entidades do Estado com a sociedade (estatal), para construir sentido compartilhado no interior da organização (organizacional), ou como resultado das interações próprias dos movimentos sociais (da vida social). Portanto, sua definição começa por incluir a noção de "público", que para Nora Rabotnikof é o que é "visível, manifesto, coletivo e acessível" e para José Bernardo Toro: "o que convém a todos, da mesma maneira, para a dignidade de todos"

Conforme Curvello (2012) hoje, nos meios acadêmicos, admite-se que uma organização é uma rede dinâmica de conversações em conversações com seu ambiente. Sua criação, seus limites e sua estrutura são conversacionais e só existe porque uma rede de comunicações e de expressões viabiliza a construção de sua identidade. A forma como conversam condiciona as possibilidades de desempenho, o nível de afetividade, sua viabilidade, seu êxito ou seu fracasso.

As formulações teóricas da comunicação, seja esta empresarial, institucional ou governamental se equivalem, pois o que difere é o objeto de suas ações. O que norteia o tipo de modalidade comunicativa são o sujeito de suas mensagens e sua natureza informativa. A comunicação é considerada como um instrumento administrativo idealizado para defender os interesses da organização, garantindo visibilidade frente a seus públicos estratégicos, integrando-os nas suas ações institucionais (LIEDTKE, 2002). Ao falarmos em política de

comunicação, seja no plural ou no singular, com ou sem o adjetivo nacional, queremos significar políticas democráticas, ou seja, que assegurem a pluralidade das estruturas de produção e transmissão, o acesso de todos às mensagens e à participação dos diversos grupos sociais na sua definição (AMORIM, 1988).

As instituições, portanto precisam se preocupar em adquirir uma visão estratégica de como os sistemas de informação da organização deverão ser alterados, de forma a atender as necessidades de informação da organização por um período considerado adequado (é difícil estimar com precisão muito à frente, pela velocidade da mudança tecnológica, portanto esse plano deve contemplar os próximos 6 meses a 3 anos, e ser reavaliado sempre que surja alguma alteração significativa no ambiente externo ou interno) (BEAL, 2001).

O planejamento da informação deve resultar em um documento – um plano estratégico que defina a direção futura dos recursos de TI, refletindo as políticas, padrões e procedimentos de recursos de informação como um todo, e oferecendo orientação para todos os setores da organização. Diferentes organizações apresentam estruturas, culturas internas e necessidades de informação extremamente diferentes (BEAL, 2001).

3.1 Do papel das agências de comunicação

Kovács (2001) destaca que os padrões de produção e de organização, especialmente nas últimas duas décadas que antecederam o novo milênio, tiveram grandes transformações sobre as quais não há consenso. Para alguns uma nova era pós-taylorista-fordista surge com um novo tipo de economia caracterizado, basicamente, pela flexibilização e baseado no conhecimento e na utilização de tecnologias avançadas. Outros, no entanto, creem que estamos assistindo a uma diversificação das configurações organizacionais, de acordo com as condições específicas existentes:

> "Na explicação das profundas transformações da organização produtiva, as novas condições de Mercado, as novas tecnologias e os novos valores referentes ao trabalho e à empresa ocupam um lugar central." (KÓVACS, 2001, p. 45).

Os administradores precisam se preocupar em adquirir uma visão estratégica de como os sistemas de informação da organização deverão ser alterados, de forma a atender as necessidades de informação da organização por um período considerado adequado (é difícil estimar com precisão muito à frente, pela velocidade da mudança tecnológica, portanto esse plano deve contemplar os próximos 6 meses a 3 anos, e ser reavaliado sempre que surja alguma alteração significativa no ambiente externo ou interno) (BEAL, 2001).

Forni (2002) ressalta que nenhuma instituição, por mais sólida, admirada e moderna que seja, está imune à crise. Esse princípio básico da administração de crise, mesmo repetido e mais do que evidente, ainda continua esquecido por muitas organizações. Não importa a intensidade. No entanto, do ponto de vista da comunicação, que acontecimentos ou notícias podem ser tão impactantes a ponto de desgastar a imagem de uma organização e transformar-se em uma crise?

A resposta pode ser qualquer fato negativo que escape ao controle da empresa e ganhe visibilidade. Uma crise não pode ser completamente contida no limite estrito de uma organização. Dependendo da dimensão do fato, uma reportagem ou uma postagem no Facebook, por exemplo, pode ocasionar um desgastante processo de divulgação e exposição, que pode comprometer a instituição e ameaçar estruturas sólidas e tradicionais. Todavia, embora inevitáveis, não significam sempre uma catástrofe.

A maioria das crises de imagem, se bem administrada, pode ser superada. Mesmo a ocorrência ou divulgação de problema grave não caracteriza, necessariamente, uma crise. Existem princípios, normas de conduta, ações proativas que poderão reverter situações críticas e difíceis.

Forni (2002) numera algumas questões diante da perspectiva da instalação da crise e o que poderia ser feito para enfrentá-la. A resposta depende de uma série de atitudes, ações preventivas, experiência e de como o planejamento estratégico, até agora tão cuidadoso em fixar diretrizes e metas, leva em conta possíveis riscos, que podem frustrar todo o sucesso obtido.

O elemento surpresa, não ter o hábito de lidar com a forma como seus impactos se proliferam, a rotineira curiosidade da mídia, mobilização da opinião pública e dos governantes, e por último, mas não menos importante, a perda do controle das iniciativas. Ocorrências negativas fazem parte da dinâmica das organizações. Tanto podem surgir em decorrência de catástrofes ou acidentes involuntários, fruto de fatalidades, como de erro humano, má administração, conchavos políticos, represálias ou outros interesses. Nessa hora, a mídia passa a ser o vetor natural desses conflitos.

A crise não ocorre apenas quando acontecem calamidades ou eventos de grande envergadura porque alcançam publicidade natural. Hoje, a gestão de crises preocupa-se também com fatos aparentemente simples e insignificantes e que assumem dimensões bem maiores do que as empresas ou instituições desejam ou imaginam. Por erros na condução,

inexperiência ou precipitação, acabam sendo mal administrados na relação com os clientes, ou usuários, e a opinião pública.

No passado, quando alguém era atingido por um fato negativo, havia uma enorme defasagem de tempo até que as pessoas tomassem conhecimento e houvesse uma reação do mercado. Hoje estamos diante de outro fenômeno, diz Viana (2001): a nova noção do tempo. A escala do tempo mudou de modo inexorável. Tanto para a empresa, ou instituição, não é suficiente possuir uma cultura da comunicação; é absolutamente essencial criar uma cultura de comunicação em tempo real. Em outras palavras, a rapidez da área de comunicação deve impregnar a organização.

Em tempos difíceis, ou mesmo nos pequenos revezes, a empresa tem que ser ágil nas respostas. Hoje, na maioria dos casos, a imprensa fica sabendo dos acontecimentos negativos antes dos próprios interessados. O tempo entre quando o acontecimento é produzido e quando ele é difundido possui uma tendência à anulação.

Como já apontado, as noções de tempo e espaço que fazem parte da nossa trajetória passam por um momento de redefinição, já que não existe mais um hiato entre o que acontece e o que é divulgado. O mundo agora fica sabendo de um fato quase que ao mesmo tempo em que ele está acontecendo. Tanto a notícia ruim como a boa chega rápido, daí a necessidade das instituições planejarem a forma de como lidar com os meios de comunicação nas situações desfavoráveis.

E quando uma crise bate à porta, a reação inicial é entrar em pânico e fantasiar ações para reverter o impacto na imagem: publicar nota paga nos jornais, entrar em contato com o diretor do veículo de comunicação, ou até mesmo ignorar e esperar pelos acontecimentos.

Num segundo momento, tentar descobrir quem pode ter passado a informação ou está por trás dela. Forni (2002, p.368) argumenta que se a organização não pôde intervir antes que as notícias negativas à imagem fossem divulgadas, o ideal seria formular junto com o setor de comunicação uma versão que seja admissível à imprensa. Esse é um instante em que, por falta de experiência ou ansiedade, muitos erros são cometidos: tentar desqualificar o jornalista, irritar-se ou deixar para responder no dia seguinte, como se o tempo reduzisse a capacidade de o repórter apurar e escrever.

Em situações de crise, principalmente no que se refere a polêmicas, a instituição tem que assumir o comando da dinâmica das informações. Se a iniciativa for da mídia, torna-se muito difícil reverter o quadro.

Ao lidar com a mídia, diz Corrado (1994, p. 163, grifo do autor), existem três estratégias ou atitudes para enfrentar notícias negativas: “não fazer nada; reagir apenas quando algo acontece; ou ser proativo.” As duas primeiras alternativas, segundo ele, são estratégias conservadoras, melhor dizendo, arriscadas e desaconselhadas. Para Corrado, o mandamento básico recai sempre sobre a proatividade.

3.3 Da Política de Comunicação como uma Política de Segurança Cognitva: uma nova agência de comunicação

Tendo delineado o papel das agências de comunicação como executoras de políticas de comunicação, resta agora demonstrar o potencial de defesa que possuem. Como já dito anteriormente, a estratégia estadunidense de criar uma rede de segurança cognitiva consiste na construção de um “Centro de Segurança Cognitiva”. Mais precisamente, esses Centros deveriam abarcar as seguintes funções (WALTZMAN, 2017):

1. Unir especialistas no campo de segurança cognitiva para elaborar políticas públicas no tema;

2. Criar tecnologias de apoio para essas políticas;

3. Trabalhar com usuários de todas as comunidades para desenvolver técnicas, táticas e procedimentos;

4. Auxiliar na formação da agenda de pesquisa da política pública de segurança cognitiva, e sua estratégia de formulação, implementação e suporte;

5. Desenvolver matérias de educação e treinamento, além de conduzir conferências e workshops;

6. Manter um time-resposta para coordenar as comunidades envolvidas e identificar a influência de determinadas campanhas.

Os seis itens propostos tentam construir uma estratégia de defesa eficaz contra as ameaças de informações má utilizadas (ou mal direcionadas). Pois bem, uma boa política de comunicação consiste na Administração Pública“ espelhar seus programas em um leque de funções” (TORQUATO, 2002, p.121), além de delimitar o alcance de do que se pretende com as agências de comunicação:

a) a comunicação como forma de integração interna – diapasão

Função: ajustamento organizacional. Os ambientes internos, alimentados por eficientes fontes de comunicação, motivam-se e integram-se ao espírito organizacional, contribuindo de forma mais eficaz para a consecução das metas;

b) a comunicação como forma de expressão de identidade

Função: imagem e credibilidade. A Administração sofre constantemente da desintegração das estruturas e equipes, o que acaba gerando dissonância na comunicação. E dissonância fragmenta a identidade governamental. A comunicação integrada e comandada por um polo central tem condições de equacionar esse problema;

c) a comunicação como base de lançamento de valores

Função: expressão da cultura. O sistema de comunicação é fonte de irradiação de valores. No planejamento, um conjunto de princípios valorativos se faz necessário para alimentar a cultura interna e projetar o conceito junto aos diversos públicos-alvo. Os valores devem estar centrados no interesse e no papel da instituição, não nos interesses do dirigente. É claro que ele irá imprimir a sua marca, mas a identidade institucional é o foco principal;

d) a comunicação como base de cidadania

Função: direito à informação. A comunicação deve ser entendida como um dever da administração e um direito dos usuários e consumidores dos serviços. Sonegar tal dever e negar esse direito é um grave erro das entidades públicas. Os comunicadores precisam internalizar esse conceito, na crença de que a base da cidadania se assenta também no direito à informação;

Função: assessoria estratégica. Essa é uma das mais relevantes funções da comunicação. Trata-se de elevar o status do sistema de comunicação ao patamar estratégico de orientação das cúpulas dirigentes. Essa função exige dos comunicadores boa bagagem conceitual e cultural;

e) a comunicação como forma de mapeamento dos interesses sociais

Função: pesquisa. Há de se considerar a prospecção ambiental como ferramenta importante do planejamento estratégico da comunicação. Afinal de contas, a pesquisa é que detecta o foco, os eixos centrais e secundários, as demandas e expectativas dos receptores;

f) a comunicação como forma de orientação aos cidadãos

Função: educativa. Nesse aspecto, a comunicação assume o papel de fonte de educação, pela transmissão de valores, ideias e cargas informativas que sedimentarão a bagagem de conhecimento dos receptores;

g) a comunicação como forma de democratização do poder

Função: política. Compartilhar as mensagens é democratizar o poder. Pois a comunicação exerce um poder. Assim, detém mais poder quem tem mais informação. Nas estruturas administrativas, tal poder é maior nas altas chefias. E quando se repartem as informações por todos os ambientes e categorias de públicos, o que se está fazendo, de certa forma, é uma repartição de poderes;

h) a comunicação como forma de integração social

Função: social. A comunicação tem o dom de integrar os grupos pelo elo informativo. Ou seja, quem dispõe das mesmas informações pode entender melhor seus semelhantes, dialogar, colocar-se no lugar do interlocutor. A comunicação, como a língua, exerce extraordinário poder de integrar as comunidades, unindo-as em torno de um ideal;

i) a comunicação como instrumento a serviço da verdade

Função: ética. Não se deve transigir. A verdade deve ser a fonte de inspiração da comunicação pública. Até porque a mentira e as falsas versões acabam sendo desmascaradas. A comunicação precisa servir ao ideário da ética, valor básico dos cidadãos.

Considerando a importância anteriormente delineada de uma agência de comunicação na Era da Informação, pode-se ainda elencar mais duas possíveis funções:

h) a comunicação como ponte entre sociedade e tecnologias

Função: estratégica. A Administração deve procurar conservar instâncias de reforço ao conhecimento e a busca por novas tecnologias. Basta pensar a importância enorme dos desenvolvimentos feitos em universidades públicas pelo Brasil, como esses novos conhecimentos devem sempre ser organizados e divulgados.

I) a comunicação como incentivo à união

Função: buscar coesão social. Em tempos de constante deslegitimidade institucional, é importante unir diferentes profissionais em torno de um objetivo maior e social.

A partir desses dois róis (que devem ser revisados e ampliados conforme a necessidade da sociedade), é possível estabelecer alguns paralelos e adequações. Por exemplo, a "comunicação como forma de mapeamento de interesses sociais" pode desempenhar o papel de formação de agenda. Da mesma forma, "comunicação como forma de orientação aos cidadãos", desempenha o papel de desenvolver matérias de educação. Trata-se de adaptar a infraestrutura já existente - bem como seu arcabouço institucional – nas agências de comunicação, expandindo suas atribuições. Em suma, a política já existente de comunicação, tem todo o potencial de traduzir-se em uma política de segurança cognitiva:

Centros de segurança cognitiva	**Funções das agências de comunicação**
Unir especialistas no campo de segurança cognitiva para elaborar políticas públicas no tema	- Comunicação como instrumento de serviço; - Comunicação como forma de integração interna (no sentido de ajustamento organizacional);
Criar tecnologias de apoio para essas políticas	
Trabalhar com usuários de todas as comunidades para desenvolver técnicas, táticas e procedimentos	-Comunicação como forma de democratização de poder; -Comunicação como forma de integração social;
Auxiliar na formação da agenda de pesquisa da política pública de segurança cognitiva, e sua estratégia de formulação, implementação e suporte	- Comunicação como forma de mapeamento dos interesses sociais;
Desenvolver matérias de educação e treinamento, além de conduzir conferências e workshops;	- Comunicação como forma de orientação aos cidadãos; - Comunicação como base da cidadania;

Manter um time resposta para coordenar as comunidades envolvidas e identificar a influência de determinadas campanhas.	- Comunicação como forma de expressão de identidade; - Comunicação como base de lançamento de valores;

A opção por fazer essas adaptações traduz-se em algumas vantagens. A primeira, obviamente, é econômica. Não se propõe criar um novo órgão, com novo pessoal e nova estrutura, mas sim aproveitar-se do que já existe e expandir de forma quase que natural as funções já desempenhadas. É claro que novo pessoal e novos treinamentos deverão ser feitos, mas quem melhor para lidar com problemas midiáticos do que jornalistas orientados para isso?

A segunda é de ordem administrativa. O tratamento midiático dado a alguns eventos (por exemplo da prisão de um reitor, vazamento de um áudio, condução coercitiva de um político), os rumores que se espalham como notícias, (as *fake news*), os constantes escândalos de informação (wikileaks, caso Assange, Panama Papers, etc) são verdadeiros pesadelos para gestão organizacional. É muita informação para pouquíssimo tempo. A reorganização das agências de comunicação em um papel proativo e conciliador de busca da segurança sócio-cognitiva significa maior eficiência e agilidade para o Estado.

Por fim, ressalta-se que essa escolha seria um reconhecimento de um problema que sem dúvida alcançará qualquer nação inserida em um contexto moderno. Seria um passo gigantesco em busca de uma mudança cultural rumo à noção que informação é poder, e esse poder pode ser tão benigno quanto catastrófico.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não é segredo que o Brasil passa por um período especialmente difícil, no qual a própria noção de identidade cidadã parece perdida. E, considerando as eleições de 2018, a perspectiva não é deveras otimista. Mas não há dúvidas: o papel que as diferentes plataformas midiáticas exercerão, será decisivo para o resultado eleitoral. Portanto, a forma como conduziremos as informações, será também decisiva par ao futuro do país.

A proposta trazida aqui não é nem definitiva nem conclusiva, mas é o início de um diálogo necessário. Precisamos reafirmar nossas políticas de comunicação, tendo em mente as

novas ameaças trazidas pela Era da Informação. As agências de comunicação estruturadas com os novos objetivos de proteção e cidadania podem significar a diferença entre um Estado Policial e um Estado Democrático, da mesma forma que podem significar um Estado protegido e um Estado ameaçado.

REFERÊNCIAS

AMORIM, José Salomão David. Políticas de comunicação no Brasil: evolução e impasse. In: GOMES, Pedro G.; PIVA, Marcia Cruz. **Políticas de comunicação**: participação popular.São Paulo: Edições Paulinas, 1988. cap. 1.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de Comunicação Pública. In DUARTE, Jorge et.al. **Comunicação Pública**: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo, SP: Atlas, 2012.

BRINCAS, Paulo Marcondes. OAB/SC manifesta pesar pela morte de reitor da UFSC: "É chegada a hora de debater seriamente a forma espetacular e midiática como são realizadas as prisões provisórias no Brasil". In: ORDEMDOS ADVOGADOS DO BRASIL. Secção de Santa Catarina. Notícias, 2 de out.2017. Nota oficial. Disponível em:< http://www.oab-sc.org.br/noticias/oabsc-manifesta-pesar- pela-morte- reitor-ufsc- ampquote-chegada- hora-debater-seriamente-forma- espetacu/14577>. Acesso: 29 nov.. 2017.

CASTELLS, Manuel. A Era da Informação: economia, sociedade e cultura, vol. 3, São Paulo: Paz e terra, 1999, p. 411-439

CHAPARRO, Manuel Carlos. Cem Anos de Assessoria de Imprensa. In:DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2002. p.33-51.

CORRADO, Frank M. **A força da comunicação**. São Paulo: Makron Books, 1994.

CURVELLO, João José Azevedo. A dimensão interna da comunicação naadministração pública. In DUARTE, Jorge et.al. **Comunicação Pública**:Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo, SP: Atlas, 2012.
FORNI, J. J. Comunicação em tempo de crise. In: DUARTE, J. (Org.).**Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**: teoria técnica. São Paulo: Editora Atlas S. A., 2002.

FOLLOWING the links from Russian hackers to the U.S. election. The New York Times, 6 jan. 2017. Politics. Disponível em: < https://www.nytimes.com/interactive/2016/07/27/us/politics/trail-of- dnc-emails- russia-hacking.html>. Acesso em: 30 nov.2017.

FONTE, Felipe de Melo. **Políticas públicas e direitos fundamentais**: elementos de fundamentação de controle jurisdicional de políticas públicas no estado democrático de direito. São Paulo: Saraiva, 2013.

KOVÁCS, Ilona. Empresa flexível: problemas sociais do pós-taylorismo. In: SANTOS, Maria João et. al. **Globalizações**: novos rumos no mundo do trabalho. Florianópolis: Editora da UFSC; Lisboa: SOCIUS, 2001. cap. 2.

LIEDTKE, Paulo Fernando. **A esquerda presta contas**: comunicação e democracia nas cidades. Florianópolis: Editora da UFSC; Itajaí: Editora da Univali, 2002.

MICHENER, Greg; BERSCH, Katherine. Identifying transparency. **Information Polity**, v.18,n. 3, p.233–242, oct.2013. DOI10.3233/IP-130299. Disponível em:< http://content.iospress.com/articles/information-polity/ip000299 >. Acesso em: 07 jun. 2017.

MORO, Sérgio Fernando. Considerações sobre a operação mani pulite Revista CEJ, Brasília, v. 8, n. 26, p. 56-62, jul. /set. 2004. Disponível em:< http://www.cjf.jus.br/ojs2/index.php/revcej/article/viewArticle/625>. Acesso em: 29 nov.. 2017.

MOURA, Rafael Moraes; MARQUES, Vítor. TSE, defesa e Abin traçam ações para barrar “fake news’. Estadão, São Paulo,31 out. 2017. Política. Disponível em: < http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,economista-confirma-aproximacao-com-bolsonaro,70002100026>. Acesso em: 29 nov. 2017.

OLIVEIRA, Mariana, RAMALHO, Renan. TSE pede dados de celular que

espalhou boatos na eleição de 2014. G1: política, Brasília, 22 abr. 2016. Disponível em: < http://g1.globo.com/politica/noticia/2016/04/tse-pede- dados-de-celular- que-espalhou- boatos-na- eleicao-de- 2014.html>. Acesso em: 29 nov. 2017.

OPERAÇÃO Ouvidos Moucos: confira íntegra da decisão judicial que autorizou ação da PF na UFSC. JUS Catarina: o portal da justiça e do Direito em Santa Catarina. Áreas do Direito: Direito penal, 14 set. 2017. Noticias. Disponível em: <http://www.juscatarina.com.br/2017/09/14/confira-integra- da-decisao- que-autorizou-operacao-da- pf-na- ufsc-nesta- quarta/>. Acesso em: 29 nov. 2017.

RUSSIAN military admits significant cyber-war effort. BBC News, 23 fev. 2017. Europe. Disponível em:< http://www.bbc.com/news/world-europe- 39062663>. Acesso em: 30 nov. 2017.

SECCHI, Leonardo. **Políticas Públicas:** conceitos, esquemas de análise, casos práticos. 2. Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

SOUZA, Celina. **Políticas públicas**: uma revisão da literatura. Sociologias; Porto Alegre, v.8, n. 16, p. 20-45, ful./dez. 2006

SOLON, Olivia; SIDDIQUI, Sabrina. Russia-backed Facebook posts 'reached 126m Americans' during US election. The Guardian, 31 out. 2017. Disponível em: < https://www.theguardian.com/technology/2017/oct/30/facebook-russia- fake-accounts-126-million>.Acesso em: 30 nov. 2017.

WALTZMAN, Rand. The weaponization of information: the need for cognitive security. RAND ,California, n. CT 473, p. 1-10, apr. 2017. Testimony. DOI: 10.7249/CT473. Disponível em: < https://www.rand.org/pubs/testimonies/CT473.html>. Acesso em: 29 nov. 2017.

LÓPEZ, Juan Camilo Jaramillo. Proposta Geral de Comunicação Pública. In DUARTE, Jorge et.al. **Comunicação Pública**: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo, SP: Atlas, 2012.

MOURA, Paulo C. **O Benefício das crises**: mudanças na sociedade e nas organizações. 2. ed.Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

WEINBERG, Monica; PRADO,Thiago. A morte do reitor: crônica de um suicídio. Veja, São Paulo, 11 nov. 2017. Disponível em:< http://veja.abril.com.br/brasil/a-morte- do-reitor- cronica-de- um-suicidio/ >.
Acesso em: 29 nov. 2017.