

	PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO SECRETARIA MUNICIPAL DA FAZENDA NOTA FISCAL ELETRÔNICA DE SERVIÇOS - NFS-e		Número da Nota	
			00000012	
			Data e Hora de Emissão	
20230922u27807902000190		22/09/2023 15:04:45		Código de Verificação
		NPSW-LGLW		
PRESTADOR DE SERVIÇOS				
CPF/CNPJ: 27.807.902/0001-90 Inscrição Municipal: 5.773.337-6 Nome/Razão Social: EPUBLIKA, CURSOS PREPARATORIOS, DE CAPACITACAO E TREINAMENTO Endereço: AV BRIG LUIS ANTONIO 3813 - JARDIM PAULISTA - CEP: 01401-001 Município: São Paulo UF: SP				
TOMADOR DE SERVIÇOS				
Nome/Razão Social: LUIZ DE FRANÇA E SILVA MEIRA CPF/CNPJ: 569.175.897-72 Inscrição Municipal: ---- Endereço: PC dos Três Poderes - Zona Cívico-Administrativa - CEP: 70160-900 Município: Brasília UF: DF E-mail: -----				
INTERMEDIÁRIO DE SERVIÇOS				
CPF/CNPJ: ---- Nome/Razão Social: ----				
DISCRIMINAÇÃO DOS SERVIÇOS				
Curso 3 - Curso de Comunicação, Formação da Opinião Pública e Pesquisa Conteúdo Programático: 1- Assessoria de Comunicação para políticos 2- Marketing pessoal, imagem pública e gestão de carreira 3- Mídias alternativas 4- Media training 5- Formação da opinião pública e pesquisas Curso ministrado ao Sr. Luiz de França e Silva Meira				
VALOR TOTAL DO SERVIÇO = R\$ 4.000,00				
INSS (R\$)	IRRF (R\$)	CSLL (R\$)	COFINS (R\$)	PIS/PASEP (R\$)
-	-	-	-	-
Código do Serviço				
05762 - Serviços de instrução, treinamento e avaliação de conhecimentos de qualquer natureza.				
Valor Total das Deduções (R\$)	Base de Cálculo (R\$)	Alíquota (%)	Valor do ISS (R\$)	Crédito (R\$)
0,00	*	*	*	0,00
Município da Prestação do Serviço		Número Inscrição da Obra	Valor Aproximado dos Tributos / Fonte	
-		-	-	
OUTRAS INFORMAÇÕES				
(1) Esta NFS-e foi emitida com respaldo na Lei nº 14.097/2005; (2) Documento emitido por ME ou EPP optante pelo Simples Nacional;				

Relatório Circunstanciado Das Atividades Desenvolvidas

Curso Comunicação, Formação da Opinião Pública e Pesquisa - 01/07/2023.

Ato da Mesa nº 43, DE 21/05/2009; Art. 4º, §18, Inciso IV (acrescido pelo Ato da Mesa nº 48, de 3/9/2015)

Em 01/07/2023, sábado, através do Escritório Kufa Advocacia, foi aplicado o curso ministrado pela Dra. Karina Kufa, que tratou do tema "Comunicação, Formação da Opinião Pública e Pesquisa."

A palestra foi iniciada com a abordagem sobre a realização de pesquisas populares, nos anos em que não há eleição, acerca de temas de interesse público e político, feitas por institutos, tanto qualitativas quanto quantitativas, de forma livre, sem que exista necessidade de registrá-las junto ao TSE ou que as mesmas sigam regras pré-determinadas para coleta das informações, tratamento e posterior divulgação dos resultados das pesquisas.

Foi explicado que, em geral, nos anos sem eleição, muitos institutos realizam pesquisas de caráter qualitativo, com objetivo de mensurar o humor da população em relação aos políticos e a política, para assim conseguirem identificar as tendências para as futuras pesquisas quantitativas, já no período eleitoral.

As pesquisas têm o objetivo de revelar como se sente a população em determinado momento da vida nacional, em especial em momento de crise econômica ou grandes acontecimentos, tragédias etc.

O que observamos é que as pesquisas de opinião são usadas como forma de fortalecer narrativas e até mesmo como forma de manipular resultados de pesquisas, com objetivo de prejudicar ou beneficiar determinados posicionamentos políticos-ideológicos.

Foram apresentados diversos exemplos de manchetes baseadas em pesquisas, voltadas a corroborar posicionamentos políticos-ideológicos, como:

- 04/05/2022 – G1 – "Uso inadequado e abuso de força letal: para cada policial morto, há 34 pessoas mortas por policiais no país"

- 19/04/2019 – G1 – "Número de pessoas mortas pela polícia no Brasil cresce 18% em 2018; assassinos de policiais caem"

- 15/07/2021 – G1 – "Nº de mortos pela polícia em 2020 no Brasil bate recorde; 50 cidades concentram mais da metade dos óbitos, revela Anuário"

- 11/04/2019 – G1 – "Datafolha aponta que 51% dos brasileiros têm medo da polícia e 47% confiam nos policiais"

Após a explanação das notícias acima, a palestra se enveredou para a construção do desdobramento dos resultados das pesquisas que se utilizam de "perguntas enviesadas", usualmente feitas por jornalistas ou criadas para servirem a pesquisas que tem intuito de gerar conclusões "bombásticas", acarretando a maior visibilidade da pesquisa, a venda de

jornais e maior divulgação das manchetes. A apresentação do resultado que a pesquisa provoca na população tem efeito benéfico. em geral, tanto para o instituto que realizou a pesquisa quanto para o meio de comunicação que realiza a divulgação.

O alicerce dos resultados destas pesquisas se funda na criação de uma narrativa, com base em denúncias simples ou meras especulações que sem seguida são notificadas por determinados veículos de imprensa como um escândalo atribuído a determinada ideologia política, grupo ou político ou político em específico, responsável pelo ocorrido, o que reforça a narrativa inicial.

O terceiro passo é a formatação deúmeras pesquisas enviesadas, com o objetivo de garantir que a narrativa criada seja chancelada pela população, construindo-se a opinião popular que dará força a construção da história que será noticiada, fornecendo o corpo a narrativa para torná-la líquida e certa.

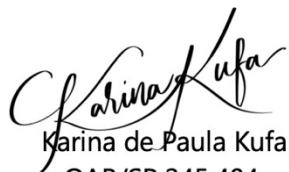
Assim, mesmo que todos os dados investigativos apuráveis apontem para um resultado, é possível fomentar a notícia para o lado diametralmente oposto, garantindo a difusão da informação criada quase que instantaneamente, pela forma de exposição da notícia. É assim que, em algumas circunstâncias, nascem "fakenews".

Nos anos de eleição são criadas Resoluções que regulamentam a forma como os institutos de pesquisas podem realizar e divulgar suas pesquisas, sendo obrigatório o registro da pesquisa pretendida no sistema de registro de pesquisas eleitorais do TSE, chamado PasqEle, momento em que são fixados critérios que parecem rígidos, mas muitas vezes conseguem ser "burlados".

Após apresentação de alguns casos de pesquisas, feitas em ano eleitoral, que apresentavam manchetes dúbias em relação a narrativa por trás da obtenção daquele resultado, analisou-se o caso "Quaest", instituto de pesquisa que demitiu funcionária flagrada tentando manipular a opinião de entrevistado a favor de determinado candidato, além de outros muitos casos em que não fica claro o escopo fidedigno da pesquisa como norteador do resultado divulgado.

A conclusão que se chega é a de que é preciso instruir muito bem todos que trabalham na política para terem senso crítico, capacidade de enxergar por trás da notícia, aprimorar a busca por dados e informação para rebater pesquisas enviesadas e assim, não perder eleitores por falta de comunicação e informação. É preciso ter uma equipe instruída a instruir o eleitorado. Por fim, foi aberto espaço para uma roda de conversa e a respeito do tema do curso ministrado, sendo encerrado em seguida.

Brasília/DF, 01 de julho de 2023


Karina de Paula Kufa
OAB/SP 245.404
OAB/DF 64.272

Certificado de Conclusão de Curso

Luiz de França e Silva Meira

Certificamos que o aluno concluiu o Curso Comunicação,
Formação da Opinião Pública e Pesquisa, ministrado no dia 01
de julho de 2023, com carga-horária de 5 horas.

Karina Kufa

Karina Kufa
CEO

ePublika[®]

Cursos | Política, Gestão Pública e Concursos