



# CIDADE MIL GRAU:

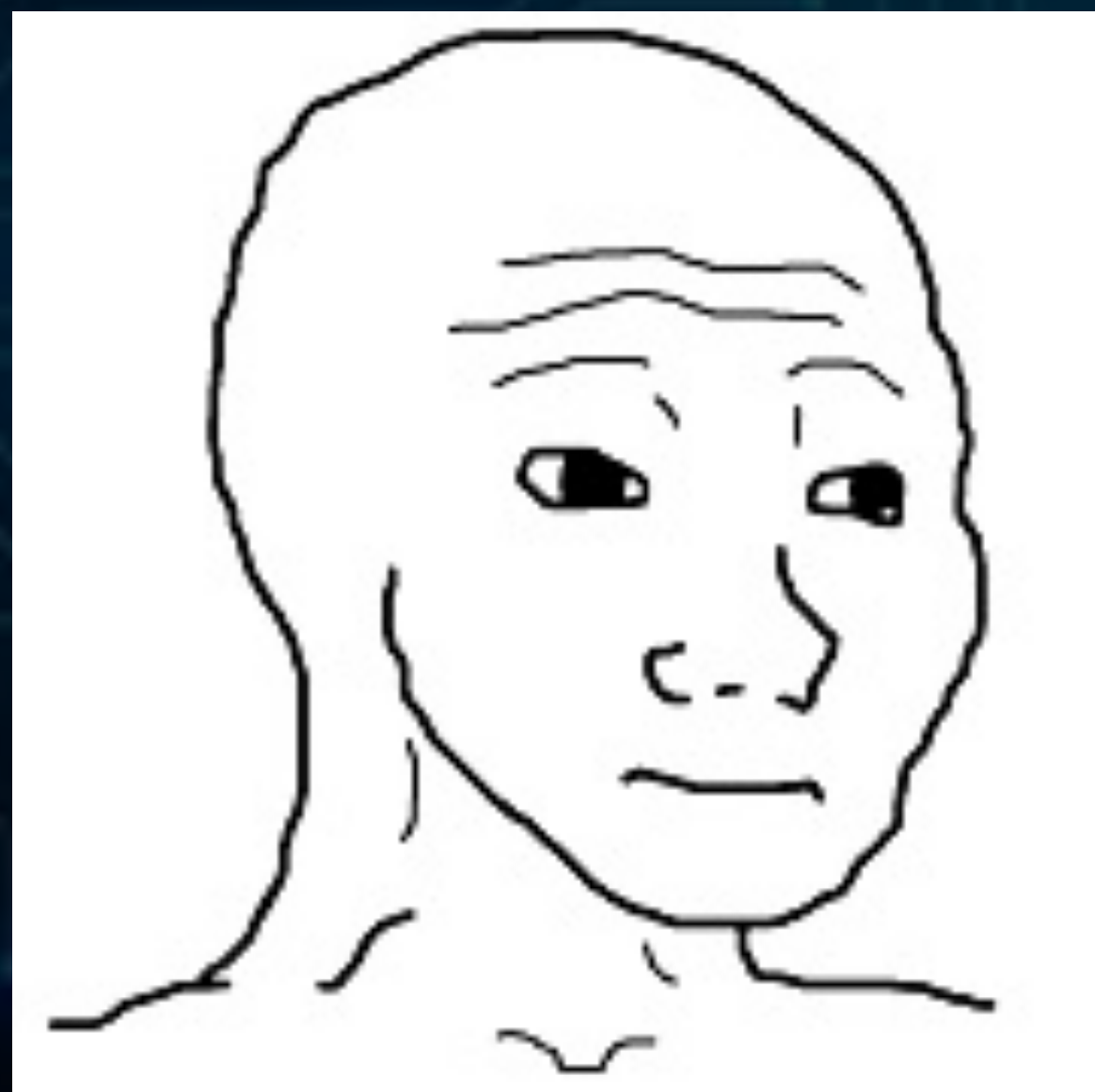
Como Reagir com Dados em Crises de Imagem e Desinformação

# Quem sou?



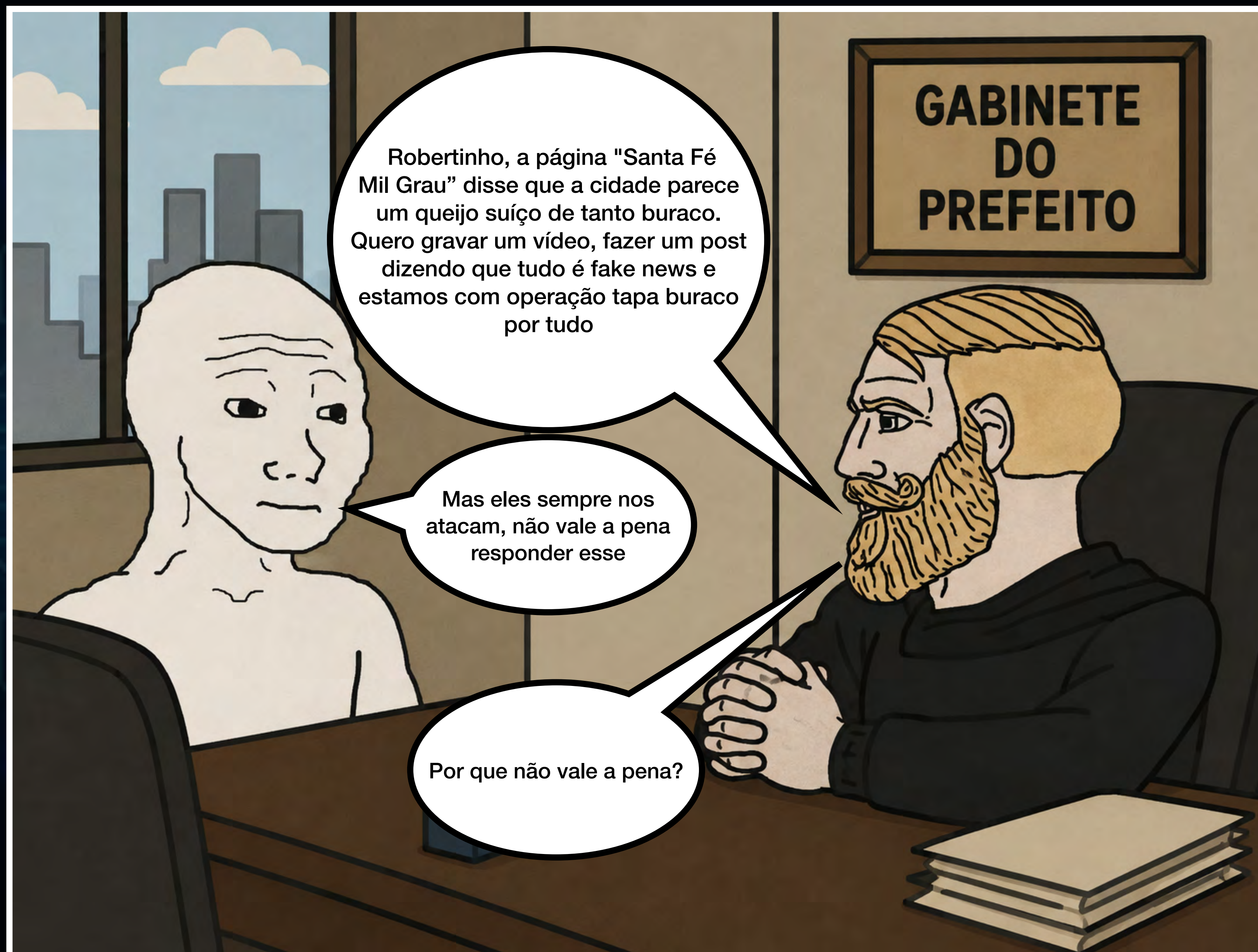
- Engenheiro e analista de dados
- Estrategista de dados em campanhas eleitorais, **gestões públicas** e empresas
- Autor do livro: **A Arte da Guerra Política Digital**

Robertinho é assessor de comunicação do  
prefeito Augusto na cidade de Santa Fe



# Luizinho, amigo do prefeito, informa o prefeito que viu uma publicação falando de buracos na cidade





Robertinho, a página "Santa Fé Mil Grau" disse que a cidade parece um queijo suíço de tanto buraco. Quero gravar um vídeo, fazer um post dizendo que tudo é fake news e estamos com operação tapa buraco por tudo

Mas eles sempre nos atacam, não vale a pena responder esse

Por que não vale a pena?



Não vale a pena responder tudo. Ficamos reféns deles...

Na dúvida, vamos responder. A população não pode ficar acreditando em tudo que essas páginas dizem. Vamos fazer um card e um vídeo.

E assim, Robertinho passa mais um dia produzindo materiais de forma reativa a críticas nas redes sociais...



*“Se temos dados, vamos avaliar os dados. Se só temos opiniões, ficamos com a minha.”*

***Jim Barksdale, ex-CEO da  
Netscape***



Quem aqui já vivenciou ataques de páginas locais / grupos / textos de whatsapp / páginas "cidade mil grau?"

# 3 TIPOS DE ATAQUES:

# 3 TIPOS DE ATAQUES:

DIVERGÊNCIA DE IDEIAS

# 3 TIPOS DE ATAQUES:

DIVERGÊNCIA DE IDEIAS  
CRÍTICA À GESTÃO

# 3 TIPOS DE ATAQUES:

DIVERGÊNCIA DE IDEIAS  
CRÍTICA À GESTÃO  
**FAKE NEWS**

# AS GRANDES PERGUNTAS EXISTENCIAIS DA COMUNICAÇÃO DE CRISE:

# AS GRANDES PERGUNTAS EXISTENCIAIS DA COMUNICAÇÃO DE CRISE:

Devemos responder?

# AS GRANDES PERGUNTAS EXISTENCIAIS DA COMUNICAÇÃO DE CRISE:

Devemos responder?  
O que responder?

# AS GRANDES PERGUNTAS EXISTENCIAIS DA COMUNICAÇÃO DE CRISE:

Devemos responder?

O que responder?

Como responder?

# AS GRANDES PERGUNTAS EXISTENCIAIS DA COMUNICAÇÃO DE CRISE:

Devemos responder?

O que responder?

Como responder?

Onde responder?

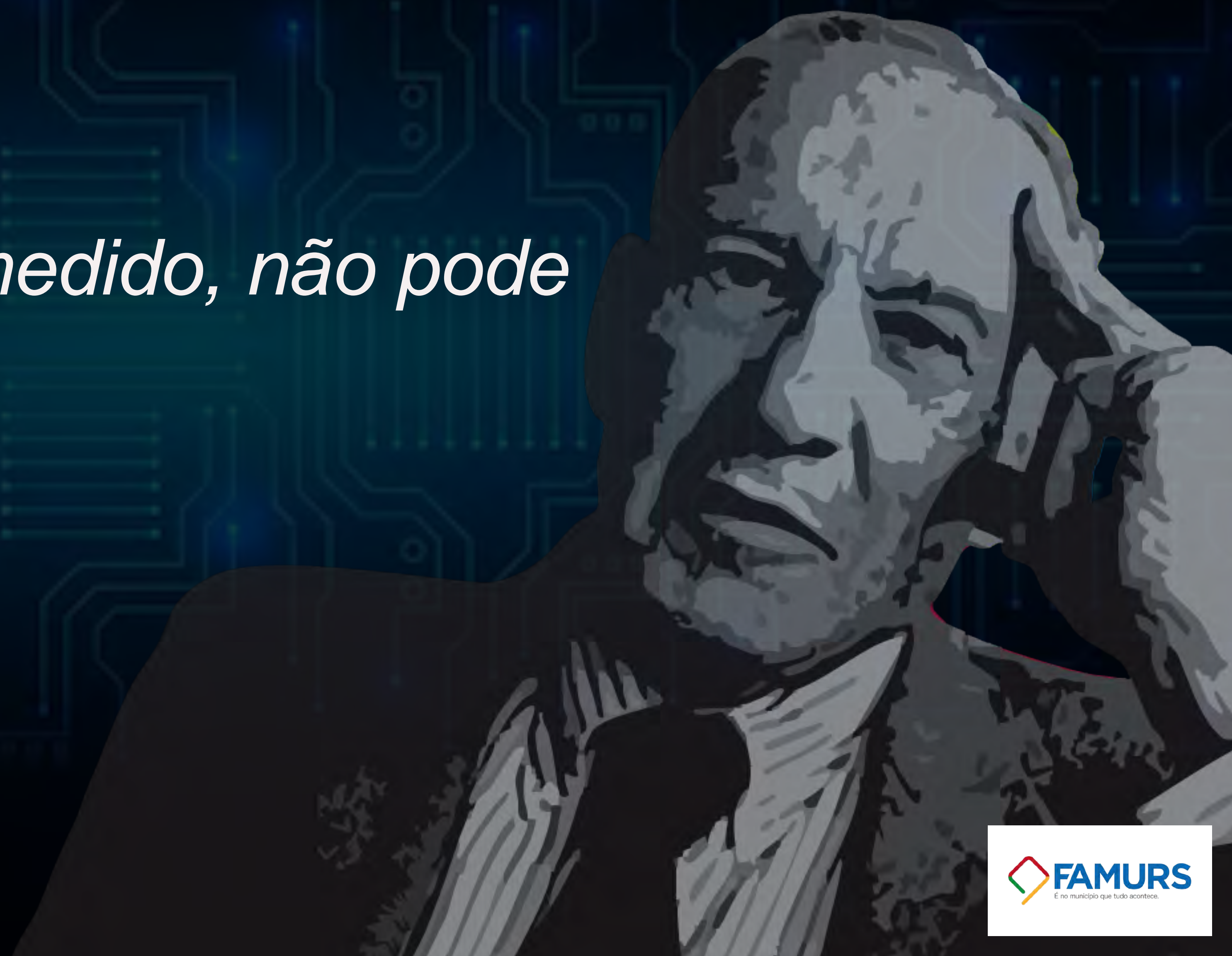
**A VERDADE É QUE A PERGUNTA 1  
PRECEDE TUDO:**

**Devemos responder?**

E, para saber se devemos responder,  
precisamos....

*“O que não pode ser medido, não pode ser gerenciado”*

***Peter Drucker***



***DADOS!***

# A INTERNET É UM UNIVERSO DE DADOS



## Vastidão Digital

Grande volume de informações online.

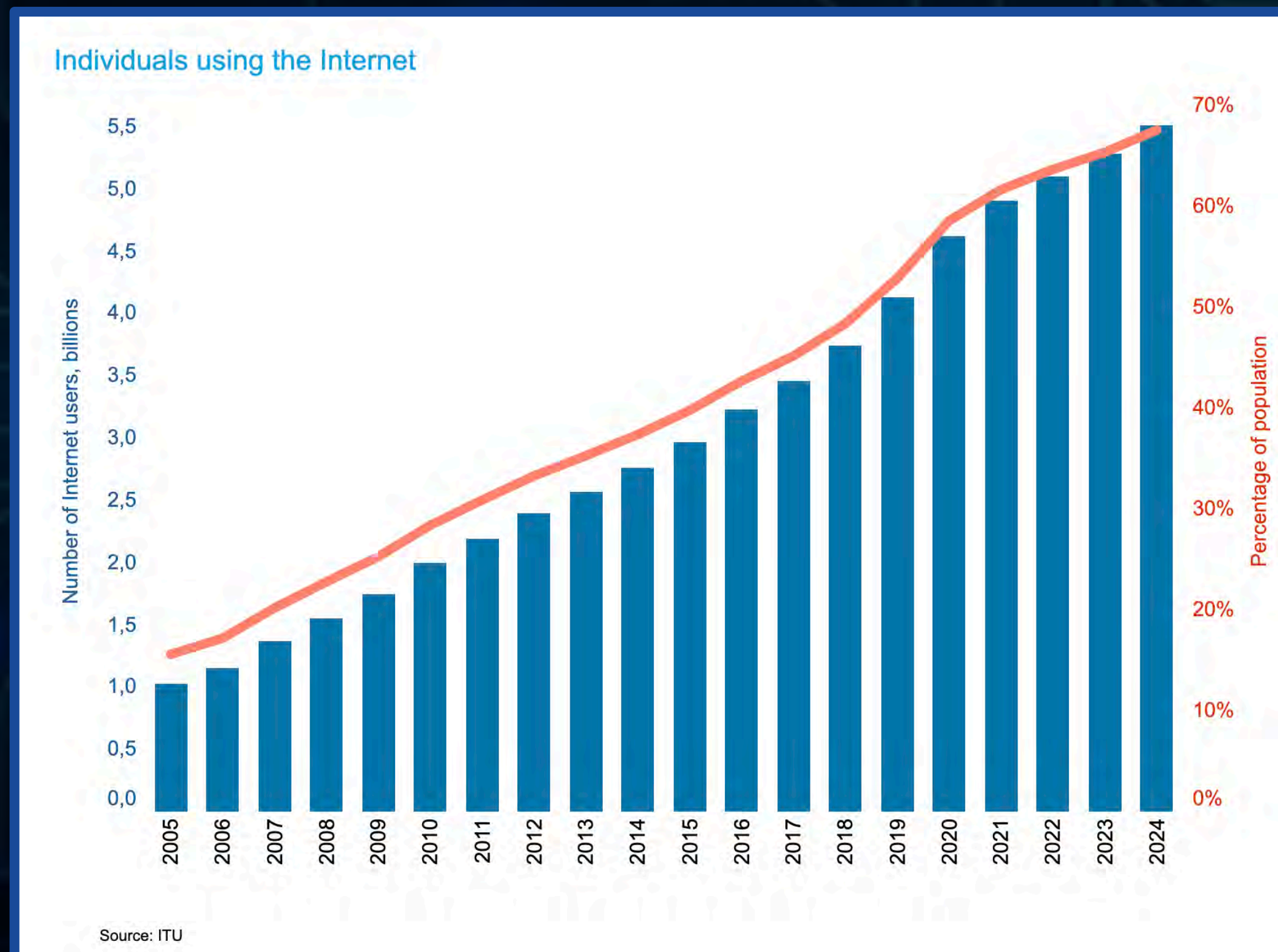
## Relevância Seletiva

É preciso focar apenas no que importa.

## Desafio Analítico

Abstração da opinião, do que o líder quer ouvir.  
É preciso dizer O QUE É FATO!

# Cada vez mais pessoas conectadas...



## ScienceDaily®

Your source for the latest research news

New! Sign up for our free **email newsletter**.

SD Health Tech Enviro Society Quirky

### Science News

from research organizations

#### Big Data, for better or worse: 90% of world's data generated over last two years

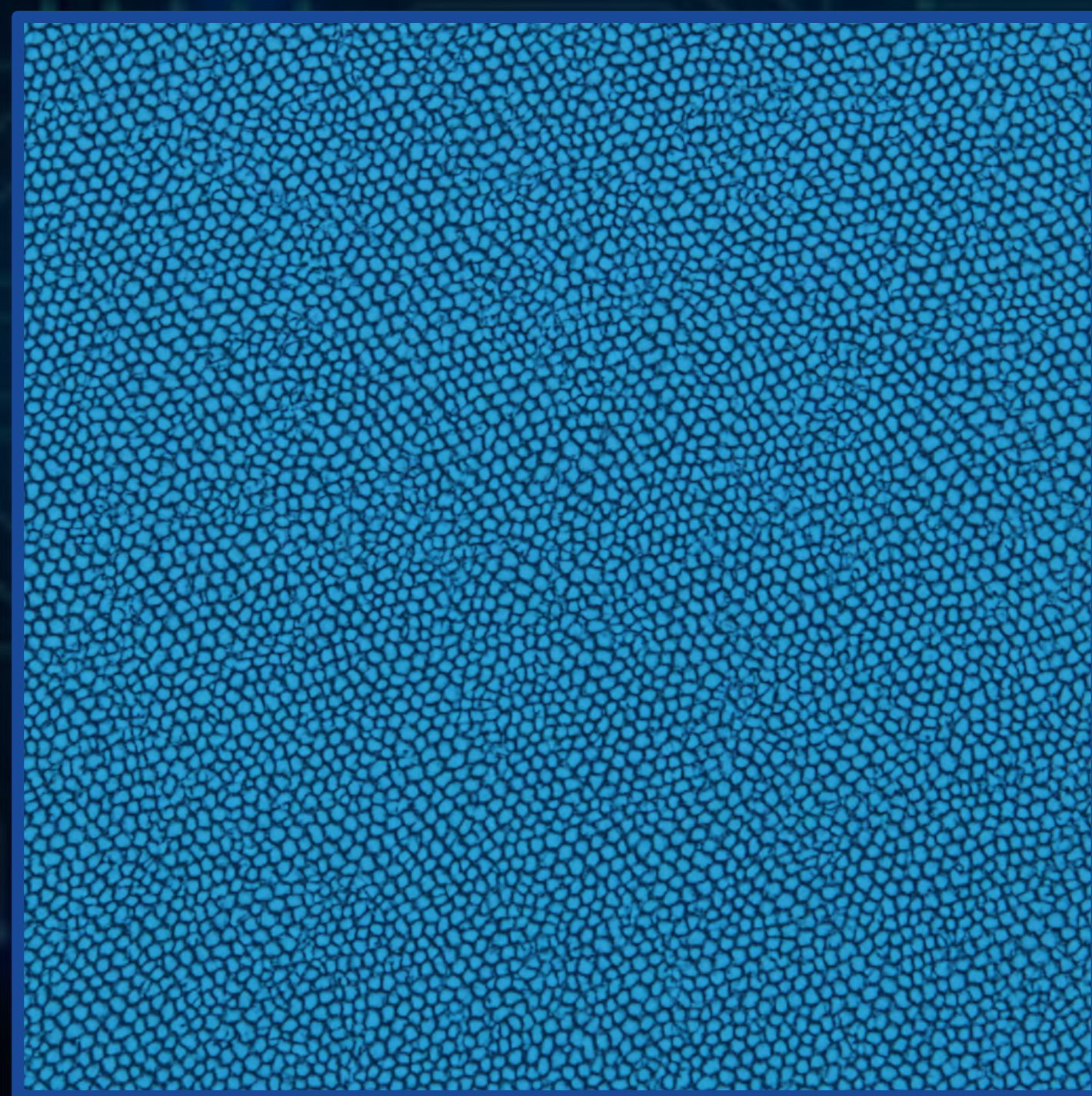
Date: May 22, 2013

Source: SINTEF

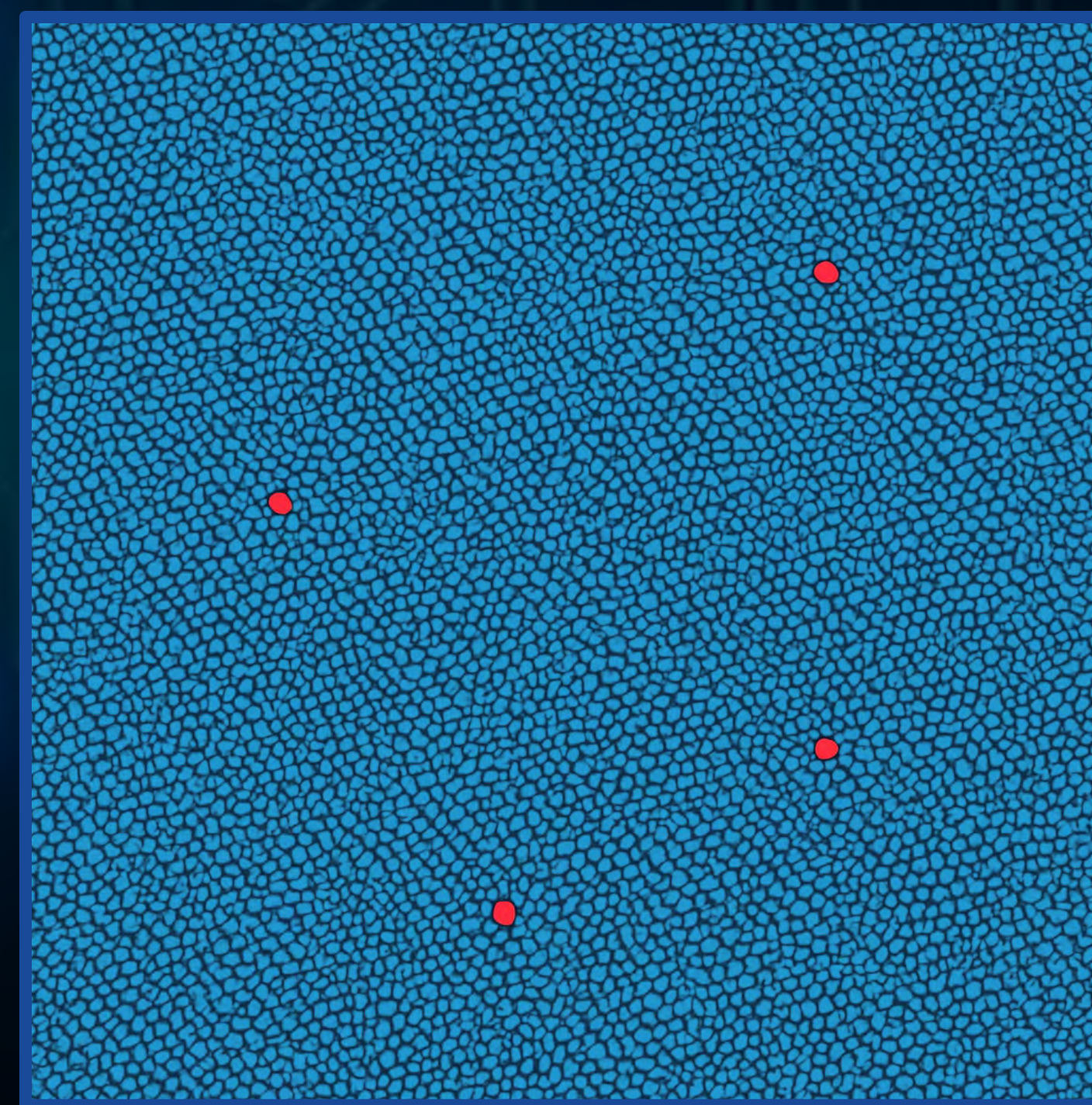
Summary: A full 90 percent of all the data in the world has been generated over the last two years. Internet-based companies are awash with data that can be grouped and utilized. Is this a good thing?

...cada vez mais dados gerados.

Localize os pontos de **interesse** nesse universo.



O Universo de dados da Internet



O que nos interessa olhar

# Dados-chave: *3 pontos focais a observar*



**Campo Pessoal**  
*Redes controladas e moderadas.*



**Campo Neutro**  
*Espaços de discussão neutros.*



**Campo de Opositores**  
*Monitoramento estratégico.*



# Previsão de tendência: o ciclo de uma crise



**E AGORA QUE SABEMOS OS CAMPOS DIGITAIS PARA  
OBSERVAR, PRECISAMOS EXTRAIR DESSES CAMPOS  
A....**

**E AGORA QUE SABEMOS OS CAMPOS DIGITAIS PARA  
OBSERVAR, PRECISAMOS EXTRAIR DESSES CAMPOS  
A....**

**DIMENSÃO DA CRISE/CRÍTICA**

# E A MELHOR MANEIRA DE ESTRUTURAR ISSO.... É ATRAVÉS DE UMA ANÁLISE DE DADOS EM MATRIZ.

SITUAÇÃO	REDES PREFEITO/PREFEITURA			REDES ADVERSÁRIOS POLÍTICOS			REDES NEUTRAS (MÍDIA)		
	Citações Tema Instagram (>5%)*	Citações tema Facebook (>5%)	Questionamentos Whatsapp (mais que 10)	Vereadores (cada 1, vale X pontos)	Deputados Estaduais/federais (cada 1, vale X pontos)	Governador/Senador/Presidente	Matéria/Post Imprensa municipal	Matéria/Post Imprensa estadual	Matéria/Post Imprensa Nacional
Problema na gestão	1	1	1	1	2	4	1	2	4
Posição Divergente	2	2	2	2	3	5	2	3	5
Fake News	3	3	3	3	4	7	3	4	6

SITUAÇÃO	TWEET + NOTA OFICIAL	CARD + IMPRENSA	VIDEO + IMPRENSA
Problema na gestão	De X a Y Pontos	De Y a Z Pontos	Mais que Z Pontos
Posição Divergente	De X a Y Pontos	De Y a Z Pontos	Mais que Z Pontos
Fake News	De X a Y Pontos	De Y a Z Pontos	Mais que Z Pontos

Como seria se nosso amigo cantor e estrategista de dados Guilherme fosse assessor em Santa Fe





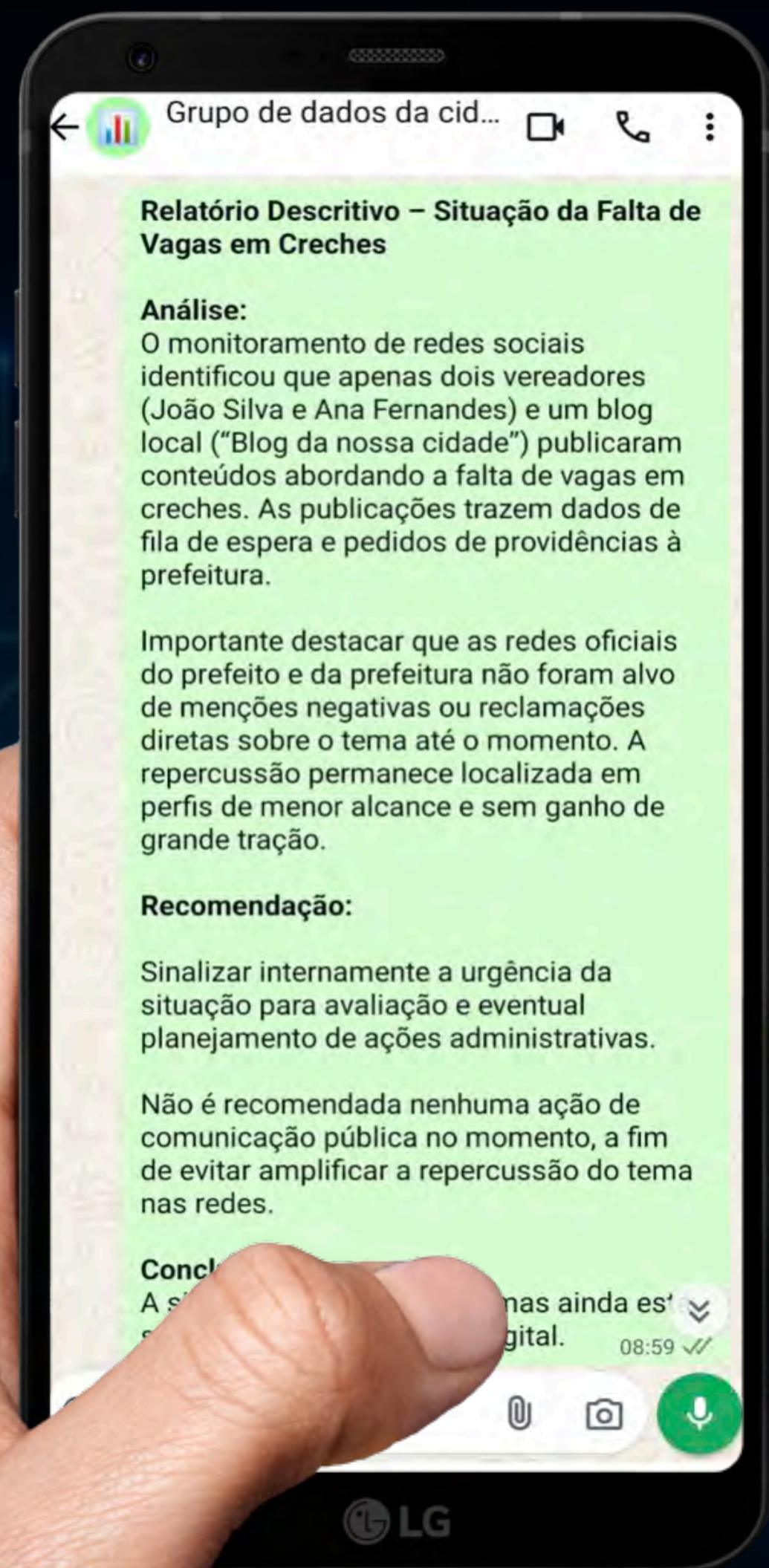
Robertinho, a página "Santa Fé Mil Grau" disse que a cidade parece um queijo suíço, vamos responder.

Já tinha detectado isso nos dados prefeito, não precisamos nos preocupar...

**Guilherme mostra pro prefeito em sua mini matriz que o assunto é pequeno e restrito à página, com dois comentários na rede do prefeito apenas na semana (em comparação aos mais de 500 recebidos).**

SITUAÇÃO	REDES PRÓPRIAS			REDES OPOSITORES			REDES NEUTRAS (MÍDIA)		
	Pessoas comentaram o assunto na rede do(a) prefeito(a)?	Pessoas comentaram o assunto na rede da prefeitura?	Questionamentos Whatsapp surgiram?	Páginas estilo “Mil grau”	Vereadores de oposição comentaram o tema?	Outros políticos	Redes sociais veículos da cidade	Redes sociais veículos estaduais	Blogs ou portais
<b>Crítica a gestão</b>	1	0	0	1	0	0	0	0	0

**\*baixo engajamento e poucos comentários na página mil grau**



Guilherme estrutura um mini relatório de dados e encaminha para deixar o prefeito tranquilo.



# Post Track

## Relatório

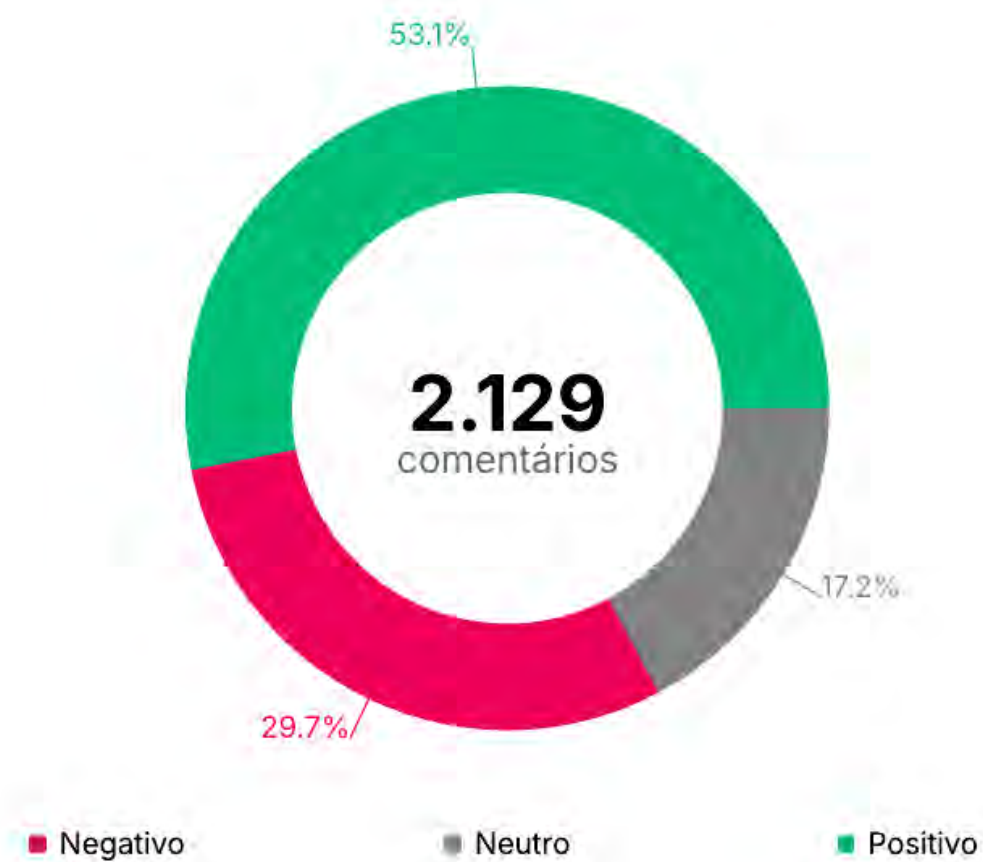
Período: 19/04/2026 00:00 - 19/05/2026 23:59 [Comparar com...](#)

Geral **Detalhe** Tags alvo Nuvens Publicações



Tags: Não está vazio Sentimento: Positivo, Neutro, Negativo Comentários do dono: Não + Adicionar filtro

### Sentimento dos comentários com base nas publicações feitas

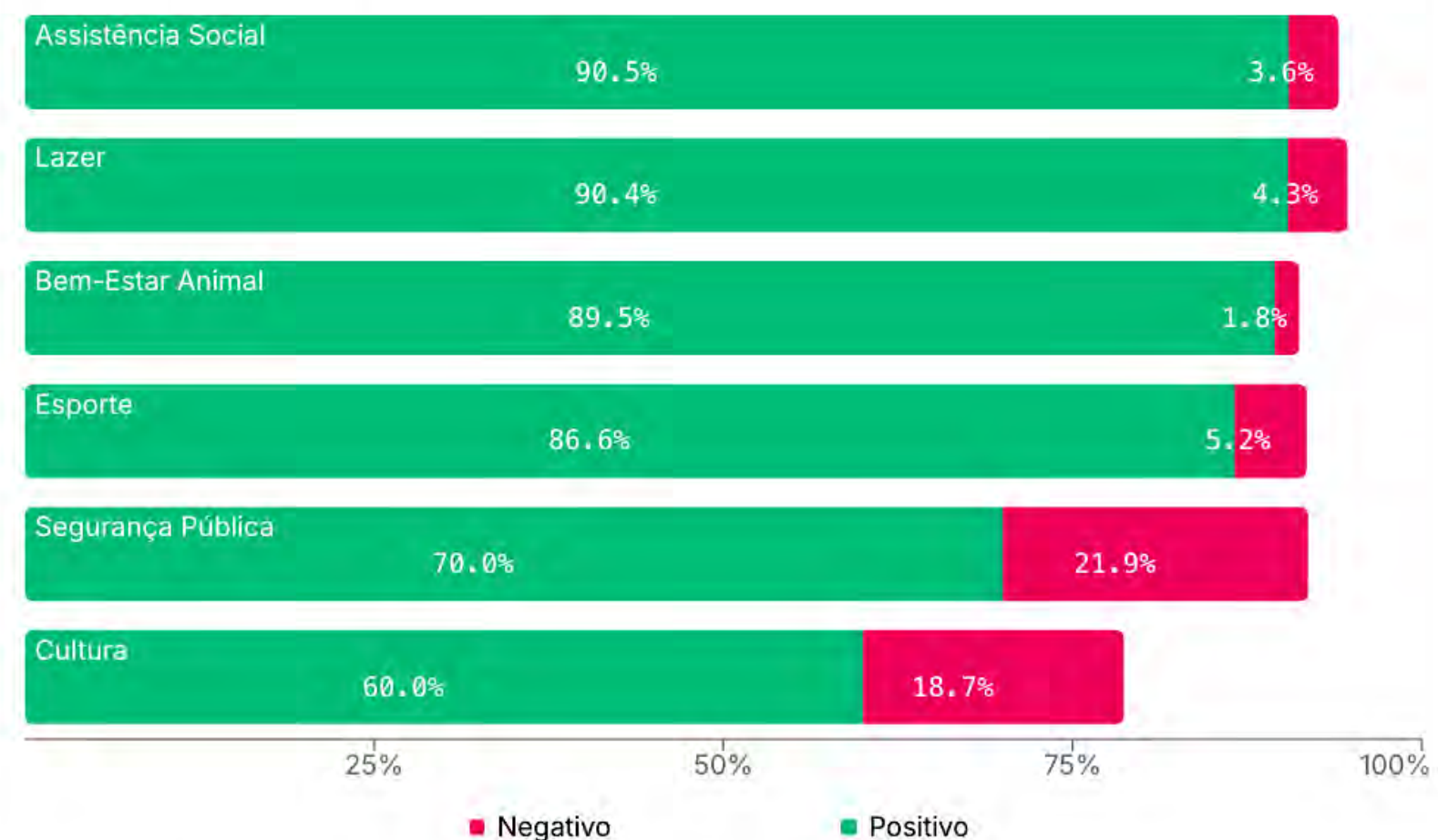


Distribuição percentual dos comentários coletados das redes sociais entre 19/04/2026 e 19/05/2026, categorizados como positivos, negativos e neutros, representando a percepção pública geral durante o período analisado.

### Sentimentos por tags

Visualização Ordenar por

Porcentagem Positivo



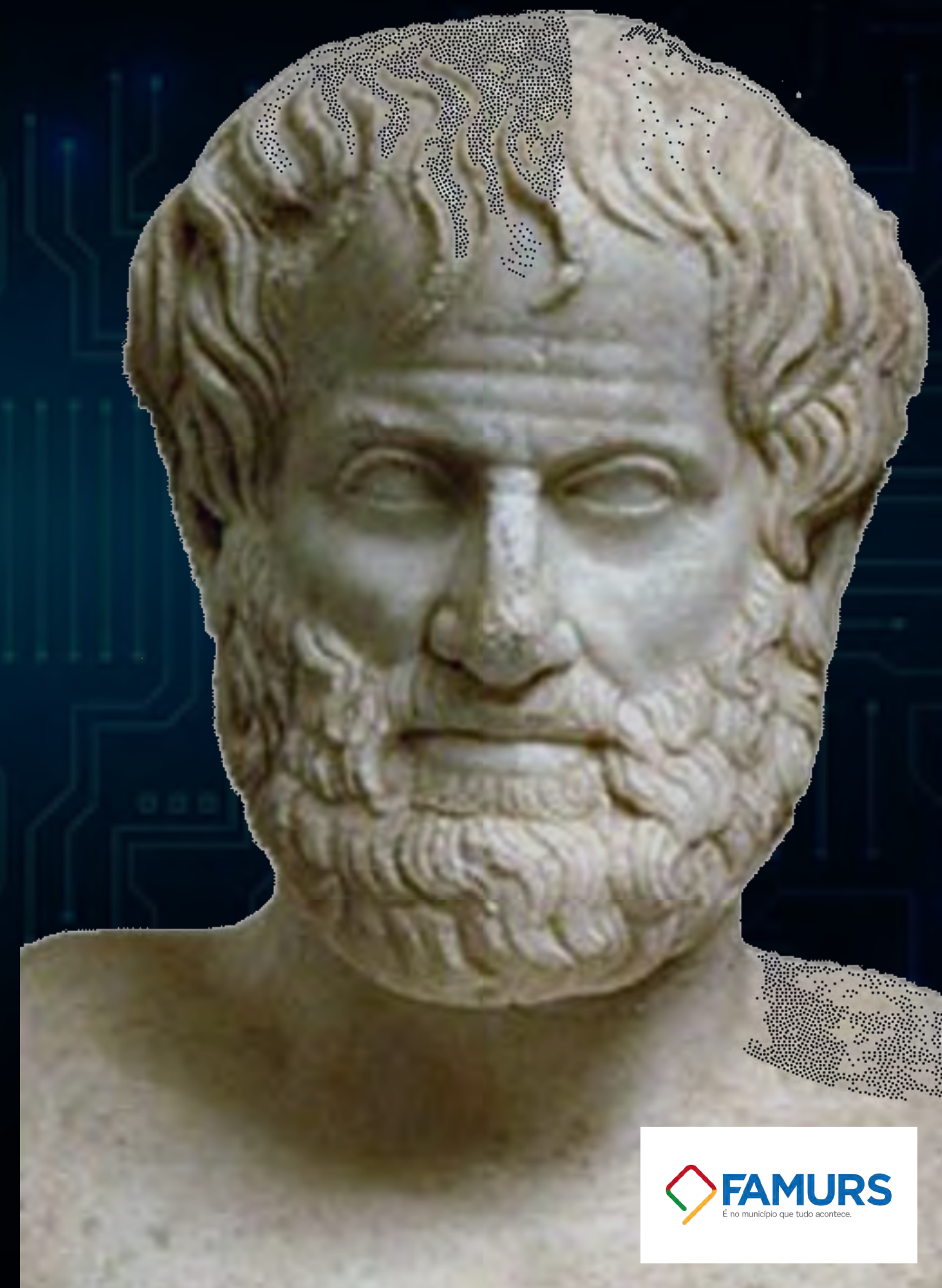
Visualização dos sentimentos dos comentários divididos por tags, mostrando a distribuição percentual dos comentários positivos e negativos para cada tag.



# O desafio de Aristóteles:

*“Qualquer um pode zangar-se...  
mas zangar-se com a pessoa  
certa, na medida certa, na hora  
certa, pelo motivo certo e da  
maneira certa não é fácil”*

***Aristóteles***



 Post Track

Post Track é uma plataforma que ajuda você a entender o **sentimento** do seu público

Monitore redes sociais, notícias, comentários e tendências em tempo real, com análise contextual, classificação automática de sentimento e identificação de narrativas, riscos reputacionais e oportunidades de comunicação.

Comece grátis →

Fale com vendas



The screenshot displays three social media posts with sentiment analysis. The first post is from Laura Martins, expressing satisfaction with a purchase, and is labeled 'Positivo' (Positive). The second post is from Daniel Souza, expressing frustration with a lack of customer support, and is labeled 'Negativo' (Negative). The third post is from Felipe Rocha, expressing a neutral opinion about a product, and is labeled 'Neutro' (Neutral).

Quer utilizar dados de maneira mais simples na sua gestão municipal?

Software: PostTrack

Site: [www.posttrack.com.br/](http://www.posttrack.com.br/)



Quer entender mais de dados e narrativa em redes sociais?

**Livro:** A Arte da Guerra Política Digital

**Lançamento:** 10 de junho, 17h na Famurs



Obrigado!

@dba\_analytics